

APLIKASI NET.CONNECT SEBAGAI *ELECTRONIC*
***PUBLIC RELATIONS* PT NET MEDIATAMA TELEVISI DALAM**
MENINGKATKAN KEPUASAN PENGGUNA.

Yasmin Nur Safira

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah untuk membahas bagaimana penggunaan aplikasi NET.CONNECT melalui beberapa strategi yang dilakukan PT NET Mediatama Televisi dalam meningkatkan kepuasan pengguna. NET.CONNECT merupakan sebuah aplikasi berbasis digital yang menjadi wadah komunikasi dua arah antara perusahaan dengan publik atau pengguna nya. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi, strategi, *public relations*, Media Baru (*New Media*), Media Sosial, Tipe Teknologi, *Electronic Public Relations*, Kepuasan, *Uses and Gratifications*, dan Teori Pemenuhan Kepuasan, dan Teori Respon. Metode yang digunakan oleh penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara Mendalam, Observasi, dan Dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi NET.CONNECT sebagai *electronic public relations* PT NET Mediatama Televisi dapat meningkatkan kepuasan pengguna (*user*). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dalam meningkatkan kepuasan pengguna, Departemen Digital dan *Public Relations* menggunakan upaya dan strategi nya yaitu : Dunia Digital Multiplatform, Campaign NET.CONNECT Berburu Iphone, Fitur - Fitur Menarik, Media Sosial, Melalui Program atau Tayangan, dan *Special Event*. Strategi - strategi tersebut digunakan untuk meningkatkan kepuasan pengguna (*user*).

Kata Kunci : NET, Aplikasi, NET.CONNECT, *Electronic Public Relations*, Kepuasan, Pengguna (*User*).

**NET.CONNECT APPLICATIONS AS ELECTRONIC
PUBLIC RELATIONS PT NET MEDIATAMA TELEVISION IN
IMPROVING USER SATISFACTION.**

Yasmin Nur Safira

ABSTRACT

The background of this research is to discuss how the use of NET.CONNECT application through several strategies conducted by PT NET Mediatama Television in increasing user satisfaction. NET.CONNECT is a digital-based application that becomes a du-directional communication forum between the company and the public or its users. Theories used are communication theory, strategy, public relations, New Media, Social Media, Technique Type, Electronic Public Relations, Satisfaction, Uses and Gratifications, and Satisfaction Theory, and Response Theory. The method used by this research is descriptive qualitative method. Data collection methods used are In-depth Interview, Observation, and Documentation. The purpose of this study is to find out how the use of NET.CONNECT application as electronic public relations PT NET Mediatama Television can increase user satisfaction (user). The results show that in increasing user satisfaction, the New Media and Public Relations Department uses its efforts and strategies: Digital World Multiplatform, Campaign NET.CONNECT Hunting Iphone, Attractive Features, Social Media, Through Program or Impressions, and Special Event. These strategies are used to improve user satisfaction (user).

Keywords : NET, Applications, NET.CONNECT, Electronic Public Relations, Satisfaction, Users.