

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Aktivitas *social media management* di EBS FM, khususnya pada platform Instagram, menunjukkan pentingnya strategi yang komprehensif dalam mengelola konten dan interaksi dengan audiens. Melalui tahapan yang meliputi perencanaan, pembuatan, pengelolaan, dan keterlibatan audiens, EBS FM berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan pengikutnya. Dengan memanfaatkan teknik optimasi, penulis dapat meningkatkan kualitas dan dampak konten yang dipublikasikan, sekaligus mendorong partisipasi aktif dari audiens.

Evaluasi berkelanjutan dan umpan balik dari audiens juga menjadi faktor kunci dalam strategi manajemen media sosial EBS FM. Keseluruhan aktivitas sosial media management di EBS FM menegaskan bahwa keberhasilan dalam media sosial tidak hanya ditentukan oleh konten yang baik, tetapi juga oleh kemampuan untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan serta harapan audiens.

Laporan kerja praktek ini menunjukkan bahwa penulis belajar banyak dalam manajemen media sosial yang dapat memberikan dampak positif bagi EBS FM dan penulis dalam memperkuat pengetahuan dan hubungan dengan pendengarnya. Dengan terus berinovasi dalam strategi konten dan meningkatkan interaksi dengan audiens, penulis dapat belajar dalam manfaat potensi Instagram secara maksimal sebagai platform komunikasi dan pemasaran. Hal ini akan membantu EBS FM tidak hanya untuk mempertahankan pendengar setia tetapi juga menarik audiens baru di

masa depan.

IV.2 Saran

Dengan rasa hormat, penulis ingin memberikan beberapa saran yang berguna untuk kemajuan perusahaan serta kenyamanan lingkungan perusahaan selama proses kerja praktik di EBS FM, yaitu:

1. **Pengembangan Konten Kreatif:** Disarankan untuk terus mengembangkan konten yang lebih kreatif dan inovatif, seperti video pendek atau kolaborasi dengan influencer, untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas.
2. **Peningkatan Interaksi:** Meningkatkan interaksi dengan pengikut melalui sesi tanya jawab, polling, atau kontes dapat membantu meningkatkan loyalitas pendengar serta menciptakan hubungan yang lebih personal.
3. **Pelatihan Tim:** Mengadakan pelatihan bagi tim manajemen media sosial agar mereka tetap update dengan tren terbaru dalam media sosial dan teknik pemasaran digital dapat meningkatkan efektivitas strategi yang diimplementasikan.

Dengan menerapkan kesimpulan dan saran ini, EBS FM dapat lebih optimal dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.; S. Wall, Ed.).

England: Pearson Education. Retrieved from www.pearson-books.com Luttrell, Regina.

(2019). *Social Media: How To Engage, Share, And Connect* (3rd ed.) USA:

Rowman & Lirrlefield.

Jurnal :

Mahmudah, Siti Muslichatul. Rahayu, Muthia. 2020. *Pengelolaan Konten*

Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan.

JURNAL Komunikasi Nusantara. Vol. 2, No. 1.

Montalvo, Roberto. 2011. *Social Media Management. International Journal*

of Management & Information System. Vol. 15, No. 3.

Risius, M. Goethe. Beck, *Effectiveness of Corporate Social Media Activities*

to Increase Relational Outcomes, Information and Management

(2015). <http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2015.06.004>

Satyadewi, Ajeng Jayanti. dkk. 2017. *Pemilihan Akun Media Sosial*

Instagram Oleh Holiday Inn Bandung. Jurnal The Messenger. Vol.9,

No.2.

Wahyudin, Delmia. Adiputra, Carina Putri. 2019. *Analisis Literasi Digital*

Pada Konten Instagram @Infinitygenre. WACANA. Vol. 18, No. 1.