

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari *interview* dengan para narasumber maka dapat diberikan kesimpulan yang dapat menyesuaikan dari 9 pertanyaan dan hasil jawaban yang telah diberikan dari para narasumber pada laporan agar penelitian ini agar menjadi sumber referensi penelitian bagi peneliti lainnya dan semakin efektif yang menjadi pendukung utama dalam laporan ini yaitu strategi khusus dalam menarik perhatian audiens di konten Instagram seperti strategi khusus yang menarik perhatian audiens seperti membutuhkan *visual effect*, mengikuti *trend* pada konten yang ingin dibuat, dan melihat referensi dari berbagai konten kreatif agar menjadi menarik bagi target audiens. Jika dikaitkan dengan teori 5C media sosial maka, strategi yang sangat sesuai untuk penelitian ini yaitu teori *content* yang merupakan strategi paling realistis untuk mendukung konten pada media sosial milik perusahaan yang terdapat fokus secara internal dan eksternal perusahaan. Secara tidak langsung memperhatikan bukan hanya sekedar dari sisi internal perusahaan melainkan, juga mendukung dari sisi eksternal perusahaan.

Keberhasilan pembuatan konten Instagram NET. TV menurut pendapat para narasumber secara garis besar konten Instagram NET. TV sudah berhasil jika dilihat berdasarkan konten perayaan acara ulang tahun sejak awal sampai akhir berjalan dengan lancar yang mendapatkan respon positif dari *comment* dan *like* yang telah diberikan oleh audiens. Proses kolaborasi terpenting dengan tim produksi konten berdasarkan pendapat dari para narasumber yaitu komunikasi merupakan hal yang terpenting jika terdapat ide yang harus dibahas bersama dengan para anggota tim agar keseluruhan konten yang sudah dibuat.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

NET. TV harus mampu bersaing di era *digital* dan membuat konten di *social media* dengan mengikuti *trending* yang dapat dikemas menjadi lebih menarik dan juga menyesuaikan berdasarkan target audiens seperti generasi Z yang pada saat ini sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi.

Guna mendukung perkembangan dunia *digital* dan informasi pada saat ini NET. TV dapat menggunakan strategi komunikasi yang tepat untuk menarik perhatian target audiens. Strategi komunikasi termasuk salah satu strategi yang cukup penting dan efektif yang dapat membantu menjadi penentu dalam perkembangan perusahaan semakin maju. Sehingga, yang perlu diperhatikan bukanlah hanya dari kuantitas saja melainkan, dari kualitas pada konten media sosial suatu perusahaan juga.

### 5.2.2 Saran Akademis

Mahasiswa yang akan menempuh penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian mengenai akun media sosial televisi. Namun, lebih menuju dalam konteks strategi pemasaran melalui media sosial.

