

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi iklan tim *digital content* RTV dalam mempromosikan program akuisisi RTV melalui sosial media, maka dapat diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan oleh tim *Digital Content* RTV adalah melakukan promosi program akuisisi melalui sosial media Youtube untuk dapat membuat masyarakat mengetahui bahwa RTV memiliki program akuisisi unggulan yang di Indonesia ini sangat diminati dan memang sudah banyak penggemarnya. Dengan menggunakan format yang memang fiturnya sudah ada pada sosial media sekarang ini, seperti contohnya ada fitur *Shorts video* yang ada di Youtube, lalu juga mereka membuat format dalam bentuk video berdurasi 1 menit yang biasa disebut *teaser*, berisikan adegan-adegan pilihan yang mampu membuat penontonnya merasa penasaran dan tertarik untuk menyaksikan tayangan secara penuh di kanal Youtube masing-masing program akuisisi. Lalu tim *Digital Content* juga dengan kreatifnya membuat sebuah thumbnail yang di desain dengan sangat bagus dan menarik untuk dapat membuat orang memiliki rasa ingin menonton tayangan yang disajikan pada kanal Youtube. Mereka juga memanfaatkan platform lain untuk menopang program akuisisi mereka, seperti tiktok, vidio.com, instagram, facebook, bahkan twitter. Walaupun memang tidak bisa dipugkiri peningkatan

di Youtube masih lebih tinggi dan masih jauh lebih konsisten dibanding platform lainnya, hanya saja pemanfaatan platform lain bisa meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa program akuisisi RTV memang memiliki kualitas yang bagus. Dengan pencapaian yang sudah didapat khususnya dari dua program unggulannya salah satunya ada *ultraman* yang mendapatkan lebih dari satu juta *subscribers*, dan juga *kamen rider* yang memiliki lebih dari lima ratus ribu *subscriber*.

Strategi yang dilakukan oleh tim *Digital Content* RTV juga sudah sesuai dan penggemar dari program akuisisi RTV pun merasa sangat puas dengan tayangan yang disajikan. Dapat dilihat dari jumlah *views*, *likes*, dan juga komentar positif yang setiap harinya tinggi. Selain itu juga penonton juga dapat menikmati tayangan dari adegan pilihan yang memang bagus dan menarik, bahkan di beberapa program akuisisi memiliki banyak sekali pesan moral yang bisa diambil. Adegan pilihan yang disusun rapih dan dibuat menjadi dua format yang dapat menjadi opsi untuk ditonton bagi penonton. Tidak hanya itu, bahkan target mereka bukan sekedar anak-anak, tetapi orang dewasa yang memang sudah mengikuti jejak dari program akuisisi ini. Khususnya program *Ultraman* dan juga *Kamen Rider* yang memang memiliki banyak series, lalu juga sudah lama sekali muncul dan menjadi salah satu series fiksi yang mendunia. Keberhasilan RTV ini yang membuat mereka ingin terus dapat menayangkan program-program unggulan yang memiliki basis komunitas yang besar dan memang menarik untuk disaksikan. Apalagi sekarang disosial media orang

sudah dapat dengan mudahnya mengakses. Maka dari itu RTV menyajikannya dan mempromosikannya juga melalui sosial media.

5.2 Saran-Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini membahas tentang strategi iklan tim *Digital Content* RTV dalam mempromosikan program akuisisi melalui sosial media menggunakan teori media baru yang dikembangkan oleh *Pierre Levy*, yang memiliki beberapa indikator penting yang menjadi penentu keberhasilan dalam proses pelaksanaannya. Sehingga dapat melakukan semua prosesnya dengan benar, mulai dari mengetahui kebiasaan dari penonton disosial media, pemilihan program yang memang akan dengan mudah menarik penonton disosial media, lalu penyusunan format yang akan ditampilkan disosial media, sampai dengan analisis dari apa yang sudah dilakukan disosial media.

Peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang strategi terkait dengan tema penelitian saat ini diharapkan dapat menggunakan teori yang lebih ringkas dan padat seperti strategi komunikasi Hafied Cangara yang difokuskan untuk mempengaruhi keberhasilan sebuah program dalam beberapa tahapan seperti penentuan target sasaran, analisis kebutuhan khalayak, dan juga pemilihan media yang tepat.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi tim *Digital Content* RTV agar dapat merencanakan strategi yang

tepat dan cermat agak nilai kegiatan promosi program akuisisi dapat lebih meningkat lagi. Walaupun prestasi yang sudah dicapai saat ini sudah termasuk sangat bagus, semoga bisa mendapatkan berbagai macam pencapaian lagi. Dan bahkan bisa melebarkan kegiatannya seperti promosi melalui platform baru yang akan datang kedepannya

