



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

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian yang diperoleh penulis, berikut merupakan simpulan atas rumusan masalah

5.1.1. Analisis Strategi Instagram SCTV dalam membantu promosi SEA Games 2017

Strategi-strategi yang dilakukan dalam membantu promosi melalui Instagram antara lain:

1. Specific

SCTV sendiri membuat Instagram ini sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan promosi program-program yang ditayangkan oleh SCTV di samping Twitter dan juga Facebook.

2. Measurable

SCTV memilih Instagram sebagai salah satu media sosial untuk membantu dalam melakukan promosi program acara di SCTV. Hal ini juga dilakukan sebagai bentuk riset dari SCTV melihat perkembangan zaman dan juga perkembangan dari dunia teknologi

3. Achievable

Pada Fase ini, Instagram SCTV telah mencapai beberapa pencapaian yang diharapkan melalui promosi di Instagram, yaitu jumlah *followers* milik SCTV merupakan yang terbanyak jika dibandingkan dengan para stasiun televisi lainnya dan *rating* acara yang tinggi pada saat menayangkan *SEA Games 2017*.

4. Realistist

Dalam melakukan promosi tidak selamanya berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang diharapkan. SCTV juga mengalami beberapa hambatan dalam melakukan promosi ini, salah satunya adalah keterlambatan konten.

5. Time

Hasil yang telah dicapai dalam perencanaan itu diharapkan bisa bertahan lama atau bahkan lebih berkembang lagi

5.1.2. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan promosi di Instagram.

SCTV melakukan beberapa langkah dalam melakukan promosi di Instagram antara lain:

1. *Distribution / Chanel Strategy.*

Pemilihan Instagram sebagai salah satu media promosi oleh SCTV. Instagram merupakan salah satu media sosial andalan SCTV dalam melakukan promosi karena kebanyakan *users* Instagram merupakan target market dari SCTV. Instagram juga merupakan media sosial yang memiliki perkembangan cukup pesat di tahun 2017 jika dibandingkan dengan tahun 2016

2. Content Strategy

SCTV berusaha untuk membuat konten yang sangat baik dan berkualitas untuk menarik perhatian dari para audience dan juga *followers* Instagram SCTV. Konten merupakan elemen yang sangat penting dalam melakukan promosi di Instagram karena konten yang baik biasanya akan menciptakan *engagement* yang cukup erat dengan para *audience*. Konten di Instagram sendiri bisa berupa foto, video singkat dibawah 1 menit dan juga tulisan. Selain itu konten eksklusif dari Malaysia juga menjadi salah satu konten andalan dari SCTV, walaupun terdapat beberapa halangan.

3. Engagement Strategy.

SCTV berusaha untuk semaksimal mungkin mendekati diri dengan para *audience*, dengan cara

melakukan kuis-kuis berhadiah dan juga dengan melakukan *Gimmick* yang menarik untuk para *audience* SCTV. *Engagement* yang terjalin pun diharapkan agar bisa berlangsung seterusnya tidak hanya berlangsung pada saat *event* SEA Games berlangsung.

4. **Measurement Strategy.**

SCTV memanfaatkan Instagram miliknya yang memiliki jumlah *followers* yang terbanyak diantara stasiun *tv* lainya di Indonesia. SCTV telah memiliki hingga satu juta *followers* yang masih akan terus bertambah lama kelamaan. SCTV memanfaatkan ini untuk menaikkan *awareness* dari program *SEA Games* di SCTV. Selain itu besarnya jumlah *comment* dan *like* juga cukup membantu dalam promosi.

5.2. **Saran**

5.2.1. **Saran akademis**

Peneliti mengharapkan penelitian selanjutnya mampu mengkaji promosi strategi-strategi lain yang berkaitan dengan promosi SCTV baik di media sosial maupun media konvensional. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengkaji penggunaan *social media* dari segi evaluasi, sehingga mampu memberikan sumbangsih secara

komprehensif bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya

Public Relations

5.2.2. Saran Praktis

Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan analisis ilmiah serta menjadi tinjauan evaluatif bagi SCTV atau stasiun televisi lain yang akan atau sedang mempromosikan programnya. Secara spesifik, penulis berharap SCTV dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan promosi melalui sosial media baik itu facebook, Instagram, twitter, maupun youtube.

