

Online Customer Relation di Website

(Studi Observasi *Online Customer Relation* OCD pada *www.readyforfit.com*)

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1

Ilmu Komunikasi



Diajukan Oleh:

PUTRA PURWANTA

L100090142

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

Online Customer Relation di Website

(Studi Observasi *Online Customer Relation* OCD pada www.readyforfit.com)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

PUTRA PURWANTA

L100090142

Disetujui Untuk dipertahankan di Hadapan

Dewan Penguji Skripsi Sarjana S-1

Menyetujui :

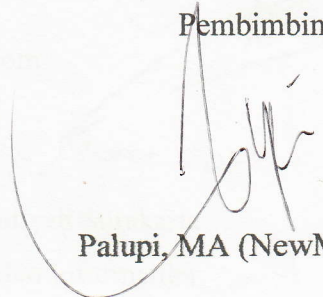
Hari : Kamis
Tanggal : 27 Februari 2014

Pembimbing 1



Drs. Joko Sutarso, M. Si

Pembimbing 2



Palupi, MA (NewMed.&Soc.)

PENGESAHAN

Online Customer Relation di Website

(Studi Observasi *Online Customer Relation* OCD pada *www.readyforfit.com*)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

PUTRA PURWANTA

L100090142

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal...

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

1. Drs. Joko Sutarso, M. Si

2. Palupi, MA (NewMed.&Soc.)

3. Rinasari Kusuma, M. I.Kom

Surakarta, 6 Maret 2014

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,



Husni Thamrin, Ph.D

NIK. 706

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu komunikasi di Perguruan Tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu pada naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak atau dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya siap menerima sanksi dan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta,



Putra Purwanta

MOTTO



“Kemenangan yang terindah sekaligus tersulit yang bisa diraih manusia adalah menaklukkan dirinya sendiri”

(RA Kartini)

“Teguh, berani, dan pantang menyerah senjata sukses dimasa depan”

(Putra Purwanta)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang selalu menjadi penyemangat hidup dan selalu menemani saya disaat suka maupun duka, Bapak Purwanto dan Bunda Sri Dewi Darsini Prapti, sebagai ungkapan rasa sayang dan rasa baktiku terhadap beliau. Terima kasih atas kesabaran, keikhlasan dan do'a selama ini yang telah diberikan kepada peneliti. Semoga Allah SWT selalu memberikan berkah serta inayah-Nya.
2. Kakak-kakakku tersayang Doan Purwanto dan Febria Purwanto, yang selalu memberikan motivasi kepada peneliti.
3. Sahabat-sahabatku yang berada di kos Gedhex.
4. Kedua pembimbing Ibu Palupi dan Bapak Joko Sutarso.
5. Almamaterku.

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan inayah-Nya yang telah diberikan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Online Customer Relation di Website (Studi Observasi Online Customer Relation OCD pada [Www.readyforfit.com](http://www.readyforfit.com))*”. Adapun maksud dan tujuan dari penyusun skripsi ini salah satunya adalah untuk memenuhi sebagian tugas dan syarat dalam mencapai derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi, dan kerjasama dari berbagai pihak, akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang berbahagia ini, dengan penuh kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Palupi, MA (NewMed.&Soc.) selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus pembimbing II yang telah memberikan banyak motivasi kepada peneliti, dan dengan sabar membimbing serta mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Joko Sutarso ,M. Si selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua pihak, baik pihak di dalam maupun di luar Universitas yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.

Di akhir ucap, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Akhirnya

peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan	8
D. Manfaat	9
E. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Komunikasi	9
2. Komunikasi Perusahaan	13

3. <i>Public Relation</i>	15
4. <i>Customer Relation</i> sebagai fungsi <i>Public Relation</i>	18
5. <i>Komunikasi Online</i>	24
6. <i>Online Customer Relation</i>	27
7. Penelitian Terdahulu	31
F. Metodologi	33
1. Metode Penelitian	33
2. Jenis Penelitian	34
3. Objek Penelitian	35
4. Sumber Data	35
5. Teknik Pengumpulan Data	35
6. Validitas Data	36
7. Teknik Analisis Data	37
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	39
A. Sejarah dan Pergerakan	39
B. Visi, Misi dan Tujuan OCD dalam <i>www.readyforfit.com</i>	41
1. Visi	41
2. Misi	41
3. Tujuan	41
C. Struktur Organisasi	41
D. Acara-acara dari Deddy Corbuzier yang diinisiasi	

melalui <i>www.readyforfit.com</i>	42
BAB III PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Penyajian Data	46
B. Analisis Data	55
C. Pembahasan	66
1. <i>Online Customer Relation</i> menggunakan <i>web 2.0</i>	66
2. Gaya percakapan yang digunakan oleh <i>admin</i>	70
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Halaman <i>website</i> OCD	6
Gambar 1.2 : Proses komunikasi melalui <i>website</i>	7
Gambar 2.3: Seminar OCD	42
Gambar 3.4 : Perdebatan antara <i>admin website</i> dengan pemosting....	49
Gambar 3.5 : Proses komunikasi antara <i>admin</i> dengan pemosting.....	51
Gambar 3.6 : Proses komunikasi antara <i>admin</i> dengan pemosting.....	52
Gambar 3.7 : Proses komunikasi antara <i>admin</i> dengan para pemosting.....	54
Gambar 3.8 : Pertanyaan pemosting yang tidak dijawab oleh <i>admin</i>	55
Gambar 3.9 : <i>Thread</i> dalam kategori Pelanggan Antara.....	57
Gambar 3.10 : Penggunaan gaya bahasa informal dan <i>to the point</i> dari <i>admin</i> terhadap pemosting	59
Gambar 3.11 : Gaya bahasa admin saat membalas pertanyaan dari pemosting	60
Gambar 3.12 : Pertanyaan dari pemosting yang tidak dibalas oleh <i>admin</i>	61
Gambar 3.13 : Kesalahan penempatan <i>thread</i> pada <i>English Language Forum</i>	61
Gambar 3.14 : Komunikasi yang intensif antara Dr.Yohan dengan <i>admin</i>	63
Gambar 3.16 : Komunikasi intensif yang dilakukan Deddy Corbuzier.....	64
Gambar 3.17 : Komunikasi interaktif yang dilakukan oleh <i>admin</i> dan 2 pemosting yang berbeda.....	69

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Pengguna Internet dari tahun ke tahun.....	2
Bagan 1.2 10 besar peringkat dunia pengguna Internet.....	3
Bagan 1.3 Triangulasi Sumber.....	37
Bagan 1.4 Bagan <i>Analysis Interactive Model</i>	39
Bagan 3.5 Komunikasi yang dilakukan oleh <i>online customer relation</i> <i>brand</i> OCD.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan pokok <i>customer voice</i> dengan <i>customer relations</i>	21
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.3 Pembagian <i>thread</i> dan tema pada setiap forum.....	46

ABSTRAK

Putra Purwanta, L100090142, *Online Customer Relation di Website* (Studi Observasi *Online Customer Relation* OCD pada *www.readyforfit.com*), Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.

Website merupakan jaringan pada Internet yang dapat digunakan sebagai *platform* yang mempunyai kelebihan bentuk komunikasi dua arah. Komunitas OCD yang dimotori oleh Deddy Corbuzier ini memanfaatkan *website* sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan mengenai program diet OCD tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi *online customer relation brand* OCD pada *www.readyforfit.com*. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu hasil data penelitian yang diperoleh berupa kata-kata tertulis atau pun lisan. Fokus objek pada penelitian ini adalah komunitas OCD pada *website www.readyforfit.com*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik observasi partisipan, yaitu peneliti terlibat secara langsung terhadap objek yang diteliti. Peneliti memperoleh dua *point* utama pada hasil penelitian ini, yaitu komunikasi *online customer relation* yang dilakukan melalui teknologi *web 2.0* yang menghasilkan komunikasi yang asinkronis dan interaktif serta gaya percakapan yang berbentuk bahasa informal, seperti penggunaan *emoticon* dan gaya bahasa *to the point*.

Kata kunci : *online customer relation*, OCD, *www.readyforfit.com*