

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti mengenai penerapan strategi komunikasi MQFM Jogja dalam meningkatkan *engagement* melalui konten di *Instagram* dengan menggunakan teori *The Circular Model Of Some*, maka dapat disimpulkan bahwa teori *The Circular Model Of Some* dari Regina Luttrell diterapkan secara efektif oleh MQFM Jogja dalam mengelola konten di media sosial *Instagram*nya @mqfmjogja. Strategi yang digunakan oleh MQ dapat memberikan kontribusi dalam membangun keterlibatan audiens atau meningkatkan *engagement Instagram*nya.

Model ini meliputi 4 proses yaitu *share, optimize, manage, and engage*. Pada proses pertama yaitu *share* : MQ berhasil memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk mengenali audiens, menyajikan konten yang menarik, dan menjadi wadah untuk berinteraksi dengan audiensnya. Dengan penggunaan *Instagram* MQ juga dapat *membranding* perusahaan dan meningkatkan *engagement* melalui konten yang relevan dengan minat audiensnya. Untuk mengenali dan memahami audiensnya, MQ melakukan riset dengan menggunakan fitur *insight* di *Instagram* untuk memantau performa konten dan melihat apa yang paling diminati oleh audiensnya.

Pada proses kedua, *optimize* : MQ mengotimalkan konten dengan membuat etalase *Instagram* dengan bagus untuk menarik audiens, mengotimalkan jenis konten dengan mengikuti trend yang ada juga memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan *Instagram*, membuat konten yang interaktif untuk menarik keterlibatan audiens terhadap konten. Tetapi harus tetap pada dasar visi misi dan nilai MQ jadi pesan/isi konten harus menyesuaikan dengan nilai-nilai MQ.

Selanjutnya pada proses ketiga dan keempat, *manage and engage* : MQ mengelola akun *Instagram*nya tidak hanya sekedar menyajikan konten kepada audiens saja melainkan MQ juga melakukan media *monitoring* atau evaluasi

disetiap bulannya, melakukan interaksi secara *real-time* dengan fitur polling di *story* maupun *caption*, dan merespon balik dan cepat baik di kolom komentar maupun di *Instagram*. Dengan mengamati dan memahami metrik seperti jumlah *followers*, *like*, *comment*, *save*, dan *share*, MQ dapat mengembangkan strategi konten yang disesuaikan dengan karakteristik audiensnya. Kemudian penggunaan *brand influencer* dan kolaborasi juga dikatakan efektif dalam keberhasilan konten, terlihat dari matrik jumlah *followers*, *like*, *comment*, *save*, dan *share* yang lebih banyak.

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi perusahaan atau pengguna media sosial lainnya dalam merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif di media sosial. Strategi komunikasi yang tepat dan strategi konten yang kreatif menjadi dasar dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dan audiensnya di media sosial. Perencanaan media sosial yang matang adalah kunci bagi perusahaan agar dapat mencapai tujuannya seperti mempertahankan eksistensi media, meningkatkan pertumbuhan bisnis, meningkatkan keterlibatan/*engagement*, dan lainnya.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi dan lembaga, komunitas, serta berbagai pihak yang saling berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada penelitian ini, maka di bab selanjutnya yaitu bab penutup yang mana peneliti mengemukakan kesimpulan dan saran sesuai dengan hasil pengamatan atau analisis dalam pembahasan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Saran Secara Teoritis

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama yaitu strategi komunikasi dalam meningkatkan *engagement* melalui konten di *Instagram* dapat mengembangkan penelitiannya dengan fokus yang lebih mendalam agar dapat memperluas, mengembangkan, dan

melengkapi penelitian sebelumnya. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pemahaman tentang strategi komunikasi dalam meningkatkan engagement melalui konten di Instagram.

2. Saran Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Saran untuk MQ dalam mengelola akun *Instagram* @mqfmjogja ialah lebih rutin lagi dalam mengotimalkan kontennya, seperti penguploadan konten agar dapat meningkatkan *engagement* yang lebih baik lagi dan penambahan *followers* yang signifikan. Perlu juga dilakukan riset berkala untuk memahami perubahan minat atau kebutuhan audiens, dengan demikian konten dapat terus diperbarui dan akan tetap relevan dengan audiens. Dengan ini diharapkan MQFM Jogja dapat terus berkembang dan memberikan manfaat atau informasi melalui konten di *Instagram*.

b. Bagi Pembaca

Dengan penelitian ini diharapkan bagi para pembaca mampu memahami isi penelitian serta dapat menjadi bekal atau referensi bagi para pembaca untuk menambah wawasan literasi, pengetahuan, serta memberikan sudut pandang untuk meningkatkan strategi komunikasi pada media sosial.