

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini melakukan analisa mendalam terhadap strategi yang diterapkan oleh *content creator* dalam upaya meningkatkan *audience engagement* di akun Tiktok Republika Jogja. Dalam proses penelitian, peneliti memanfaatkan teori *social media engagement* sebagai kerangka kerja untuk membantu dalam pengolahan data yang diperoleh. Selain itu, peneliti juga melakukan kegiatan wawancara dengan berbagai pihak terkait untuk memperkuat argumen dan hasil penelitian yang dihasilkan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya tantangan dan hambatan yang signifikan, terutama terkait dengan kurangnya sumber daya manusia yang tersedia di dalam organisasi Republika Jogja.

Hal ini menjadi kendala utama dalam pembuatan konten yang berkualitas, sehingga tidak terjadi peningkatan yang signifikan dalam hal *audience engagement*. Meskipun demikian, beberapa strategi telah diterapkan, seperti mengikuti perkembangan tren terkini di Tiktok, memanfaatkan sumber daya manusia tambahan dari mahasiswa magang, serta menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh platform Tiktok. Namun, meskipun strategi-strategi tersebut telah dilakukan, hasilnya belum optimal dalam meningkatkan *audience engagement* di akun Tiktok Republika Jogja. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas konten yang dihasilkan, serta memperkuat interaksi dengan audiens agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan dalam meningkatkan keterlibatan pengguna.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menyarankan agar penelitian lebih lanjut dilakukan untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang belum terjangkau. Oleh karena itu, peneliti menyarankan dua hal seperti berikut:

1. Saran Akademis: Dalam penelitian ini peneliti membahas secara detail terkait dengan pemanfaatan strategi kreatif *content creator* dalam meningkatkan *audience engagement* di akun Tiktok Republika Jogja dengan melakukan kegiatan wawancara mendalam dan terstruktur serta menggunakan pendekatan melalui teori *social media engagement* untuk mendapatkan sudut pandang terkait dengan peningkatan *audience engagement* melalui strategi kreatif *content creator*. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap literatur akademi mengenai strategi pemanfaatan media sosial dalam perusahaan media massa untuk meningkatkan *audience engagement*.
2. Saran Praktis: Peneliti ingin menyarankan untuk media massa Republika Jogja agar dapat meningkatkan jumlah sumber daya manusia yang ada, sehingga dapat menciptakan kualitas konten yang maksimal dan terjaga kualitasnya.