



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kompas.com memandang Instagram hanya sebagai bagian dari media sosial yang ada di dunia, sehingga tenaga yang dicurahkan oleh Kompas.com dalam mengelola akun Instagramnya tidak terlalu dedikatif. Pengelolaan yang tidak terlalu dedikatif tersebut dapat terlihat dari tidak adanya peran ‘editor’ dalam setiap konten yang terunggah. Baik konten foto peristiwa, infografis dan *brand review* semuanya diserahkan pada masing-masing divisi yang bertanggungjawab sehingga ke bagi ke dalam dua alur.

Divisi foto dan multimedia secara khusus adalah para fotografer yang bertanggungjawab pada konten foto peristiwa, divisi *social media* secara khusus *social media specialist* yang bertanggungjawab pada konten infografis, serta *marketing communication* yang bertanggungjawab pada konten *brand review*. Meskipun dikelola hanya dengan sepantasnya pihak Kompas.com menyadari peran aplikasi media sosial Instagram dalam meningkatkan *brand awareness*, sehingga dengan meluncurkan akun Instagramnya pada 15 April 2015, Kompas.com telah memulai langkah awal dalam metode pemasaran

baru di era digital yaitu *visual social marketing*. Namun tidak adanya SOP yang baku untuk mengoperasikan Instagram baik dari aspek konten dan waktu, membuat konten-konten yang terunggah hanya berdasarkan intuisi dan kreativitas fotografer, *social media specialist*, dan *marketing communication*. Seluruh konten yang diunggah ke dalam Instagram Kompas.com melalui proses *case study* yang dilihat berdasarkan respon dan interaksi yang sepenuhnya diserahkan kepada *followers*.

Bagi Kompas.com selama interaksi berupa *like, comment, save, dan share* masih terlihat, seluruh kendala yang terjadi dalam mengelola akun Instagram belum menjadi masalah yang krusial, karena masih ada akun media sosial lain yang lebih menguntungkan bagi Kompas.com untuk menaikkan *traffic* langsung pada *website*.

5.2 Saran

5.2.1 Akademis

Saran untuk penelitian berikutnya yang mengangkat topik tentang fungsi Instagram pada media pemberitaan *online* sebaiknya memilih objek penelitian media lain yang menjalankan fungsi Instagram secara utuh. Hal ini dimaksudkan agar penelitian selanjutnya dapat menjelaskan secara utuh bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh sebuah media *online*. Selain itu juga mencari literatur tambahan terkait praktik media sosial dan jurnalisme agar gambarannya menjadi lebih jelas.

5.2.2 Praktis

Saran untuk pihak Kompas.com dalam media sosial apapun itu (Facebook, Twitter, Instagram, Line) haruslah dikelola secara lebih maksimal dan melalui proses seleksi konten yang ‘ketat’ karena sudah tidak ada batasan ruang dan waktu dalam era media baru. Potensi besar yang dimiliki Instagram hingga menarik Facebook untuk bergabung, seharusnya membuat Kompas.com lebih dedikatif dalam mengelola akun Instagram. Seperti menentukan sasaran *audience* yang spesifik, memberlakukan SOP, serta memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti *see more*.