

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi yang dilakukan terhadap penerapan strategi konten interaktif pada akun Instagram @kedaitinari_, dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Penerapan strategi konten interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pengikut akun @kedaitinari_. Kenaikan tertinggi terjadi pada minggu kedua, dengan peningkatan sebesar 40,7%, yang menunjukkan adanya respon positif dari *audiens* terhadap konten yang dipublikasikan secara konsisten. Jenis konten yang dipublikasikan pada minggu kedua adalah konten lifestyle, informasi seputar menu makanan, dan promosi.
2. Berdasarkan hasil *post-survey*, sebanyak 61,1% responden menilai bahwa konten-konten yang diunggah oleh Kedai Tinari bersifat menarik, interaktif, dan mampu mendorong *audiens* untuk mengikuti akun Instagram @kedaitinari_, khususnya pada periode unggahan bertema promosi 17 Agustus.
3. Format *carousel* menjadi jenis konten yang paling efektif dalam mengomunikasikan pesan brand sekaligus meningkatkan interaksi *audiens*. Format ini memungkinkan penyajian informasi yang lebih lengkap dan menarik secara visual.
4. Penggunaan warna biru dan merah secara konsisten pada setiap unggahan membantu memperkuat *brand identity* Kedai Tinari. Warna tersebut menjadi elemen visual khas yang memudahkan *audiens* mengenali konten dari akun @kedaitinari_.
5. Secara keseluruhan, strategi konten interaktif tidak hanya berhasil meningkatkan pertumbuhan pengikut, tetapi juga memperkuat citra Kedai Tinari sebagai kedai kuliner lokal yang dekat dengan gaya hidup mahasiswa dan relevan di kalangan *audiens* muda.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi terhadap penerapan strategi konten interaktif pada akun Instagram @kedaitinari_, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan untuk menjaga dan mengembangkan keberlanjutan strategi ini, antara lain:

1. Tim Kedai Tinari disarankan untuk tetap menggunakan formulasi strategi konten interaktif yang telah diuji dalam tugas akhir ini karena terbukti efektif dalam meningkatkan *followers growth* dan *engagement audiens*.
2. Penyusunan *content calendar* jangka panjang perlu dilakukan agar jadwal unggahan lebih terarah dan konsisten. Selain itu, penggunaan *template* desain yang seragam penting untuk menjaga identitas visual brand Kedai Tinari di setiap unggahan.
3. Disarankan agar Kedai Tinari melakukan pelatihan internal bagi tim media sosial, terutama dalam hal pembuatan caption yang menarik, pemanfaatan fitur-fitur interaktif seperti *Story*, *Polls*, dan *Q&A*, serta pengelolaan komunikasi dengan *audiens* secara aktif.
4. Berdasarkan hasil evaluasi, minggu kedua menunjukkan peningkatan *followers* tertinggi (40,7%), yang didorong oleh konten dengan tema *lifestyle*, informasi seputar menu makanan, dan promosi. Oleh karena itu, konten dengan *content pillar* tersebut perlu diperbanyak dan dikembangkan secara kreatif untuk terus menarik minat *audiens* baru.
5. Penerapan evaluasi rutin setiap bulan atau triwulan sangat disarankan untuk menilai efektivitas strategi terhadap pertumbuhan pengikut dan *engagement*. Data hasil evaluasi dapat dijadikan dasar untuk melakukan penyesuaian strategi di periode berikutnya.
6. Kedai Tinari perlu menjaga konsistensi unggahan serta tetap mengikuti tren media sosial yang relevan dengan target pasar. Adaptasi terhadap tren yang sedang berkembang dapat membantu menjaga relevansi brand di mata *audiens* muda.