

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil proyek tugas akhir yang dibuat oleh penulis, Tahapan pembuatan video konten *company profile* pada akun TikTok Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora telah terlaksana melalui tiga tahap utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, disusun konsep, skenario, serta penentuan alur narasi yang sesuai dengan kebutuhan instansi. Tahap produksi kemudian dilakukan dengan pengambilan gambar menggunakan peralatan produksi yang relevan untuk menghasilkan kualitas video yang baik. Selanjutnya, tahap pasca produksi dilakukan dengan *editing*, penambahan *voice over*, terjemahan, tulisan, musik, dan sampul, sehingga menghasilkan video yang utuh dan komunikatif.

Hasil dari proses tersebut berupa sepuluh video *company profile* yang dikemas dalam format ringan khas media sosial TikTok. Pemilihan platform ini didasari pertimbangan bahwa TikTok merupakan media yang mudah diakses oleh masyarakat luas dengan karakteristik penyajian yang singkat, jelas, dan menarik. Dengan pendekatan tersebut, konten yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan publik yang menginginkan informasi cepat tetapi tetap bermakna. Setiap video yang diproduksi memiliki pesan visual yang selaras dengan judul dan tujuan konten. Pesan visual ini dirancang agar masyarakat dapat memahami layanan, peran, serta fungsi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan secara sederhana namun mendalam. Elemen visual seperti gambar, teks tambahan, narasi, dan musik dipadukan untuk menciptakan daya tarik sekaligus memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Pemahaman masyarakat terhadap peran dinas meningkat karena penyajian informasi melalui video lebih mudah diterima dibandingkan media komunikasi konvensional. Konten dengan gaya ringan membuat audiens merasa lebih dekat dengan instansi, sehingga pesan yang bersifat edukatif dapat diterima dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan video dalam TikTok mampu

memperkuat citra positif sekaligus meningkatkan pemahaman tentang pentingnya literasi dan kearsipan. Keberhasilan penyampaian informasi dalam sepuluh video ini juga dipengaruhi oleh strategi distribusi konten. Selain diunggah di TikTok, video tersebut juga diintegrasikan ke Instagram melalui tautan di bio, sehingga memperluas akses masyarakat. Strategi ini membuktikan bahwa pemanfaatan lintas platform digital memberikan efektivitas lebih tinggi dalam menjangkau audiens dengan preferensi media sosial yang beragam. Selain menghasilkan konten video, penelitian ini juga menghasilkan modul penggunaan TikTok untuk *branding*. Modul tersebut disusun sebagai panduan praktis dalam mengelola konten secara sistematis, mulai dari perencanaan, produksi, hingga evaluasi. Kehadiran modul menjadi nilai tambah yang dapat membantu instansi maupun pihak lain dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan *branding*.

Pesan visual yang dimuat dalam video telah diatur dengan cermat agar sesuai dengan tujuan dan karakteristik instansi. Setiap judul video menggambarkan aspek tertentu dari Dinas Perpustakaan dan Kearsipan, mulai dari layanan perpustakaan, program literasi, hingga fungsi kearsipan. Dengan demikian, video tidak hanya menjadi media promosi, tetapi juga sarana edukasi publik. Evaluasi terhadap keberhasilan video dilakukan melalui analisis insight TikTok dan survei kepuasan masyarakat. Hasilnya menunjukkan lebih dari 80% responden merasa puas terhadap isi konten yang disajikan. Indikator tersebut menegaskan bahwa tujuan pembuatan video, yakni memberikan pemahaman sekaligus meningkatkan *branding* instansi, dapat tercapai dengan baik. Keberhasilan ini juga tidak terlepas dari kesesuaian media yang dipilih. TikTok sebagai platform populer mampu menjembatani komunikasi antara instansi dan masyarakat dengan cara yang lebih interaktif, kreatif, dan sesuai tren digital saat ini. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan informasi publik dan peningkatan citra lembaga.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pembuatan video *company profile* melalui TikTok terbukti efektif dalam mendukung strategi *branding* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora. Dengan melalui

tahapan produksi yang sistematis, pemilihan pesan visual yang tepat, integrasi lintas platform, serta evaluasi yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi, *video company profile* mampu menjadi sarana komunikasi publik yang inovatif, mudah diakses, dan berdampak positif bagi peningkatan pemahaman masyarakat.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai optimalisasi media sosial TikTok sebagai sarana peningkatan *branding* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora, penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi pengembangan pengelolaan media sosial instansi di masa mendatang.

1. Perlu adanya perencanaan konten yang terstruktur dan konsisten. Dinas disarankan untuk menyusun kalender konten (*content calendar*) agar proses produksi dan distribusi video di TikTok dapat berjalan lebih terarah. Jadwal unggah yang konsisten akan membantu meningkatkan frekuensi tampilnya akun pada algoritma TikTok dan menjaga perhatian audiens terhadap konten yang dipublikasikan.
2. Meningkatkan kreativitas dan inovasi konten melalui pendekatan yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik platform TikTok. Pemanfaatan konsep *storytelling*, penggunaan audio yang sedang tren, dan penyajian visual yang dinamis diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konten.
3. Pemanfaatan tren dan *hashtag* populer secara strategis. Mengikuti tren (*trend-jacking*) yang relevan dengan isu literasi, budaya baca, dan layanan perpustakaan akan membuat konten lebih mudah menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan *hashtag* populer dan pembuatan *hashtag* khusus instansi juga akan membantu membangun identitas digital.
4. Memperkuat interaksi dengan audiens dan menjalin kolaborasi. Akun TikTok dinas dapat secara aktif berinteraksi melalui balasan komentar, sesi siaran langsung (*live*), maupun ajakan partisipasi melalui tantangan (*challenge*). Selain itu, kerja sama dengan duta literasi, komunitas baca,

sekolah, maupun kreator lokal dapat memperluas jaringan audiens dan memperkuat positioning akun TikTok sebagai media edukasi literasi.

5. Perlunya evaluasi dan analisis performa konten secara berkala. Pemanfaatan TikTok *Analytics* atau alat analisis lainnya dapat digunakan untuk memantau perkembangan performa konten (jumlah penayangan, interaksi, komentar, dan bagikan) sehingga strategi konten dapat disesuaikan berdasarkan data yang akurat.
6. Penguatan identitas visual dan *branding* instansi pada setiap konten. Logo, warna khas, *tagline*, serta gaya visual yang konsisten akan membangun citra profesional dan mempermudah masyarakat mengenali akun resmi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora di tengah banyaknya konten di media sosial.
7. Pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang mengelola media sosial juga sangat penting. Dinas disarankan untuk memberikan pelatihan teknis dan kreatif bagi pengelola agar memiliki pemahaman tentang strategi konten, teknik pengambilan gambar, penyuntingan video, *copywriting*, serta manajemen algoritma TikTok.
8. Integrasi konten TikTok dengan platform media sosial lain seperti Instagram Reels, YouTube Shorts, dan Facebook dapat dijadikan strategi lanjutan agar pesan literasi dan *branding* instansi menjangkau audiens yang lebih luas dengan memanfaatkan satu produksi konten untuk berbagai platform (*cross-platform*).

Melalui penerapan saran-saran tersebut, diharapkan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Blora mampu mengoptimalkan penggunaan TikTok sebagai media komunikasi publik yang kreatif, efektif, dan berkesinambungan. Upaya ini diharapkan tidak hanya meningkatkan citra dan *branding* instansi, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan literasi, minat baca, dan kesadaran masyarakat terhadap layanan perpustakaan serta pentingnya pengelolaan arsip di Kabupaten Blora.