

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai “*Strategi Pengelolaan Media Sosial Kumon Jatipadang dalam Menghadapi Persaingan Digital Bimbingan Belajar di Pasar Minggu*”, maka penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai “*Strategi Pengelolaan Media Sosial Kumon Jatipadang dalam Menghadapi Persaingan Digital Bimbingan Belajar di Pasar Minggu*”, maka penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan Fungsi Manajemen (POAC) oleh Pemilik:

Strategi pengelolaan media sosial yang dijalankan oleh pemilik (Ibu Mardiana) telah berjalan efektif melalui penerapan fungsi manajemen yang sistematis. Dalam tahap Perencanaan (*Planning*), pemilik menetapkan tujuan ganda yaitu pembangunan citra (*branding*) dan peningkatan penjualan (*selling*), serta melakukan segmentasi target audiens yang jelas. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*) dilakukan dengan memberdayakan sumber daya internal dan penyediaan fasilitas kerja khusus. Fungsi Pengarahan (*Actuating*) menekankan pada disiplin responsivitas (*fast response*) dan manajemen motivasi tim. Terakhir, fungsi Pengawasan (*Controlling*) berorientasi pada indikator pertumbuhan jumlah siswa dan manajemen reputasi yang selektif.

2. Implementasi *The Circular Model of SoMe* oleh Pengelola:

Pada tatar operasional, pengelola akun (Mas Ujang) berhasil menerjemahkan strategi pemilik ke dalam praktik teknis menggunakan model *SoMe*. Dimensi Share dijalankan dengan menampilkan konten visual autentik (suasana kelas nyata) untuk membangun kepercayaan. Dimensi Optimize dilakukan melalui adaptasi tren viral (*trend jacking*), penggunaan

teknologi AI, dan optimasi SEO lokal (tagar dan geotagging). Dimensi Manage menunjukkan efisiensi kerja dengan bantuan aplikasi modern, sedangkan dimensi Engage berhasil membangun interaksi yang responsif dan ramah, yang disesuaikan dengan karakteristik *platform* (Instagram formal untuk orang tua, TikTok santai untuk siswa).

3. Respon dan Persepsi Audiens:

Strategi komunikasi yang dijalankan terbukti efektif dalam membangun kepercayaan (*digital trust*) dan persepsi positif di mata audiens. Penemuan informasi terjadi secara organik melalui algoritma (*Explore/FYP*), bukan pencarian manual. Audiens menilai bahwa autentisitas visual kegiatan belajar menjadi faktor utama yang meyakinkan mereka akan kredibilitas lembaga. Selain itu, responsivitas admin di kolom komentar dinilai sangat baik dan komunikatif. Namun, ditemukan adanya kesenjangan (*gap*) relevansi konten, di mana audiens remaja (SMA/SMK) merasa kurang terwakili oleh dominasi konten siswa usia dini, sehingga membutuhkan konten yang lebih sesuai dengan gaya hidup pelajar menengah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan strategi komunikasi Kumon Jatipadang maupun bagi pengembangan ilmu komunikasi ke depannya.

5.2.1 Saran Praktis

1. Diversifikasi Konten untuk Segmen Remaja:

Disarankan untuk memperbanyak porsi konten yang relevan dengan siswa jenjang SMP dan SMA. Konten dapat berupa tips manajemen waktu (*study-life balance*), testimoni keberhasilan alumni masuk PTN, atau konten *lifestyle* pelajar yang dikemas dengan tren kekinian. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan stigma bahwa Kumon hanya untuk anak kecil dan memperluas pangsa pasar remaja.

2. Pelibatan *Student Ambassador*:

Pengelola dapat melibatkan siswa senior yang berprestasi sebagai "wajah" atau *talent* dalam konten TikTok dan Instagram Reels. Pelibatan *peer group* (teman sebaya) akan lebih efektif dalam membangun kedekatan emosional (*relatability*) dengan target audiens remaja dibandingkan jika komunikasi hanya dilakukan satu arah oleh admin.

3. Optimalisasi Fitur Interaktif Edukatif:

Selain kuis bulanan, disarankan untuk lebih sering memanfaatkan fitur interaktif seperti *Instagram Polls*, *Q&A Box*, atau *Live Streaming* sesi pembahasan soal ringan. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan (*engagement rate*) harian dan menjaga audiens agar tetap aktif berinteraksi dengan akun.

5.2.2 Saran Akademis

Saran ini ditujukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa:

1. Pengembangan Metode Penelitian:

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif atau campuran (*mixed method*) guna mengukur seberapa besar pengaruh variabel konten media sosial terhadap keputusan pembelian (pendaftaran siswa) secara statistik.

2. Perluasan Objek Penelitian:

Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian dengan membandingkan strategi media sosial antar-cabang Kumon di wilayah yang berbeda (misalnya Jakarta Selatan vs Jakarta Pusat) atau membandingkan strategi Kumon dengan lembaga bimbingan belajar kompetitor lainnya untuk mendapatkan gambaran peta persaingan yang lebih komprehensif.

3. Penggunaan Teori Lain:

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan perspektif teori yang berbeda, seperti *Customer Journey Map* atau *Uses and Gratifications Theory*, untuk membedah motif audiens secara lebih mendalam dalam mengonsumsi konten edukasi di media sosial.

