

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Implementasi strategi pengelolaan berdasarkan teori Cutlip & Center pada Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah berhasil meningkatkan *engagement rate*, dari 0,25% menjadi 2,36% dalam waktu tiga puluh hari atau genap satu bulan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi dalam meningkatkan interaksi audiens. Peningkatan ini dihitung melalui kalkulator *engagement rate* Socialblade.com, yang merupakan alat yang kredibel dalam mengukur *engagement rate*.

Strategi pengelolaan konten mencakup beberapa langkah dan berfokus pada peningkatan interaksi audiens. Pemilihan waktu publikasi yang tepat merupakan salah satu langkah yang penting dalam penerapan strategi ini. Pada strategi ini publikasi dilakukan antara pukul 8 pagi hingga 2 siang setiap hari. Pemilihan waktu ini didasarkan melalui analisis perilaku audiens dan riset yang telah dilakukan tentang waktu terbaik mengunggah konten di Instagram. Kemudian, konten yang dipublikasikan juga sangat beragam dan menarik, mencakup berbagai tema seperti informasi, edukasi dan hiburan. Konten Edukasi yang berisi edukasi tentang jurnalistik ternyata menjadi yang paling digemari oleh audiens berdasarkan analisis yang sudah penulis lakukan.

Lalu, penggunaan berbagai fitur konten seperti single post, carousell dan reels juga berdampak besar terhadap peningkatan *engagement rate*. Fitur konten carousell berhasil menarik perhatian audiens lebih banyak dibandingkan fitur konten lainnya.

Meskipun strategi ini telah berhasil mencapai target yaitu meningkatkan *engagement rate* secara signifikan, masih terdapat beberapa konten yang dibuat oleh pengelola Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah, tidak memiliki interaksi yang cukup besar seperti

konten yang telah penulis buat. Untuk mengatasi hal ini, dapat diterapkan Teknik CTA di setiap postingan untuk melakukan pendekatan dengan audiens sehingga interaksi dapat terjadi. Dengan kombinasi antara jadwal posting yang konsisten, konten yang variatif, pemilihan tema konten yang tepat dan pemanfaatan fitur Instagram dengan baik, strategi pengelolaan konten ini berhasil meningkatkan *engagement rate* secara signifikan, walaupun masih perlu upaya lebih lanjut untuk meningkatkan jumlah interaksi keseluruhan pada setiap postingan. Selain itu, konten dengan fitur story ternyata dapat mempengaruhi *engagement rate*. Fitur story juga dapat membantu keterlibatan dan interaksi audiens dengan suatu merek. Pada strategi yang dilakukan oleh penulis, penulis hanya menerapkan fitur konten single post, carousell dan reels. Sehingga variasi konten dapat menambahkan fitur konten story untuk dapat membantu *engagement*.

5.2 Saran

a. Variasi Konten

Variasi konten dapat ditambahkan oleh beberapa variasi tambahan seperti storytelling edukasi, vlog liputan informatif, konten terkait kuliner dan wisata Jawa Tengah dan konten-konten yang membahas tentang apa yang sedang hangat melalui kacamata pembuat konten. Konten-konten lainnya seperti tema edukasi terkait pembahasan seputar jurnalistik. Selain itu, konten-konten dapat dibuat dengan bahasa yang santai dan sopan sehingga audiens tidak merasa terbatas untuk berinteraksi. Kemudian, fitur konten story dapat ditambahkan. Strategi yang dilakukan oleh penulis hanya membuat fitur konten single post, carousell dan reels. Penulis berikutnya dapat menambahkan fitur konten story pada penelitian terapan selanjutnya. Fitur konten story dapat dibuat desainnya secara khusus atau membagikan ulang konten-konten feeds yang sudah diunggah.

b. Waktu Publikasi yang Berbeda

Menentukan waktu publikasi yang tepat merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan target keberhasilan. Waktu publikasi konten yang berbeda dari yang penulis terapkan dapat dicoba untuk melihat hasil lainnya. Melalui data analitik Instagram, dapat dilihat pola interaksi audiens. Berdasarkan hasil penerapan strategi ini, jadwal publikasi yang optimal dapat ditetapkan untuk memaksimalkan jangkauan dan *engagement*. Publikasi konten yang telah penulis buat dilakukan secara konsisten dari pukul 8 pagi hingga 2 siang, tetapi peneliti selanjutnya dapat mencoba berbagai waktu publikasi lainnya untuk menemukan waktu yang paling tepat dan efektif dalam meningkatkan interaksi. Strategi ini menunjukkan keberhasilan karena dilakukan dengan konsisten. Peneliti selanjutnya dapat mengadopsi pendekatan berbasis data untuk mengetahui waktu publikasi yang paling efektif dan beradaptasi dengan perubahan perilaku audiens.

c. Interaksi dengan audiens

Dalam Instagram memiliki fitur balas atau *reply* yang berfungsi untuk membalas suatu komentar. Selama implementasi strategi yang penulis buat, pengelola akun Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah kurang aktif dalam membalas komentar yang berinteraksi di postingan konten Instagram @antarajateng. Oleh karena itu, pengelola akun Instagram Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah disarankan untuk membalas komentar-komentar yang berinteraksi di setiap konten yang diunggah. Dengan memberi *feedback* yang baik, audiens merasa dihargai dan menimbulkan kedekatan antara audiens dan suatu merek. Hal tersebut merupakan salah satu cara untuk meningkatkan *engagement* dan interaksi audiens serta menambah pengikut.

d. Konten Kreator

Konten kreator dalam pembuatan konten adalah salah satu factor penting dalam pembuatan konten. Dengan adanya konten kreator, konten-konten yang diunggah dapat menjadi lebih berkualitas dan produktif. Perum LKBN ANTARA Biro Jawa Tengah dapat menambah divisi konten kreator untuk pembuatan konten kedepannya.