



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, penerapan strategi *social media* PT XL Axiata Tbk dalam upayanya meningkatkan jumlah fans pada Fan Page Facebook XL Rame dijalankan dengan mengadakan perlombaan yang menggunakan aplikasi *Photo Xploration*, yakni pada perlombaan Bagi-Bagi Maaf Ramadhan di bulan Juli 2013 dan perlombaan Bebas Merdeka di bulan Agustus 2013.

Adapun strategi *social media* yang dijalankan dalam Fan Page Facebook XL Rame menggunakan model analisis khusus *social media* dari Breakenridge, *The Social Media Strategy Wheel*, yang meliputi strategi pelacakan dan pemantauan yang dijalankan dengan melihat jumlah penambahan fans yang ada, strategi distribusi informasi yang dijalankan dengan mengintegrasikan akun Facebook dan Twitter, strategi konten yang dijalankan dengan membuat *wording* berupa kata-kata yang persuasif untuk bergabung dalam mengikuti perlombaan dan visualisasi yang menarik berupa tulisan *Photo Xploration* yang dijadikan *cover photos* serta beberapa kali melakukan *posting* dalam sehari, strategi menjalin hubungan yang dijalankan dengan selalu berusaha untuk memberikan respon yang cepat dan tepat kepada khalayak di

dunia maya, serta strategi pengukuran yang dilakukan dengan melihat jumlah peningkatan fans sesudah diadakan perlombaan dengan menggunakan aplikasi *Photo Xploration*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *online* Public Relations PT XL Axiata Tbk dalam upaya menjangkau fans pada Fan Page Facebook XL Rame dengan menggunakan aplikasi *Photo Xploration* sesuai dengan KPI yang telah ditetapkan sebelumnya, yakni sepuluh persen dari jumlah fans pada saat itu yang berjumlah dua juta fans.

Penambahan fans yang ada tercatat mencapai 228.808 fans. dihitung mulai dari bulan Juni, yaitu sebelum adanya perlombaan dengan menggunakan aplikasi *Photo Xploration*, hingga bulan Agustus, setelah perlombaan dengan menggunakan aplikasi *Photo Xploration* telah dijalankan sebanyak dua kali.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Kajian *social media* adalah sebuah kajian yang menarik, terlebih di era digital seperti sekarang ini. Penelitian mengenai analisis *social media* pun semakin banyak jumlahnya. Diharapkan penelitian ini akan merangsang

penelitian lanjutan dalam pendekatan kuantitatif sehingga penemuan yang ada dapat lebih komprehensif.

5.2.2 Saran Praktis

Strategi *social media* melalui perlombaan dengan menggunakan aplikasi Photo Xploration yang diselenggarakan oleh PT XL Axiata Tbk dalam Fan Page Facebook XL Rame tak dapat dipungkiri cukup menghasilkan efek viral yang besar, terutama di kalangan fans dari *Fan Page* Facebook XL Rame itu sendiri. Alangkah lebih baiknya, bila dalam perlombaan yang selanjutnya akan diselenggarakan oleh PT XL Axiata dapat bersifat lebih edukatif.

UMMN