

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Talkcation menggunakan media sosial *Instagram (@Talkcation)* sebagai platform untuk *Digital content marketing* dan *branding*. Dalam tahapan *goal setting*, tim media *Talkcation* memiliki tujuan untuk meningkatkan *Engagement* dan *branding image* melalui akun *Instagram* dengan *audience mapping* untuk memastikan konten sesuai dengan harapan target *audiens*. Dalam tahapan *Content Idea & Planning*, terdapat dua jenis konten utama, yaitu konten reguler dan konten promosi program, dengan ide-ide konten didapatkan melalui eksekusi rencana konten dan penelusuran di *Google* dan media sosial lain. Dipilihnya *Instagram* karena fitur-fiturnya yang interaktif dan fitur memposting foto, video, dan *story* yang memungkinkan *audiens* untuk berinteraksi.

Dalam proses produksi konten digital, tim media *Talkcation* mengikuti tahapan-tahapan yang melibatkan Tim Kreatif, dimulai dari *brief* ide konten hingga evaluasi konten yang telah diunggah. Upaya untuk meningkatkan kualitas konten didapatkan dari evaluasi terhadap konten yang sudah dilakukan, berbagai perbaikan yang dilakukan tim media *Talkcation* bukan hanya pada ide konten saja, namun juga interaksi dengan *audiens* juga ditingkatkan. Ini dibuktikan dengan perkembangan konten digital yang dibuat oleh tim media *Talkcation* dengan *Insight* impresi yang terus meningkat pada setiap unggahannya. Peneliti melakukan wawancara terhadap dua informan untuk menilai efektivitas strategi media dari tim *Talkcation* dalam membuat konten digital. Proses *Brand awareness* dari akun *Instagram (@Talkcation)* dapat diukur dengan empat tingkatan yaitu *Unaware of Brand*, *Brand Recognition*, *Brand Recall*, dan *Top of Mind*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kedua informan memiliki pemahaman yang berbeda-beda tentang strategi media dari tim *Talkcation*, tetapi mereka mengatakan bahwa mereka memiliki persepsi positif tentang *branding image Talkcation* tersebut. Terutama, mereka menyukai desain konten yang memikat dan isi konten yang membuat orang tertarik, serta interaksi dengan admin atau pengelola akun *Talkcation* yang membuat mereka lebih memahami *Brand Talkcation* tersebut. Dari

pemaparan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa tim media *Talkcation* telah menggunakan strategi khusus dalam melakukan aktivitas *Digital content marketing* di media sosial *Instagram*, dengan hasil yang cukup positif.

5.2. Saran

Setelah menyimpulkan hasil dari penelitian yang diperoleh, peneliti memiliki saran bagi pihak yang terlibat dalam proses *Digital content marketing* akun *Instagram @Talkcation*. Saran untuk tim media *Talkcation* untuk fokus pada ide-ide konten yang berkualitas dan relevan dengan target *audiens*, meningkatkan interaksi dengan *audiens*, terus melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan efektivitas strategi *Digital content marketing*, tim media bisa berkolaborasi dengan *influencer* atau brand lain untuk meningkatkan *Brand awareness* dan interaksi pengguna.

Untuk pihak yang akan melanjutkan *Talkcation* selanjutnya diharapkan untuk fokus pada strategi konten yang tepat dan terus mengevaluasi strategi konten yang digunakan, pastikan bahwa konten yang diposting sesuai dengan minat dan kebutuhan *audiens*. Tim media *Talkcation* diharapkan untuk menjaga dan meningkatkan interaksi yang baik dengan *audiens* dan mencoba memperluas jangkauan dengan memanfaatkan platform media sosial lain seperti TikTok atau Facebook untuk mencapai *audiens* yang berbeda. Tetap berinovasi dan mencoba hal baru untuk memperbarui dan meningkatkan strategi *Digital content marketing* agar tetap relevan dan efektif.