

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tugas akhir mengenai penerapan strategi produksi konten melalui metode AIDA pada platform Instagram *Reels* Matahariholidaybus menghasilkan beberapa temuan penting. Berdasarkan analisis yang dilakukan, strategi AIDA terbukti mampu meningkatkan jangkauan (*reach*) secara signifikan. Sebelum penerapan strategi, jumlah *reach* hanya sebesar 2.110 dengan produksi konten sebanyak 7 konten dan jumlah pengikut 500 followers. Setelah penerapan strategi AIDA, *reach* meningkat tajam menjadi 48.024 dengan produksi konten sebanyak 9 konten, yang menunjukkan adanya peningkatan jangkauan secara substansial.

Sebelum strategi dijalankan, total *reach* hanya 2.110. Setelah penerapan strategi organik, capaian meningkat menjadi 2.523 atau naik 19,5%, namun perlu dicatat strategi ini merupakan strategi dengan hasil interaksi paling tinggi walaupun peningkatan *reach* masih terbatas. Strategi kolaborasi kemudian memberikan lonjakan signifikan dengan total *reach* 18.068 atau naik 736. Hasil paling tinggi diperoleh dari strategi Instagram Ads dengan total *reach* 26.936 atau meningkat 1.176% dari baseline, menjadikannya strategi paling efektif dan konsisten dalam memperluas jangkauan audiens.

Dari sisi tema konten, *Product Highlight/Branding* terbukti paling kuat karena masuk ke tahap *Attention* dalam model AIDA, di mana konten mampu menarik perhatian audiens secara signifikan melalui visual dan pesan yang jelas. Dengan demikian, strategi Ads dengan konten Branding merupakan kombinasi paling optimal dalam meningkatkan *reach* akun @matahariholidaybus.

Faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan ini antara lain pemilihan format *Reels* yang sesuai dengan tren, penggunaan musik dan visual yang menarik perhatian (*attention*), penyusunan konten edukatif serta testimoni pelanggan yang membangun ketertarikan (*interest*), visualisasi pengalaman positif yang membangkitkan keinginan (*desire*), serta penerapan *call to action* (CTA) yang jelas untuk mendorong audiens melakukan tindakan (*action*). Selain itu, strategi kolaborasi dengan akun Infocibubur dan pemanfaatan iklan Instagram *Ads* turut

mendukung perluasan jangkauan audiens. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi public relations (ads dan kolaborasi instagram) dengan konten berbasis metode AIDA pada Instagram *Reels* @matahariholidaybus efektif dalam meningkatkan performa konten, khususnya pada aspek *reach*, potensi interaksi audiens, dan *followers growth*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk pengembangan strategi konten @matahariholidaybus di masa mendatang. Pertama, konsistensi dalam jadwal publikasi perlu dijaga agar audiens memiliki ekspektasi yang jelas dan interaksi dapat meningkat secara berkelanjutan. Kedua, fitur-fitur interaktif Instagram sebaiknya dimaksimalkan untuk membangun kedekatan dengan audiens. Ketiga, konten yang telah terbukti memiliki performa terbaik sebaiknya terus di-*boost* melalui Instagram *Ads* agar capaian jangkauan semakin luas dengan biaya yang lebih efisien. Keempat, strategi kolaborasi dengan akun komunitas seperti @Infocibubur dapat diperluas dengan melibatkan akun komunitas lain yang relevan untuk memperbesar basis audiens. Kelima, pembuatan *content pillar* dan *content guideline* yang lebih rinci dapat membantu menjaga konsistensi identitas brand sekaligus mempermudah pengelolaan konten. Terakhir, evaluasi kinerja konten melalui indikator KPI harus dilakukan secara rutin sehingga strategi dapat disesuaikan dengan perkembangan tren media sosial dan kebutuhan target audiens.