

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan evaluasi produk, dapat ditarik kesimpulan bahwa buku panduan *Social Media Management Guideline* (Instagram) berhasil disusun sebagai pedoman pengelolaan media sosial Instagram Star Energy (Kakap) Ltd. Buku panduan ini disusun berdasarkan hasil observasi dan analisis kondisi awal pengelolaan Instagram perusahaan yang menunjukkan belum adanya konsistensi pada aspek visual seperti identitas visual perusahaan, tipografi, tata letak, serta gaya komunikasi yang digunakan.

Proses produksi buku panduan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi dilakukan melalui observasi lapangan, eksplorasi identitas visual, survei persepsi awal audiens, dan *benchmarking* media sosial perusahaan sejenis. Selanjutnya, pada tahap produksi dilakukan perancangan konsep buku panduan, penyusunan template desain konten Instagram, serta penyusunan isi buku panduan secara lengkap yang memuat pedoman visual dan komunikasi di media sosial Instagram. Adapun dalam tahap pasca-produksi dilakukan penyerahan buku panduan, evaluasi kemudahan pengguna, evaluasi kesesuaian konten, serta analisis performa konten setelah implementasi buku panduan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa buku panduan mudah dipahami dan ditetapkan oleh pengguna. Seluruh responden yang terdiri dari atas tim External Relations menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa isi buku panduan mudah dipahami, petunjuk yang diberikan mudah diterapkan, serta template desain yang tersedia mudah untuk diikuti. Selain itu, hasil evaluasi kesesuaian konten juga menunjukkan bahwa sebagian besar konten telah memuat elemen visual dan komunikasi yang sesuai dengan pedoman yang terdapat dalam buku panduan.

Pada aspek performa konten, hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan rata-rata jumlah *likes* pada konten ucapan hari besar setelah implementasi buku panduan dibandingkan pada unggahan konten ucapan hari besar sebelum digunakannya buku panduan, yaitu peningkatan dari 11,6 *likes* menjadi 19 *likes* rata-rata. Meskipun peningkatan tersebut tidak dapat sepenuhnya dikaitkan dengan implementasi buku panduan, karena terdapat faktor lain yang memengaruhi, hasil ini menunjukkan bahwa buku panduan berpotensi memberikan kontribusi positif dalam mendukung pengelolaan konten Instagram perusahaan yang lebih terarah, konsisten, dan profesional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil produksi dan evaluasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Bagi perusahaan, buku panduan *Social Media Management Guideline* (Instagram) diharapkan dapat digunakan secara konsisten sebagai pedoman dalam pengelolaan media sosial Instagram perusahaan, khususnya dalam aspek visual dan komunikasi sehingga identitas perusahaan di media sosial dapat terjaga dengan baik. Sehingga keberadaan akun Instagram perusahaan di media sosial dapat menjadi lebih profesional dan terpercaya.
2. Perusahaan disarankan untuk melakukan pembaruan isi buku panduan secara berkala mengikuti perkembangan tren media sosial, kebutuhan komunikasi perusahaan, serta perubahan fitur-fitur Instagram yang mungkin berubah seiring dengan perkembangan zaman, agar buku panduan tetap relevan untuk digunakan.
3. Bagi peneliti atau mahasiswa selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan buku panduan serupa dengan cakupan yang lebih luas, misalnya tidak hanya panduan dalam pengelolaan media sosial Instagram saja, tetapi juga pada platform media sosial lainnya.