



### **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

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait pemanfaatan blog Kompasiana dalam mempromosikan produk PT Bank Danamon Indonesia, Tbk. melalui *Blog Competition* ‘Buktikan, Saatnya Enggak Ribet untuk Perjalanan Liburanmu’, peneliti menyimpulkan bahwa PT Bank Danamon Indonesia, Tbk. tidak menggunakan matriks sebagai tolak ukur dalam kegiatan *social media* seperti konsep Peter R.Scott dan J. Mike Jacka. Hal ini secara tidak langsung dapat menyebabkan kegiatan *social media* yang dijalankan menjadi tidak terukur dan sulit berkembang.

Adapun hambatan yang terjadi dalam kegiatan promosi produk *e-channel* Bank Danamon yaitu terbatasnya *tools* riset untuk pengukuran dan evaluasi dari program yang dilaksanakan. Proses pelaksanaan program dimulai dari riset, perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi kegiatan menjadi kurang terintegrasi. Hal ini mengakibatkan sulit untuk mendapatkan data secara spesifik bahwa *Blog Competition* ini memiliki dampak dalam mempromosikan produk Bank Danamon sendiri.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti melihat bahwa penelitian ini dalam waktu yang akan datang dapat diteliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal ini digunakan untuk mengetahui secara jelas dampak dari penggunaan media sosial khususnya blog sebagai media promosi produk suatu perusahaan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan saran perbaikan yaitu dalam perencanaan media sosial lebih baik memiliki matriks yang digunakan sebagai indikator atau tolak ukur untuk mengevaluasi kegiatan media sosial. Hal ini dilakukan agar pihak-pihak yang memanfaatkan media sosial dalam melaksanakan programnya dapat memaksimalkan peran dan fungsi dari media tersebut.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA