



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Triska Noviani
44313010023

**Pengelolaan *Social Media* Facebook Fanpage Bebeclub PT Nutricia Indonesia
Sejahtera Dalam Membangun *Engagement* Untuk Menciptakan Loyalitas
Konsumen**

Jumlah halaman : 95 Halaman

Bibliografi : 29 Acuan Buku + 4 Jurnal + 3 Infografis Data Survey (2003 – 2017)

ABSTRAK

Perkembangan dunia digital yang pesat memiliki konsekuensi bagi dunia pemasaran. Pemasaran *digital* membuka saluran baru untuk berkomunikasi antara *brand* dengan konsumennya melalui *social media*. Seperti Bebelac yang menggunakan *social media* Facebook Fanpage untuk berkomunikasi langsung dengan konsumennya dalam menjalin kedekatan secara lebih personal.

Dalam pengelolaan Facebook Fanpagenya, Bebelac mengintegrasikan elemen-elemen utama dari strategi *social media marketing* mulai dari *content, monitoring and respond, amplify*, dan *lead* serta menerapkan *User Generated Content* dalam membangun *engagement* untuk menciptakan loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *in-depth interview*, observasi partisipan, dan dokumentasi (studi pustaka) serta menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data.

Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan Fanpage Bebeclub dalam membangun *engagement* sebagai salah satu upaya untuk menciptakan Loyalitas Konsumen telah dilakukan dengan perencanaan yang tepat, interaksi yang dihasilkan sangat kuat dan mampu mencapai *Key Performance Index (KPI)*. Bebeclub sangat berfokus pada kualitas *content* serta *monitoring respond* yang cepat. Sehingga mampu membuat para konsumen merasa didengar, dihargai, dan menganggap Bebeclub sebagai “teman” yang telah sesuai dengan objektif pembuatan Fanpage Bebeclub itu sendiri. Hal tersebut menunjukkan terbentuknya *trust* yang dapat mendasari terciptanya loyalitas konsumen kepada *brand* Bebelac.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Interactive, Digital Media, Social Media Marketing, Facebook, Brand Engagement, Loyalitas Konsumen.*