

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis strategi pengelolaan konten Instagram @catchvox dengan menggunakan teori Engagement dan teori New Media, dapat disimpulkan:

1. **Perencanaan Konten yang Matang**

Strategi perencanaan konten yang diterapkan oleh @catchvox berhasil meningkatkan tingkat keterlibatan audiens secara signifikan. Hal ini dilakukan melalui proses analisis mendalam terhadap tren terkini, penentuan sudut pandang atau framing narasi yang mampu menarik perhatian, serta pemilihan isu yang relevan dengan kebutuhan dan minat audiens. Dengan pendekatan ini, setiap konten yang dihasilkan tidak hanya menjadi lebih terarah, tetapi juga mampu menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pesan yang disampaikan dengan audiens yang menjadi targetnya.

2. **Produksi Konten Kreatif dan Cepat**

Penggunaan teknologi modern seperti AI, termasuk ChatGPT, serta platform desain visual seperti Canva, memungkinkan tim @catchvox untuk mengombinasikan kreativitas dengan efisiensi dalam proses produksi konten. Teknologi ini mendukung pembuatan caption yang menarik, parafrase informasi penting, dan ilustrasi visual berkualitas tanpa memerlukan waktu yang lama. Dengan pendekatan ini, tim dapat menghasilkan konten yang relevan, menarik, dan cepat tayang, tanpa mengurangi kualitas atau akurasi informasi yang disampaikan.

3. **Pengelolaan Interaksi dan Engagement yang Efektif**

Penggunaan fitur interaktif pada platform Instagram, seperti polling, sesi Q&A, dan giveaway, menunjukkan strategi yang efektif dalam membangun komunikasi dua arah dengan audiens. Aktivitas ini tidak hanya meningkatkan partisipasi pengikut tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih personal antara pengelola akun dan audiensnya.

Ditambah lagi, caption yang menarik, informatif, dan sering kali dilengkapi dengan ajakan berinteraksi, semakin memperkuat keterlibatan pengguna dengan konten yang dipublikasikan.

4. Pemanfaatan Teknologi AI dan Media Baru

Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan seperti AI, dikombinasikan dengan karakteristik unik dari media baru, telah membantu @catchvox menciptakan dan mendistribusikan konten dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Karakteristik seperti interaktivitas, fleksibilitas, dan aksesibilitas tinggi yang ditawarkan oleh media sosial Instagram memungkinkan @catchvox menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang inovatif. Teknologi ini tidak hanya memberikan kemudahan operasional, tetapi juga meningkatkan daya saing akun di tengah ketatnya persaingan platform media sosial.

5. Keterkaitan dengan Engagement Theory dan Teori New Media

Strategi pengelolaan konten yang diterapkan oleh @catchvox sangat sejalan dengan prinsip-prinsip Engagement Theory, yang menekankan pentingnya kolaborasi tim yang solid, penciptaan pengalaman bermakna bagi audiens, dan komunikasi yang bersifat interaktif. Selain itu, penerapan teori New Media terlihat jelas melalui pemanfaatan karakteristik seperti konektivitas yang luas, fleksibilitas dalam akses, serta kegunaan yang beragam dari platform media sosial. Dengan memanfaatkan kedua teori ini secara konsisten, @catchvox berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan tingkat partisipasi, dan menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pengikutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis merumuskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi

Meskipun penggunaan AI telah membantu efisiensi, @catchvox dapat mengeksplorasi teknologi lain, seperti analitik data lanjutan, untuk memahami pola interaksi audiens lebih mendalam dan mengembangkan strategi konten berbasis data. Penggunaan tools untuk A/B testing dapat membantu tim mengevaluasi elemen konten secara lebih sistematis.

2. Diversifikasi Jenis Konten

Menambahkan format konten seperti Reels yang mengutamakan video singkat dengan narasi yang kuat dapat meningkatkan daya tarik akun, mengingat tren konsumsi video terus meningkat. Eksplorasi topik edukatif atau informatif berbasis data dapat memperluas jangkauan audiens ke segmen yang lebih luas.

3. Peningkatan Kolaborasi dengan Media Partner

@catchvox disarankan untuk memperluas jejaring media partner, khususnya akun-akun yang memiliki target audiens serupa, untuk memperluas jangkauan konten dan meningkatkan visibilitas. Mengadakan sesi live kolaboratif dengan influencer atau ahli dalam topik tertentu dapat meningkatkan kredibilitas akun.

4. Pengelolaan Misinformasi

Sebagai platform yang memiliki potensi untuk menyebarkan informasi, penting bagi @catchvox untuk selalu melakukan verifikasi informasi secara mendalam sebelum dipublikasikan, mengingat risiko misinformasi di era media baru. Transparansi dalam menyampaikan sumber informasi dapat membantu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap konten.

5. Pengembangan Komunikasi Audiens

Meningkatkan respons terhadap komentar atau pesan langsung dapat memperkuat hubungan dengan pengikut. Membuat komunitas khusus atau forum diskusi daring dapat menjadi sarana untuk mendekatkan pengelola akun dengan audiens secara lebih intensif.

5.1.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengembangan kajian di bidang pengelolaan media sosial, khususnya dalam konteks platform baru seperti Instagram. Para akademisi disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam hubungan antara penggunaan teknologi berbasis AI dengan efektivitas konten di media sosial.

5.1.2 Saran Teoritis

Teori media baru dan Engagement Theory terbukti relevan dalam konteks pengelolaan konten media sosial. Namun, teori ini perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami pengaruh fitur-fitur seperti algoritma, interaktivitas, dan kolaborasi lintas platform. Peneliti masa depan dapat mengembangkan teori-teori ini dengan menambahkan elemen baru yang relevan dengan perubahan teknologi dan perilaku audiens di media sosial.

5.1.3 Saran Praktis

Bagi pengelola akun Instagram @catchvox, beberapa saran praktis dapat diterapkan. Pertama, memperluas kolaborasi dengan influencer dan mitra strategis yang memiliki audiens sejenis untuk memperluas jangkauan konten. Kedua, mengoptimalkan penggunaan teknologi AI tidak hanya untuk pembuatan konten tetapi juga untuk analisis data audiens secara real-time, sehingga strategi yang diterapkan lebih terarah. Ketiga, meningkatkan transparansi dan keakuratan informasi untuk menjaga kredibilitas konten, khususnya dalam menghadapi tantangan misinformasi. Keempat, melibatkan audiens lebih dalam proses penciptaan konten, seperti melalui kontes ide atau fitur user-generated content, untuk menciptakan rasa kepemilikan di kalangan pengikut.