



### **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

Pada bab ini akan dipaparkan simpulan dan saran yang diperoleh dari hasil dan pembahasan penelitian Strategi Konten Media Sosial PT Global Loyalty Indonesia dalam Membangun Customer Engagement (Studi kasus: Instagram @Ponta\_id).

#### 5.1 Simpulan

Peran media sosial seperti Instagram membantu Ponta untuk berinteraksi, membangun *engagement*, serta promosi bagi Ponta. Melalui media sosial, perusahaan dapat menjangkau publik yang lebih luas dan semakin dekat dengan pelanggannya. Hal ini terjadi karena kemudahan media sosial untuk diakses di mana dan kapan saja. Hal yang terpenting yang selalu diperhatikan Ponta adalah strategi pengelolaan konten sehingga tujuan dari perusahaan menggunakan media sosial dapat tercapai.

Ponta mengenali pelanggannya yang suka dengan konten yang sederhana dan menghibur sehingga strategi yang Ponta lakukan pada akun Instagram yaitu membagikan konten-konten yang lucu dan mendorong pelanggan untuk berinteraksi dengan perusahaan meskipun beberapa dari konten yang lucu tersebut masih berhubungan dengan Ponta sendiri.

Dari empat tahapan *customer engagement* yaitu, *consumption*, *curation*, *creation*, dan *collaboration*, Ponta telah membangun *engagement* sampai pada tahapan ketiga. Ponta membagikan konten pada media sosial sehingga ada proses membaca, melihat, mendengar (*consumption*), lalu adanya komentar dan penilaian pada konten tersebut (*curation*), terakhir adanya pelanggan yang memberikan testimoni atau pengalaman menggunakan kartu Ponta pada akun media sosialnya (*creation*).

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu, penelitian untuk mengetahui strategi konten media sosial untuk membangun *customer engagement* dapat dilakukan pada media sosial lainnya seperti Facebook atau Twitter serta metode penelitian yang digunakan dapat menggunakan metode kuantitatif.

### 5.2.2 Saran Praktis

Ponta dapat mengembangkan strategi kontennya sehingga kedua tipe konten yaitu internal dan hiburan dapat memperoleh *engagement* yang tinggi sehingga perusahaan dapat meningkatkan *engagement* dengan pelanggan pada tahap selanjutnya.