

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Peran media sosial Instagram membantu Little Hannah dalam berinteraksi dengan pelanggan, membangun *engagement*, serta memperkenalkan produknya. Melalui media sosial, perusahaan mampu untuk menjangkau publik yang lebih luas lagi dan dapat menjalin hubungan yang semakin dekat dengan pelanggan. Hal ini dapat mungkin terjadi karena kemudahan media sosial untuk diakses kapanpun dan dimana saja. Hal terpenting yang akan selalu diperhatikan Little Hannah ialah strategi pengelolaan konten agar tujuan dari perusahaan menggunakan media sosial dapat tercapai dengan maksimal.

Sejak 2011 senantiasa menyediakan produk-produk berkualitas tinggi untuk ibu dan anak yang tidak mudah ditemukan di Indonesia karena semua produk telah dikurasi dengan saksama, melewati *Quality Check* berstandar internasional, serta *hand picked* dari negara asal produk tersebut sehingga kualitas merupakan hal utama. Little Hannah juga diterima dengan baik di dalam masyarakat dan selalu mendapat tanggapan positif selama ini dengan semua konten media sosialnya dalam upaya untuk membangun hubungan dengan pelanggan potensial.

Little Hannah mengenali pelanggannya yang menyukai konten-konten edukatif namun juga konten yang ringan dan menghibur sehingga Little Hannah berinteraksi dengan pelanggannya dengan konten yang sesuai dengan preferensi para pelanggan guna membangun hubungan serta interaksi yang kuat.

Dari empat tahapan *customer engagement*, yaitu *consumption*, *curation*, *creation*, dan *collaboration*, Little Hannah telah membangun *engagement* sampai pada tahapan keempat. Little Hannah dengan jelas telah menerapkan strategi konten dan selalu membagikan konten variatif, kreatif, dan interaktif dalam media sosial Instagramnya sehingga ada proses membaca, melihat, mendengar (*consumption*), lalu adanya respon balik dari pelanggan seperti komentar dan penilaian terhadap konten tersebut (*curation*), adanya pelanggan yang memberikan testimoni produk berdasarkan pengalaman saat menggunakan produk dan merasakan layanan Little Hannah pada akun media sosial masing-masing pelanggan (*creation*), serta adanya kerjasama antara Little Hannah dengan *brand* lain atau individu lain seperti *influencers* sehingga merangsang interaksi yang lebih besar dari audiens yang terdapat di akun media sosial Instagram Little Hannah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang kemudian dapat dipertimbangkan Little Hannah dalam membentuk strategi konten media sosial yang lebih baik di waktu mendatang.

5.2.1 Saran Akademis

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan di kemudian hari juga dapat dilaksanakan penelitian untuk mengetahui strategi konten media sosial dalam membangun *customer engagement* yang dilakukan pada media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, dan Youtube. Selain itu, metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif.

5.2.2 Saran Praktis

Little Hannah dapat mengembangkan strategi kontennya sehingga kedua tipe konten yaitu *hardselling* (promosi produk) dan *softselling* (hiburan) dapat sama-sama memperoleh *engagement* yang tinggi sehingga perusahaan dapat meningkatkan *engagement* ke tahap selanjutnya.