

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa masih ada beberapa strategi kreatif dalam membuat Konten *YouTube* yang belum diterapkan oleh MQ FM Jogja di antaranya:

1. Strategi yang sudah diterapkan oleh MQ FM dalam membuat konten *YouTube* diantaranya: mudah dibagikan, konsistensi, menentukan target, mudah ditemukan, kolaborasi dan inspirasi. Dalam membuat konten *YouTube*, MQ FM belum menerapkan strategi seperti intraktifitas, komunikatif, aksesibilitas, dan keberlanjutan. Strategi tersebut sebenarnya bisa membantu MQ FM dalam menaikkan *engagement* atau mendapatkan respon lebih banyak dari audiens, selain itu juga bisa menaikkan *viewers* terhadap konten-konten video MQ FM.
2. Tipe konten yang dimiliki oleh MQ FM Jogja ada dua tipe konten yaitu: konten dengan tema inspiratif (Kisah Inspirasi, Cahaya Tauhid, Wirausaha Muda Kreatif dan Inspirasi Malam atau Inspirasi Keluarga) dan konten edukatif (Jendela Amikom, Jogja Akhir Pekan, Konten Biografi Program Acara Kisah Inspirasi Edisi Ramadhan, Kondultasi Buah Hati, dan Sehat Muslimah). MQ FM Jogja memilih tipe konten tersebut dikarenakan sesuai dengan visi misi MQ FM Jogja.
3. Konten – konten *YouTube* MQ FM yang sudah ada teks, grafis dan gambar adalah konten Jogja Akhir Pekan dan konten Biografi dengan nama program Kisah Inspirasi. Konten tersebut adalah hasil dari kolaborasi mahasiswa merdeka belajar kampus merdeka (MBKM) dengan Radio MQ FM Jogja. Pada tahun 2021 sampai 2022 selain konten kolaborasi, MQ FM dalam membuat konten-konten video

YouTube teks dan grafis belum diterapkan. Disamping itu, konten-konten *YouTube* MQ FM masih didominasi oleh konten-konten hasil *live* yang durasinya terlalu panjang.

4. Konten-konten kolaborasi seperti Jogja Akhir Pekan dan konten Biografi Kisah Inspirasi yang berkolaborasi antara MQ FM dengan mahasiswa MBKM hanya berjalan sampai periode magang selama lima bulan dan tergantung dari mahasiswa magang merdeka belajar kampus merdeka.
5. MQ FM masih kekurangan SDM atau belum memiliki tim lapangan yang khusus untuk memproduksi konten-konten *YouTube*. Hal tersebut dikarenakan Sebagian besar SDM hanya praktisi radio. Selain itu, belum ada konten kreator atau tim kreatif yang fokus pada *platform* media digital *YouTube*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. MQ FM Jogja harus lebih interaktif dan komunikatif terhadap merespon komentar-komentar audiens yang terdapat di kolom komentar *YouTube* MQ FM.
2. MQ FM harus lebih memperbanyak konten-konten *feature* yang berdurasi pendek agar nantinya audiens lebih nyaman dalam menontonnya.
3. MQ FM harus segera merekrut karyawan atau personil baru sehingga sesuai dengan kebutuhan khususnya anak-anak muda yang mudah beradaptasi dengan teknologi dan paham tentang media sosial maupun media digital.
4. Menerapkan teks, grafis serta gaya editing yang kekinian pada setiap konten audio visual MQ FM Jogja. Selain itu pengemasan konten-konten lebih bervariasi dan dikemas gaya anak muda.

5. MQ FM harus berinovasi dan kreatif dalam memikirkan ide-ide konten *YouTube* - nya agar nantinya *YouTube* MQ FM bisa berkembang dan bersaing di platform media digital khususnya *YouTube*.
6. MQ FM harus membuat promo program atau semacam *trailer* dalam membuat konten-konten *YouTube* MQ FM agar nantinya audiens penasaran tentang konten apa yang akan diunggah oleh MQ FM pada akun *YouTube*-nya.

