

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Masalah utama yang diidentifikasi dalam tugas akhir berjudul “Produksi Konten Hiburan dan Edukasi pada Akun TikTok @hummingbirdsquad2020 sebagai Strategi Humas Digital dalam Meningkatkan Keterlibatan Publik dan Minat Bergabung Komunitas Badminton di Semarang” adalah kurangnya optimalisasi pemanfaatan media sosial dalam menyebarluaskan program kerja serta keterbatasan informasi fasilitas yang dapat diakses oleh calon anggota baru. Rendahnya keterlibatan publik (*engagement rate*) ini teridentifikasi dari evaluasi awal akun, di mana sebaran informasi mengenai aktivitas latihan bersama, lokasi GOR yang fleksibel, dan program bimbingan belum terekspos secara interaktif kepada khalayak sasaran yang didominasi oleh Generasi Z.

Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan produksi delapan konten video pendek berbasis tren kreatif TikTok dengan mengombinasikan unsur hiburan (*entertainment*) dan edukasi secara seimbang. Strategi produksi ini berfokus pada visualisasi keseruan المبار, keakraban antar-anggota, transparansi informasi operasional, kejelasan aksesibilitas lokasi lapangan, serta edukasi teknis berupa materi pencegahan cedera dan teknik dasar bermain badminton. Seluruh proses pengolahan pesan dan penyuntingan visual dikerjakan secara sistematis melalui aplikasi CapCut Pro untuk memaksimalkan penggunaan efek transisi populer serta penataan tata rupa teks (*subtitle*) yang adaptif terhadap karakteristik *scrolling* cepat pengguna media sosial.

Hasil evaluasi pascaproduksi menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan publik dan respons minat bergabung yang sangat signifikan melalui penerapan tahapan kerangka kerja AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Melalui analisis capaian metrik, konten hiburan yang mengikuti tren terkini terbukti efektif dalam menarik perhatian awal audiens (*Attention*) dan mendongkrak capaian interaksi dengan mengumpulkan total puluhan hingga ratusan reaksi positif (*likes, comments, dan shares*). Berdasarkan survei pascaproduksi terhadap 112 responden,

penyampaian materi edukasi yang jelas berhasil menumbuhkan rasa tertarik (*Interest*) serta pemahaman yang sangat tinggi, di mana 63,4% sangat memahami teknik dasar bermain dan 58,9% sangat memahami tata cara pencegahan cedera setelah menonton video. Penggunaan alat bantu mikrofon nirkabel juga sukses menghasilkan audio yang jernih (disetujui oleh 97,3% responden) di tengah situasi bising lapangan olahraga.

Dampak persuasif konten kemudian berhasil membangkitkan keinginan kuat audiens (*Desire*) terhadap fasilitas yang ditawarkan, di mana 50,9% responden menyatakan sangat tertarik untuk ikut bergabung setelah mengetahui informasi program *coaching* gratis. Pada tahapan akhir, konten mampu menggerakkan audiens untuk mengambil tindakan nyata (*Action*) melalui bantuan petunjuk visual animasi "*KLIK LINK IN BIO*" yang dinilai sangat jelas oleh 87,5% responden. Hasil survei tindakan mencatat bahwa 49,1% responden langsung terdorong untuk mengeksplorasi profil serta mengikuti (*follow*) akun komunitas, sementara 25,9% responden menyatakan minat spontan untuk langsung mendaftar bergabung mabar. Dengan demikian, proyek tugas akhir ini berhasil mengatasi masalah awal, meningkatkan citra positif akun, serta membuktikan efektivitas strategi komunikasi digital berbasis video pendek dan kerangka AIDA dalam menggerakkan keterlibatan publik secara nyata di platform media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut saran dari penulis untuk pengurus komunitas selanjutnya yang akan mengelola akun TikTok @hummingbirdsquad2020 demi menjaga keberlanjutan performa konten:

1. Pastikan setiap ide video direncanakan secara matang dengan menentukan tujuan edukasi, target kelompok umur penonton, pesan utama seputar fasilitas, serta format visual yang akan ditampilkan. Penggunaan alat bantu kalender konten (*content calendar*) sangat disarankan untuk mengatur jadwal produksi dan publikasi secara konsisten setiap minggunya.
2. Dalam proses produksi, tetap gunakan alat bantu pendukung seperti mikrofon nirkabel tempel (*wireless clip-on*) untuk menjaga kejernihan suara penjelasan teknik di lapangan terbuka. Gunakan visualisasi suasana mabar

yang cerah, serta buat teks penjelasan (*copywriting*) atau judul video yang singkat namun kuat di 3 detik pertama agar mampu membangun keterikatan emosional serta meningkatkan nilai interaksi penonton.

3. Setelah video pendek berhasil diunggah, admin akun harus aktif dalam membalas komentar atau *Direct Message* (DM) pertanyaan masuk (seperti info iuran dan cara daftar), serta memancing diskusi terbuka. Kecepatan merespons tanggapan audiens dalam waktu singkat setelah penayangan konten akan membantu algoritma platform TikTok mengenali video tersebut sebagai konten yang relevan untuk didistribusikan lebih luas ke halaman FYP (*For You Page*).
4. Lakukan analisis performa konten secara rutin dengan menghitung tingkat keterlibatan (*Engagement Rate/ER*) berdasarkan data penayangan, jumlah tanda suka, komentar, dan pembagian konten (*shares*). Data performa berkala ini wajib digunakan sebagai bahan acuan dasar untuk menentukan jenis konten hiburan atau edukasi mana yang paling efektif untuk dikembangkan pada periode pengelolaan berikutnya.