

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan kalau perusahaan Loreca membentuk komunitas Loreca Babes untuk memenuhi tujuan perusahaan, salah satunya adalah meningkatkan loyalitas pelanggan. Hubungan perusahaan dengan pelanggan perlu dijaga untuk keberlangsungan perusahaan dalam jangka waktu panjang. Pembentukan komunitas Loreca Babes membawa banyak manfaat bagi perkembangan perusahaan yaitu perusahaan bisa mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan yang berguna bagi pembuatan produk baru atau program yang akan dibuat oleh perusahaan dalam menghadapi kompetisi antar kompetitor, mendekatkan hubungan perusahaan dengan pelanggan melalui kegiatan-kegiatan komunitas, dan mampu menambah pelanggan baru.

Penelitian ini berfokus kepada konsep strategi pembentukan *brand community* secara matang dengan menjawab 6 pertanyaan fondasi, pembangunan *sense of community* di antara para anggota, dan strategi peningkatan loyalitas perusahaan. Pengumpulan informasi dilakukan melalui wawancara dengan dua partisipan dari perusahaan Loreca yaitu partisipan Felita selaku direktur utama Loreca dan partisipan Metta selaku *social media specialist* yang bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengeksekusi *brand community* Loreca Babes. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, perusahaan Loreca sudah melakukan strategi pembentukan *brand community* yang matang dengan memenuhi 6 pertanyaan fondasi perencanaan, memenuhi 4 aspek *sense of community* agar anggota komunitas bisa bertahan di komunitas Loreca Babes, dan sudah melaksanakan 8 taktik dari strategi peningkatan loyalitas perusahaan. Hasil peningkatan loyalitas bisa terlihat dari kenaikan interaksi aktif anggota Loreca Babes di kolom komentar Instagram, banyaknya jumlah konten yang telah dibuat, merekomendasikan produk Loreca di Instagram, dan antusiasme anggota untuk ikut kegiatan-kegiatan komunitas Loreca Babes berdasarkan observasi peneliti.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti melihat adanya sebuah *gap* atau kekurangan dari penelitian ini dimana media komunikasi Discord kurang aktif untuk berinteraksi dengan para anggota komunitas untuk menambah kedekatan hubungan. Media Discord Loreca Babes lebih didominasi oleh komunikasi yang bersifat satu arah karena seringkali pengurus Loreca Babes lebih aktif memberitakan pengumuman dibanding membuat percakapan dua arah kepada para anggota. Dilihat dari adanya kesenjangan tersebut, saran dari segi akademis adalah pada penelitian selanjutnya, peneliti bisa meneliti dari medium atau *channel brand community*

5.2.2 Saran Praktis

Melalui konsep strategi *brand community* dan strategi loyalitas pelanggan, Loreca sudah melakukan seluruh rangkaian strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuannya tetapi akan lebih baik jika pengumpulan *database* dilakukan tidak hanya melalui survey tetapi juga melalui wawancara untuk mengetahui informasi lebih mendalam. Selain itu, berdasarkan observasi peneliti, sebaiknya pengurus komunitas Loreca Babes lebih aktif untuk memulai percakapan dengan para anggota agar menambah kedekatan hubungan dengan audiens. Biasanya pengurus komunitas akan lebih aktif untuk memberitahu pengumuman dibanding berinteraksi dengan para anggota. Oleh sebab itu, pihak Loreca perlu meninjau kembali penggunaan media komunikasi atau menambah jenis media komunikasi sehingga proses komunikasi yang terjadi tidak bersifat satu arah saja melalui pengumuman aktivitas