

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan hasil bahwa usaha pemasaran dalam bentuk komunikasi pemasaran digital yang memanfaatkan sosial media instagram sebagai media sangat penting. Peneliti juga mempelajari bagaimana TalkCation memanfaatkan serta memaksimalkan potensi yang tersedia pada aplikasi media sosial instagram, mulai dari memanfaatkan *feed* instagram dengan warna *pallet* yang senada dengan jenis konten yang berbeda mulai dari menampilkan *teaser* pada unggahan yang pertama, kemudian pada unggahan yang kedua menggunakan desain poster yang terdapat beberapa pertanyaan dan pembahasan yang akan dijawab oleh bintang tamu, dan unggahan yang terakhir menampilkan jam tayang acara TalkCation. Usaha tersebut dilakukan agar memiliki ciri khas dan memiliki kesan selalu bersinambungan dengan unggahan setelahnya, yang sebelumnya hanya sebatas mengunggah konten tanpa *cover* untuk sebuah konten video yang diunggah, sekarang sudah menggunakan *cover* konten video, sehingga menghasilkan *look* yang senada dan berkesinambungan pada setiap konten yang diunggah.

Upaya lainnya adalah memanfaatkan *insight* pada aplikasi instagram yang berfungsi untuk mengetahui hari serta waktu pengikut akun instagram @talkcation aktif, yang kemudian hasil dari *insight* tersebut dapat menentukan kapan saja waktu yang tepat untuk melakukan *upload* konten terbaru.

Selain itu admin @talkcation memanfaatkan beberapa fitur lainnya mulai dari *feed* instagram, *caption*, *like*, *Komentar*, *hashtag*, *instagram stories*, dan *direct message* sebagai upaya yang maksimal sebagai sebuah media komunikasi pemasaran untuk program acara talkshow TalkCation agar dapat dinikmati oleh seluruh penonton dan upaya menjangkau penonton itu sendiri.

Hasil yang didapatkan setelah memanfaatkan fitur-fitur pada instagram, *followers* akun instagram @talkcation mengalami peningkatan, selain itu meningkatkan *insight* serta meningkatnya kunjungan akun instagram @talkcation dari para pengguna instagram, dari awal yang memiliki *followers* hanya 76 pengikut pada kisaran bulan Mei hingga Juni, dan sekarang tercatat telah memiliki pengikut sebanyak 184.

5.2 Saran

Setelah menulis beberapa kesimpulan diatas, selanjutnya penulis ingin memberikan saran kepada pihak-pihak yang turut membantu dan berpartisipasi atas berjalannya program TalkCation ini.

Saran untuk pihak admin akun instagram TalkCation agar berusaha semaksimal mungkin untuk menggunakan sebuah aplikasi sosial media termasuk fitur-fitur yang ada didalamnya, yang kemudian efek dari memaksimalkan sebuah potensi media sosial khususnya instagram akan mendapatkan *insight* yang meningkat serta *awarness* masyarakat untuk menonton program talkshow TalkCation. Kemudian untuk pihak RBTV jogja selaku stasiun televisi penyelenggara hadirnya program talkshow TalkCation untuk membantu secara penuh, mulai dari meningkatkan intensitas penayangan iklan tentang TalkCation, serta membantu menyebarkan TalkCation tersebut melalui media sosial yang notabene memiliki jumlah pengikut yang jauh lebih banyak daripada akun instagram Talkcation.

Kemudian untuk pihak Universitas Amikom Yogyakarta untuk turut andil membantu juga dengan cara menyebarkan program talkshow TalkCation ini melalui media-media yang dimiliki khususnya media sosial instagram, serta penulis menyarankan untuk mempertahankan program TalkCation ini sebagai salah satu media belajar untuk mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta tanpa terkecuali untuk mahasiswa ilmu komunikasi.