BAB IV
PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pelaksanaan program optimalisasi pengelolaan konten sosial media melalui penerapan konten planning spreadsheet pada UMKM Seblak Asoy Kroya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perencanaan konten menggunakan spreadsheet memberikan struktur kerja yang lebih sistematis dalam pembuatan, penjadwalan, dan publikasi konten media sosial.
2. Monitoring performa konten yang dilakukan melalui Instagram Insight dan TikTok Analytics menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jangkauan (views), interaksi, dan pertumbuhan pengikut. Perbandingan insight instagram dari sebelum dan sesudah penggunaan konten planing yaitu 21.655 pada bulan Mei dan mendapatkan jumlah viewers 64.097 pada bulan Juni sehingga didapatkan kenaikan jumlah viewers sebesar 42.442 viewer. Kenaikan jumlah akun yang dijangkau: 9.870 (+1141.5%) pada bulan Mei dan Jumlah akun yang dijangkau: 36.665 (+256.2%) pada bulan Juni. Pada platform TikTok secara kuantitatif, tercatat peningkatan views sebesar 195,9% dan jangkauan akun sebesar 256,2% setelah penerapan konten planning spreadsheet. Fakta ini sekaligus menjawab rumusan masalah yang diajukan, yaitu bagaimana mengoptimalkan pengelolaan media sosial pada UMKM, dengan menunjukkan bahwa perencanaan konten yang sistematis mampu menghasilkan dampak yang nyata terhadap performa digital.
3. Jenis konten yang paling efektif melibatkan format video pendek, konten promosi kreatif, serta penggunaan audio populer, terutama yang dipublikasikan pada waktu strategis.
4. Penggunaan spreadsheet telah memudahkan pengarsipan konten dan pelacakan status konten secara real-time, meskipun masih memerlukan peningkatan dari sisi otomatisasi dan format visual.

4.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan dan pengembangan pengelolaan konten media sosial UMKM Seblak Asoy Kroya ke depannya adalah sebagai berikut:

1. UMKM Seblak Asoy Kroya disarankan untuk terus menggunakan dan mengembangkan konten planning spreadsheet dengan menambahkan elemen baru seperti evaluasi performa konten per pos dan integrasi kalender visual mingguan.
2. Diperlukan uji coba terhadap variasi jam tayang konten di Instagram untuk menemukan waktu paling optimal sesuai pola interaksi audiens.
3. Disarankan untuk mulai mengeksplorasi fitur iklan berbayar atau kolaborasi dengan kreator lokal guna meningkatkan jangkauan konten secara lebih agresif.
4. Proses monitoring dan pengambilan keputusan berbasis data perlu ditingkatkan dengan membuat ringkasan evaluasi konten setiap bulan agar pengembangan strategi konten lebih terarah dan efisien.
5. Memikirkan atau menciptakan fitur yang dapat bekerja secara otomatis ketika konten teresekusi lalu tercatat secara otomatis pada spreadsheet.
6. Mengoptimal platform yang tidak terlalu dipakai yaitu facebook.