

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan Youtube sebagai Media Mata Milenial Indonesia TV khususnya pada program Public Diplomacy, maka dapat diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu :

1. Mata Milenial Indonesia TV telah memanfaatkan media Youtube sebagai penayangan konten mereka dengan cukup efisien, yang mana media Youtube sebagai salah satu platform video terbesar di dunia dengan cakupan penayangan yang tidak terbatas membuat Mata Milenial Indonesia TV dapat menunjukkan eksistensinya kepada khalayak yang lebih luas melalui program-program yang mereka upload dengan tujuan utama mereka yaitu memberi informasi, mengedukasi dan mencerdaskan bangsa. Dan dalam penayangan konten mereka, Mata Milenial Indonesia TV memanfaatkan segala fitur yang ada di Youtube sebagai strategi mereka dalam pembuatan konten yang diinginkan penonton, mulai dari *analytics video*, sampai fitur promosi konten dengan konsep digital marketing SEM(*Search Engine Marketing*) dan SEO (*Search Engine Optimization*) agar menggapai lebih banyak penonton.
2. Pada penayangan program Public Diplomacy di Youtube, Mata Milenial Indonesia TV melihat isu yang ramai adalah isu tentang Papua, hal ini

mereka manfaatkan untuk merealisasikan tujuan utama mereka yaitu membangun dan dan mengedukasi masyarakat 3T yaitu daerah Papua, agar lebih sadar kesatuan dan persatuan bangsa. Sehingga dengan begitu, Mata Milenial Indonesia TV memaksimalkan apa yang telah mereka dapat melalui atensi dari khalayak melalui program Public Diplomacy. Pemanfaatan tersebut Mata Milenial Indonesia TV lakukan dengan memfokuskan tayangan dan isu yang mereka angkat mengenai Papua, baik itu dari judul, maupun pemilihan narasumber yang kompeten dan familiar agar mendapatkan feedback yang baik dan traffic yang besar. Sehingga dari hasil penayangan program Public Diplomacy melalui kanal Youtube, MMI TV bisa mendapatkan banyak engagement serta views, yang memberikan dampak cukup baik terhadap upaya dalam perluasan jangkauan penyebaran informasi, serta meningkatkan penghasilan Mata Milenial Indonesia TV melalui platform tersebut dengan iklan-iklan yang ditayangkan.

3. Kesulitan dan Hambatan dalam penayangan program Public Diplomacy di Youtube berasal dari internal dan eksternal produksi dan penayangan. Dalam internalnya, isu-isu yang diangkat dalam setiap episodenya harus netral dan terbatas, tidak bisa sembarangan mengangkat hal apapun yang sedang trending. Selain itu. Hambatan lainnya yaitu pemilihan narasumber yang kompeten dan familiar selalu sulit dilakukan, permasalahan jarak, waktu, dan tempat, menjadikan setiap episode dan setiap isu yang diangkat memerlukan waktu yang cukup sebelum harus ditayangkan. Dan dari faktor eksternal mereka, persaingan dengan media-media besar dengan topik dan

program yang sejenis membuat beberapa episode dari program Public Diplomacy kurang mendapat atensi dari penonton, mereka lebih memilih media yang lebih besar dan pengikut yang banyak, sehingga Mata Milenial Indonesia tidak mendapatkan views yang cukup untuk dapat direkomendasikan oleh Youtube, yang berakibat pada beberapa konten yang sangat kurang atensi dan meningkatkan traffic dari viewer.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada Mata Milenial Indonesia TV sebagai berikut :

1. Dalam promosi penayangan, MMI TV seharusnya membuat iklan sendiri dengan memanfaatkan fitur shorts dari Youtube untuk mengiklankan kembali program-program yang telah ada.
2. Mata Milenial Indonesia TV harus lebih berani mengangkat beberapa isu kontroversial yang sedang ramai, namun begitu tetap tidak menyudutkan dan menyinggung pihak manapun.
3. Mata Milenial Indonesia TV sebaiknya memperbanyak anggota tim produksi mereka, sehingga masing-masing program dan khususnya Public Diplomacy dapat diurus oleh tim khusus Public Diplomacy, sehingga kendala seperti narasumber bisa diurus lebih cepat dengan waktu yang jauh lebih efisien.