

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Proses komunikasi yang dilakukan oleh *Somethinc Town Community* dalam menumbuhkan loyalitas terbagi menjadi tiga cara, Pertama, menggabungkan semua pihak dalam suatu group *Somethinc Town* lakukan agar setiap individu dapat melihat secara langsung siapa saja yang terlibat dalam komunitas, dan hal ini juga menjadi transparansi bagi semua pihak sehingga mencegahnya konflik-konflik. Kedua, *Somethinc Town Community* kerap melakukan sebuah kegiatan atau event, baik itu secara daring (dalam jaringan) atau luring (luar jaringan) guna mempertemukan berbagai pihak dan menyatukannya. Ketiga, pada momen-momen special *Somethinc* juga memberikan perlakuan khusus kepada anggotanya, dengan memberikan hadiah atau ucapan pada hari ulang tahun bahkan saat anggota sakit. Upaya ini tidak hanya mempererat hubungan tetapi juga meningkatkan loyalitas terhadap brand dan komunitas. Keempat, adanya apresiasi keaktifan dalam bentuk poin yang akan membuat setiap individu berusaha untuk selalu aktif karena adanya hadiah dari apa yang sudah mereka lakukan.
2. Engagement dari masyarakat juga *Somethinc Town Community* tingkatkan melalui berbagai strategi, seperti membuat konten yang relevan. Seperti di saat hari raya Ied, memproduksi konten yang relevan dengan hari raya tersebut. Lalu, melaksanakan CFD atau Car Free Day, mereka membagikan sunscreen secara gratis dalam bentuk kepedulian menjaga kulit dan memotivasi masyarakat agar mencintai diri sendiri. *Somethinc Town Community* juga mengembangkan engagement dengan konsumen melalui kampanye yang melibatkan partisipasi aktif. Program interaktif di media sosial, seperti challenge dan giveaway, berhasil mendorong konsumen untuk berinteraksi dengan merek. Kampanye seperti *#SomethincEmpties* dan *#DoSomethincPositive* tidak hanya meningkatkan visibilitas merek,

tetapi juga menciptakan rasa kebersamaan di antara anggota. Pendekatan yang unik dalam membangun komunikasi dengan *content creator*. Komunitas *Somethinc Town* menciptakan ruang bagi mereka untuk berbagi ide dan pengalaman. Semua upaya ini berkontribusi pada citra positif perusahaan dan membangun komunitas yang solid serta suportif yang dapat memperkuat posisi merek di pasar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dengan pendekatan yang lebih mendalam yakni dengan mengikuti kegiatan *online* dan *offline* komunitas *Somethinc* secara langsung. Melalui partisipasi langsung dalam kegiatan tersebut, peneliti selanjutnya dapat memperoleh wawasan yang lebih kaya tentang dinamika komunitas ini. Selain itu melakukan wawancara dengan *staff Somethinc Town Community* akan memberikan perspektif yang berguna mengenai strategi dan tujuan komunitas. Penelitian selanjutnya juga perlu mencakup wawancara dengan anggota komunitas yang laki-laki untuk menggali pandangan baru terkait dunia kecantikan. Melibatkan perspektif yang lebih beragam, penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang peran komunitas dalam membangun citra positif perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

Somethinc Town Community dapat memperkuat strategi komunikasinya dengan meningkatkan interaksi langsung antara anggota melalui kegiatan *offline* yang lebih teratur, contohnya seperti weekly sport, study tour dan sebagainya. Kegiatan seperti ini tidak hanya akan meningkatkan rasa kepemilikan anggota, tetapi juga memberikan kesempatan bagi mereka untuk lebih dekat dengan satu sama lain. Selain itu, komunitas ini perlu memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk komunikasi interaktif, seperti mengadakan challenge dan giveaway yang dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. Program loyalitas juga bisa dikembangkan untuk memberikan penghargaan kepada anggota yang aktif berpartisipasi, seperti diskon atau produk gratis, sehingga mendorong keterlibatan

yang lebih besar. Evaluasi berkala terhadap program dan kampanye yang dijalankan juga sangat penting untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.