

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan jumlah pengguna sosial media.....	2
Gambar 1.2 Presentase pengguna social network di dunia.....	3
Gambar 1.3 Sepuluh besar akun paling aktif dunia.....	8
Gambar 1.4 Analisis Twitter @Telkomsel.....	9
Gambar 1.5 Analisis aktivitas akun twitter @Telkomsel.....	10
Gambar 2.1 Logo twitter.....	28
Gambar 2.2 Model sederhana proses pemasaran.....	31
Gambar 2.3 Unsur-unsur dalam <i>relationships marketing</i> .....	34
Gambar 2.4 Layanan interaktif dari perspektif konsumen.....	37
Gambar 3.1 Logo Telkomsel.....	43
Gambar 3.2 Contoh tweet @Telkomsel.....	44
Gambar 3.3 Halaman twitter @Telkomsel.....	45
Gambar 3.4 <i>Most replies</i> twitter @Telkomsel.....	49
Gambar 3.5 Profil @doktermade.....	49
Gambar 3.6 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	51
Gambar 4.1 Profil Ibu Asraf.....	56
Gambar 4.2 Profil @doktermade.....	57
Gambar 4.3 Profil @andri1411.....	57

Gambar 4.4 Contoh twit ber-hashtag.....	63
Gambar 4.5 Contoh twit ber-replies.....	64
Gambar 4.6 Tweet publisitas layanan Telkomsel.....	66
Gambar 4.7 Tweet promosi produk Telkomsel.....	67
Gambar 4.8 Tweet promosi layanan Telkomsel.....	68
Gambar 4.9 Tweet promosi berupa kuis Telkomsel.....	69
Gambar 4.10 Penyelesaian masalah pelanggan.....	71
Gambar 4.11 Menjawab pertanyaan pelanggan.....	72
Gambar 4.12 Memberikan informasi kepada pelanggan.....	72
Gambar 4.13 Mensosialisasikan kebijakan perusahaan kepada publik.....	74
Gambar 4.14 Mensosialisasikan prestasi perusahaan.....	75
Gambar 4.15 Mengembangkan program pengembangan masyarakat.....	75
Gambar 4.16 Mendengarkan feedback.....	77
Gambar 4.17 Feedback promosi kuis @Telkomsel.....	86
Gambar 4.18 Feedback nilai kepercayaan.....	88
Gambar 4.19 Promosi dengan nilai komitmen.....	90
Gambar 4.20 Feedback nilai komitmen.....	91
Gambar 4.21 Tweet dengan nilai kerjasama.....	92
Gambar 4.22 Tweet dengan nilai shared value.....	93