

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi konten TikTok @infokost.jogja dalam meningkatkan keterlibatan audiens telah menerapkan unsur-unsur pada teori SOME secara parsial, dengan penyebaran informasi kost yang konsisten menjawab rumusan masalah utama mengenai hubungan strategi konten dan respons audiens. Dengan mengadopsi framework SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) melalui pendekatan presenter *behind the scenes* yang autentik. Presenter wanita menjelaskan rekomendasi kost di daerah Condongcatur, dengan tone santai seperti mengobrol di belakang layar, bukan promosi formal maupun komedi berlebihan. Pada pilar *share*, presenter menggunakan bahasa sehari-hari dengan hashtag lokal #kostmurahjogja #reviewkostjogja guna memudahkan audiens mahasiswa.

Dalam pilar *optimize*, menerapkan struktur yang informatif pada 3 detik pertama "rekomendasi kost Condongcatur", dilanjutkan dengan penjelasan lokasi strategis yang menjelaskan "lokasinya Cuma 5 menit ke UGM, dan 5 menit ke UNY" serta detail fasilitas lengkap, seperti luas kamar, kamar mandi dalam, kasur, lemari belajar, hingga parkir. Pada *manage*, memastikan presenter yang sama mendominasi video konten tur kost untuk membangun kepercayaan, dengan jadwal posting yang fleksibel. Terakhir, pilar *engage* ditutup dengan CTA santai "nah jadi gimana nih, untuk kalian yang tertarik bisa menghubungi nomor yang ada di caption ya!" yang terasa seperti ajakan narasi saran, bukan jualan keras.

Penerapan ini berhasil mencapai paparan awal yang baik, tetapi belum optimal dalam membangun interaksi mendalam untuk loyalitas jangka panjang. Unsur *share*, di mana konten disebarluaskan secara rutin menghasilkan *view* serta *like* tinggi sebagai indikator jangkauan audiens

yang efektif pada tahap awal siklus SOME. Kekuatan ini mendukung visibilitas akun di tengah kompetisi informasi properti, memberikan dasar stabil untuk ekspansi audiens.

Unsur *engage* dan *optimize* belum cukup optimal, karena komunikasi cenderung searah tanpa dialog atau respons cepat, menyimpang dari siklus dinamis SOME yang memerlukan umpan balik dua arah untuk perbaikan konten. Hal ini menghambat transformasi audiens menjadi mitra aktif. Keterlibatan audiens cenderung pasif, dengan *like* dan *view* sebagai interaksi minimal yang hanya mencerminkan paparan, sementara *engagement* aktif seperti komentar dan dialog dua arah sangat minim sehingga komunikasi dua arah belum maksimal. Dampaknya, loyalitas rendah dan retensi informasi terbatas, menegaskan kebutuhan peningkatan *engage* untuk mengonversi pasif menjadi aktif guna optimalisasi keterlibatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan rumusan masalah yang telah dikaji, saran strategis untuk meningkatkan keterlibatan audiens pada akun TikTok @infokost.jogja dirancang dengan mengoptimalkan empat pilar Social Media Optimization (SOME), yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Pada pilar *share*, menekankan konten yang mudah dibagikan, misalnya membuat video POV “keseharian anak kost” atau konten *relatable* seperti “tips hemat anak kost” yang dipadukan dengan unsur komedi. Dipadukan dengan CTA kuat seperti “*save* dan *share* untuk kamu yang lagi hemat” di akhir video atau caption.

Selanjutnya, pada pilar *optimize*, optimalisasi algoritma TikTok dapat dilakukan melalui penjadwalan unggahan yang konsisten sebanyak satu hingga dua video per hari pada waktu *prime time*, yaitu pukul 17.00–20.00 WIB, penggunaan kombinasi tagar yang relevan dan konsisten, serta

penerapan *hook* yang kuat pada tiga detik pertama video untuk menarik perhatian audiens sejak awal. Dengan memaksimalkan performa algoritma tiap platform dengan adaptasi format dan timing. Misalnya membuat konten story “tips atur jadwal kuliah”, “mana yang lebih efektif, belajar di kost atau perpustakaan kampus?”. Menggunakan *hashtag* lokal #anakkostjogja dan posting pada jam 7-8 pagi saat mahasiswa cek HP sebelum kuliah.

Pada pilar *manage*, menyusun content calendar mingguan, misal pada senin (share: POV jalan kaki dari kost ke kampus), Rabu (optimize: *budgeting* harian), Jumat (*engage:polling*), Minggu (recap tips terbaik minggu ini). Gunakan fitur pada *google sheets* untuk plan, canva untuk desain, dan cek *insight* konten setiap akhir pekan untuk mengatur konten minggu depan.

Adapun pada pilar *engage*, peningkatan interaksi dua arah dapat dilakukan dengan merespons komentar audiens secara cepat melalui fitur *video reply*, menyelenggarakan sesi *live* tanya jawab secara rutin, serta memanfaatkan fitur interaktif seperti *polling* pada *story* untuk mendorong partisipasi audiens. Misalnya dengan story Q&A “apa tantangan tersulit saat mengerjakan skripsi di kost?” atau challenge “share foto set up belajarmu di kost”. Balas setiap komentar secara personal guna meningkatkan loyalitas dan algoritma. Implementasi keempat pilar SOME secara terintegrasi diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan serta membangun hubungan yang lebih berkelanjutan antara akun @infokost.jogja dan pengikutnya.