



### **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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Peneliti menyimpulkan dalam strategi *audience engagement*, Kompas Tv juga menjalankan empat tahapan dalam strategi *consumer engagement* seperti penyajian dan pengelolaan (*consumption*), penyuntingan (*curation*), *sharing* (*creation*) dan interaksi (*collaboration*) dalam menarik *audience* lama atau barunya melalui konten Instagram .

Dalam penyajian dan pengelolaan Konten (*consumption*), Kompas Tv lebih sering menyajikan informasi menggunakan video teks dengan judul serta thumbnail untuk dapat menyesuaikan kebiasaan terhadap pengguna. Lalu konsisten dalam mengupload konten salah satunya seperti penggunaan konten Top 3 News yang membuat pengguna dapat mengetahui tiga berita hits hari ini. Selain itu penggunaan jenis konten video feature yang memiliki tema humanis, Indonesiaku, *moments* dan unik juga lebih sering digunakan untuk mendapatkan *engagement* serta *viewers* yang tinggi. Hal itu disebabkan karena *audience* Kompas Tv yang cenderung menyukai konten Inspiratif dan Politik. Ada juga *Timing*, waktu yang ditentukan agar konten yang diupload berbeda beda ditiap media sosial. Kemudian adanya kuis dengan syarat *follow* Instagram Kompas Tv terlebih dahulu juga ikut membantu dalam menarik *audience*.

Dalam menyunting dan memilah Informasi untuk konten yang menarik (*curation*), Kompas Tv menyerahkannya pada wawasan dan kepekaan dari admin

Instagram. Untuk memilih dan menyunting, hal yang dilakukan oleh admin Instagram adalah melihat sisi informasi, potensi menjadi viral, dan kedekatan dengan *audience*. Walaupun telah menyerahkan penyuntingan konten pada admin instagram, para produser dan digital strategist tetap melakukan penjagaan terhadap informasi yang akan diunggah.

Untuk menarik *audience* dalam menyebarkan konten yang telah diunggah (creation), Kompas Tv akan memintanya lewat teks atau *end tag* di akhir video. selain itu proses *sharing* yang sering terjadi pada akun Instagram Kompas Tv adalah tag teman dan chat yang dilakukan oleh *audience*.

Dalam menjalin interaksi dengan *audience* (collaboration), Kompas Tv tidak akan membatasi masyarakat dalam berkomentar, karena mereka menyadari adanya karakter media sosial yang dua arah. Dengan adanya kolom komentar juga mereka akan mendapatkan koreksi terhadap konten yang diunggah. Lalu keberadaan komentar akan menciptakan engagement dan penyebaran yang tinggi terhadap konten Instagram Kompas Tv. Selain itu melalui *direct message* interaksi bisa terjadi antara pengikut dan Kompas Tv. Mereka juga bisa menerima video atau usulan konten dari *audience* yang nantinya juga bisa ditayangkan di web Kompas Tv dalam rubrik “Video Anda” atau “Sapa Indonesia”, tentunya konten tersebut sudah melalui tahap seleksi.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 5.2 Saran Penelitian

### 5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan penerapan strategi *audience engagement* dalam Instagram Kompas Tv. Hasil penelitian yang didapatkan juga berupa bagaimana Instagram Kompas Tv dapat menarik audience melalui pengolahan dan penyajian, penyuntingan, *sharing* dan interaksi dalam konten. Dalam tahapan strategi *audience engagement*, penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya terfokus pada penerapannya saja, tidak untuk mengukur seberapa besar keberhasilan strategi *audience engagement* yang dilakukan akun Instagram Kompas Tv. Maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengukur seberapa besar engagement dalam terhadap strategi yang telah diterapkan Instagram Kompas Tv melalui penelitian kuantitatif.

### 5.2.2 Saran Praktis.

Meski telah menerapkan strategi *audience engagement* untuk menarik pengguna, Dalam pengolahan dan penyajian Instagram Kompas Tv tetap diminta untuk menyajikan konten lain seperti foto, selain itu dibutuhkan respon cepat dalam informasi penting yang telah di upload. Lalu keberadaan fitur *likes*, *share*, dan *comment* dapat memudahkan Instagram Kompas Tv agar mengetahui konten apa saja yang disukai oleh penggunanya.