

Analisis Customer Engagement pada Akun Instagram @flip_id Menggunakan The Circular Model of Some = Customer Engagement Analysis on Instagram Account @flip_id Using The Circular Model of Some

Asiah Hani Tsabatiyya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537472&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis customer engagement pada akun Instagram @flip_id dengan menggunakan pendekatan Model Circular Some. Keterlibatan pelanggan di media sosial semakin penting bagi bisnis dalam mencapai tujuan pemasaran mereka. Model Circular Some digunakan sebagai kerangka kerja untuk memahami dan menganalisis interaksi antara akun Instagram @flip_id dan pengikutnya. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari akun Instagram @flip_id, seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, dan interaksi pengguna. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan Model Circular Some yang terdiri dari empat tahap: share, optimize, manage, dan engage. Tahap share melibatkan analisis konten yang diposting oleh akun @flip_id serta pemahaman tentang preferensi pengikutnya. Tahap optimize mencakup evaluasi terhadap interaksi yang terjadi antara akun dan pengikut, termasuk tingkat respons dan keaktifan. Tahap manage fokus pada strategi untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui konten yang menarik dan interaksi yang lebih langsung. Tahap engage melibatkan evaluasi dan penyesuaian strategi berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi bisnis dan pemasar dalam merancang strategi pemasaran yang efektif melalui akun Instagram. Dengan memahami tingkat keterlibatan pelanggan dan menerapkan pendekatan Model Circular Some, perusahaan dapat meningkatkan kualitas interaksi dengan pengikutnya dan memperkuat hubungan dengan calon pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan tentang strategi pemasaran melalui media sosial dan memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang ini.

.....

This study aims to analyze the level of customer engagement on the Instagram account @flip_id using The Circular Model of Some approach. Customer engagement on social media has become increasingly important for businesses to achieve their marketing goals. The Circular Model of Some is utilized as a framework to understand and analyze the interactions between the @flip_id Instagram account and its followers. The research methodology involves data collection from the @flip_id Instagram account, including follower count, engagement rates, and user interactions. The collected data is then analyzed using The Circular Model of Some, which consists of four stages: share, optimize, manage, and engage. The share stage involves analyzing the content posted by the @flip_id account and understanding the preferences of its followers. The optimize stage includes evaluating the interactions between the account and its followers, including responsiveness and activity levels. The manage stage focuses on strategies to enhance customer engagement through compelling content and more direct interactions. The engage stage involves evaluating and adjusting strategies based on previous analysis results. This study has practical implications for businesses and marketers in designing effective marketing strategies through Instagram accounts. By understanding the level of customer engagement and applying The Circular Model of Some approach,

companies can improve the quality of interactions with their followers and strengthen relationships with potential customers. Furthermore, this research contributes to the development of knowledge about social media marketing strategies and provides a foundation for further research in this field.