



### **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

*Event* Kompasianival 2018 merupakan kelanjutan dari *event* sejenis yang dilakukan rutin di setiap tahun, dengan tema dan konsep yang berbeda, redaksi Kompasiana berusaha menyajikan *event* yang nantinya bisa menarik atensi Kompasianer maupun non Kompasianer sebanyak mungkin untuk datang ke *event* tersebut.

Target *audience* dari *event* ini sendiri, tidak berubah, difokuskan pada Kompasianer serta publik non Kompasianer yang diharapkan nantinya makin mengenal keberadaan Kompasianer sebagai *platform blog* yang dikelola oleh Kompasiana. Kompasianer yang mengikuti *event* tersebut diharapkan dapat mengikuti *event* Kompasianival selanjutnya dan tetap menjadi penulis di Kompasiana, sedangkan non Kompasianer diharapkan juga agar nantinya dapat bergabung di Kompasiana.

Daya Tarik *event* Kompasianival 2018 terletak pada strategi yang diterapkan panitia, dalam *event* tersebut, panitia memadukan tiga jenis kegiatan yaitu *workshop*, *meet the expert* dan hiburan. *Workshop* yang diadakan bertujuan untuk memberikan pengetahuan baru bagi Kompasianer, sedangkan *meet the expert* merupakan strategi yang menjadi daya tarik dari *event* Kompasianival 2018 karena mengundang pakar-pakar yang sedang

banyak dibicarakan, terakhir adalah hiburan, *event* Kompasianival 2018 menyajikan juga hiburan untuk para Kompasianer dan non Kompasianer yang hadir.

Sebagai *event* tahunan yang rutin, Kompasianival 2018 berpeluang untuk memperkuat loyalitas Kompasianer untuk tetap mengingat *brand* Kompasiana dan Kompasianer tetap menulis di Kompasiana. Ikatan emosional antara Kompasiana dan Kompasianer sudah terbangun dari *event* kecil yang diadakan oleh Kompasiana, seperti *event* Kompasiana Nangkring, Kompasiana Kopiwriting, dan *event* kecil lainnya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Strategi *Event* Kompasiana Karnaval dalam Membangun Loyalitas Kompasianer (Studi Kasus *Event* Kompasianival 2018)” serta analisis yang telah dilakukan, peneliti menyampaikan saran untuk Akademis dan Perusahaan, diantaranya sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana Strategi *Event*

Kompasiana Karnaval dalam Membangun Loyalitas Kompasianer.

Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya membahas mengenai

Strategi Kompasiana dalam Membangun Hubungan dengan

Kompasianer dan penelitian ini dapat diteliti menggunakan pendekatan

penelitian kualitatif.

### 5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melihat perlunya bagi perusahaan untuk membuat suatu *event* tertentu yang memang dikhususkan untuk membangun loyalitas kompasianer. Kompasiana perlu mengadakan FGD untuk mendapatkan informasi dari Kompasianer *event* yang menarik dan memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu juga meningkatkan kualitas dari *event* Kompasianival evaluasi yang diberikan oleh Kompasianer menjadi suatu pertimbangan untuk mengadakan *event* Kompasianival selanjutnya.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA