

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini secara komprehensif menganalisis 197 unggahan video akun Tiktok @omega.donuts selama periode Januari 2024 hingga Februari 2025, dengan tujuan membedah strategi *content marketing* yang diterapkan dalam membangun *engagement rate* pada akun Tiktok @omega.donuts. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi kuantitatif metode Holsti, yang didukung oleh uji validitas muka dan uji reliabilitas antar-coder yang konsisten di atas 0.70 untuk semua kategori, penelitian ini berhasil mengidentifikasi pola distribusi jenis konten dan kontribusinya terhadap keterlibatan audiens. Ditemukan bahwa konten informasional adalah jenis konten yang paling dominan, muncul dalam 164 dari 197 unggahan (83,25%), dengan fokus utama pada "Nama Tempat/Deskripsi Brand" (73% dari coding informasional) dan "Ilustrasi Tempat (*Ambience Shoot*)" (27%). Hal ini secara jelas mencerminkan upaya Omega Donuts untuk membangun *brand awareness* dan memperkenalkan identitas uniknya sebagai pelopor donat raksasa lokal di Yogyakarta.

Konten hiburan menempati posisi kedua dengan 123 kemunculan (62,44%), didominasi oleh karakteristik "Humor" (74% dari coding hiburan), yang menunjukkan adaptasi merek yang cerdas terhadap preferensi audiens Tiktok yang cenderung mencari konten ringan dan menghibur. Sementara itu, konten navigasional (39,59%), komersial (23,86%), dan transaksional (23,35%) memiliki frekuensi kemunculan yang lebih rendah. Dalam konteks kontribusi jenis konten terhadap *social media engagement rate*, konten hiburan terbukti memberikan kontribusi tertinggi (9%), didorong oleh kemampuannya memicu emosi positif dan mendorong interaksi aktif seperti *likes* (94.379), *comments* (1.138), dan terutama *shares* (23.961), yang selaras dengan konsep *social contagion*.

Konten informasional juga menunjukkan kontribusi signifikan (8%), terutama melalui *likes* dan *saves* (3.394), karena menyediakan informasi

faktual yang relevan dan tepercaya bagi audiens lokal, menjadikannya sumber referensi yang berharga. Sebaliknya, konten komersial (3%), navigasional (3%), dan transaksional (1%) memiliki *engagement rate* yang lebih rendah, mengindikasikan bahwa audiens Tiktok cenderung kurang responsif terhadap pesan yang terlalu promosi atau fungsional dibandingkan dengan konten yang menghibur atau informatif. Meskipun demikian, *engagement rate* keseluruhan akun @omega.donuts mencapai 19,38%, melampaui rata-rata industri, menunjukkan bahwa strategi *content marketing* yang efektif bagi bisnis kuliner lokal di Tiktok adalah dengan mengintegrasikan elemen emosional dan informatif, melalui tumpang tindih karakteristik konten yang relevan dan menarik, secara konsisten dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

5.2 Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, berikut adalah saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut :

5.2.1.Saran Akademis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memberikan gambaran umum mengenai hubungan antara karakteristik unggahan konten Tiktok Omega Donuts & Coffee dengan tingkat keterlibatan (*engagement rate*). Namun, pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam mendalami makna atau konteks di balik data numerik yang diperoleh. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengkaji unggahan konten Tiktok Omega Donuts & Coffee, disarankan untuk menerapkan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam ataupun penggabungan antara keduanya (*mix method*) untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi audiens, motivasi interaksi, serta dinamika komunikasi digital. Pendekatan kualitatif juga dapat membantu mengidentifikasi permasalahan baru atau aspek-aspek spesifik yang belum terungkap, sehingga dapat memperkaya wawasan mengenai strategi konten yang efektif di platform Tiktok.

Selain itu, perlu diakui bahwa dalam penelitian ini, uji validitas muka (*face validity*) instrumen pengkodean belum melibatkan konsultasi

formal dengan panel ahli di bidang komunikasi atau pemasaran digital. Meskipun instrumen telah disusun berdasarkan tinjauan literatur yang relevan, pelibatan ahli dapat memberikan validasi yang lebih kuat terhadap kesesuaian dan representasi indikator yang digunakan. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, sangat disarankan agar proses uji validitas muka instrumen penelitian dikonsultasikan secara formal dengan panel ahli. Hal ini akan memastikan bahwa kategori dan indikator yang digunakan benar-benar merepresentasikan konsep yang diukur secara akurat dan komprehensif, sehingga meningkatkan kualitas dan kredibilitas hasil penelitian di masa mendatang. Pendekatan kualitatif juga dapat membantu mengidentifikasi permasalahan baru atau aspek-aspek spesifik yang belum terungkap, sehingga dapat memperkaya wawasan mengenai strategi konten yang efektif di platform TikTok.

5.2.2. Saran Praktis

1. Pada penelitian ini ditemukan bahwa karakteristik tumpang tindih antar jenis konten (misalnya, humor dalam konten informasional) secara signifikan mendorong interaksi aktif seperti *likes*, *comments*, *saves*, dan *shares*. Oleh karena itu, ke depannya, pengelola akun media sosial TikTok @omega.donuts diharapkan untuk terus memperhatikan dan mengoptimalkan strategi tumpang tindih karakteristik konten yang lebih sesuai dan menarik. Hal ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi kombinasi karakteristik yang paling resonan dengan audiens untuk secara konsisten meningkatkan interaksi.
2. Berdasarkan temuan penelitian bahwa konten hiburan dengan karakteristik humor secara dominan meningkatkan *engagement rate* pada akun TikTok Omega Donuts & Coffee, disarankan agar pengelola terus mengembangkan konten yang selaras dengan identitas merek, namun dikemas lebih menarik dengan elemen visual, *storytelling* yang kreatif, atau kolaborasi dengan kreator lokal/influencer yang relevan. Strategi ini tidak hanya akan mempertahankan dan meningkatkan *engagement rate*, tetapi juga

diharapkan dapat mendukung tahapan *customer journey* secara lebih efektif, dari *awareness* hingga mendorong peningkatan penjualan produk secara nyata.

