

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Implementasi Model Pengembangan 4D (*Define, Design, Develop, Disseminate*) Secara Signifikan dan Terukur Berhasil Mentransformasi Performa Instagram UMKM RN Beatty.

1. Jangkauan konten yang dikembangkan berhasil meningkatkan tayangan (impressions) sebesar +230,6%, jangkauan (reach) sebesar +335,9%. Angka ini menunjukkan bahwa strategi konten yang dirancang mampu menembus algoritma Instagram dan menjangkau audiens yang jauh lebih luas dari sebelumnya.
2. Peningkatan Interaksi yang dihasilkan selama periode implementasi mencapai 1.611 interaksi, sebuah angka yang sangat signifikan untuk akun UMKM. Peningkatan aktivitas profil sebesar +77,0% juga mengindikasikan bahwa audiens tidak hanya melihat konten, tetapi juga terdorong untuk mengunjungi profil, yang merupakan langkah awal menuju konversi.
3. Peningkatan jangkauan dan interaksi berhasil dikonversi menjadi pertumbuhan komunitas yang solid, dibuktikan dengan peningkatan jumlah pengikut sebesar +9,0% hanya dalam waktu satu bulan. Ini menunjukkan bahwa *visual content* yang disajikan relevan dan cukup menarik untuk membuat audiens baru memutuskan untuk mengikuti (*follow*) akun RN Beatty.

Analisis performa konten menegaskan bahwa format video (Reels) bertema edukasi dan demonstrasi produk adalah formula paling efektif untuk mencapai viralitas dan engagement tertinggi. Konten edukatif yang memosisikan merek sebagai ahli terbukti menjadi magnet audiens yang kuat, sementara konten demonstrasi produk yang kreatif memiliki daya tarik visual yang masif. Keberhasilan fenomenal dari kedua jenis konten ini mengkonfirmasi bahwa fokus pada produksi Reels adalah investasi pemasaran yang paling strategis.

Salah satu temuan adalah kemampuan strategi ini untuk menjangkau mayoritas audiens dari kalangan non-pengikut, sebuah bukti konkret keberhasilannya dalam memperkenalkan merek RN Beautty kepada calon konsumen baru dalam skala besar. Dari sisi estetika, desain visual konten juga mendapatkan validasi yang sangat positif dari audiens, yang menganggapnya profesional, menarik, dan selaras dengan citra merek (seperti Halaman Eksplor dan tab Reels).

Aspek desain visual, yang merupakan inti dari *visual content marketing*, mendapatkan validasi positif dari audiens. Hasil kuesioner menunjukkan skor rata-rata 4,45 dari 5 untuk aspek desain, menandakan bahwa audiens menilai tampilan visual konten RN Beautty sangat menarik, profesional, dan sesuai dengan citra merek. Hal ini memperkuat argumen bahwa estetika visual adalah komponen krusial untuk menarik perhatian dan membangun kredibilitas. Konsistensi Tiga Pilar Konten: Penerapan tiga pilar konten (Product Showcase, Promotion and Brand, Educational and Tips) secara terjadwal dan konsisten terbukti mampu menjaga minat audiens dan menyajikan variasi yang membuat *feed* Instagram tetap menarik dan tidak monoton.

5.2 Saran

Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, berikut adalah saran untuk Rn Beauty:

1. Disarankan agar UMKM RN Beautty terus melanjutkan strategi konten yang telah dikembangkan, dengan tetap berpegang pada tiga pilar konten dan jadwal unggah yang terstruktur untuk menjaga momentum pertumbuhan *engagement rate*.
2. Mengingat konten "Educational and Tips" dan "Product Showcase" dalam format Reels memberikan dampak paling signifikan, sebaiknya porsi produksi untuk kedua jenis konten ini ditingkatkan agar dapat terus menjangkau audiens baru secara masif.
3. Untuk membangun loyalitas dan komunitas yang lebih kuat, RN Beautty disarankan untuk lebih aktif berinteraksi dengan audiens melalui balasan komentar, pesan langsung (DM), serta menggunakan fitur interaktif seperti Polling atau Q&A pada Instagram Stories.
4. Pemilik UMKM diharapkan dapat secara berkala memantau data dari Instagram Insights untuk memahami demografi audiens dan tren performa konten, sehingga dapat melakukan penyesuaian strategi secara cepat dan tepat.

Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, berikut adalah saran untuk Peneliti:

1. Penelitian serupa di masa depan dapat dilakukan dengan periode implementasi yang lebih panjang (misalnya 3-6 bulan) untuk mengamati keberlanjutan tren peningkatan *engagement rate* dan dampaknya dalam jangka panjang.

2. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan untuk mengukur korelasi antara peningkatan engagement rate dengan peningkatan konversi penjualan, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas pemasaran digital bagi UMKM.
3. Metode pengembangan konten 4D dapat diuji pada UMKM di sektor industri yang berbeda (misalnya kuliner, fesyen, atau jasa) untuk menguji tingkat efektivitas dan generalisasi model di berbagai bidang usaha.
4. Disarankan untuk melengkapi data kuantitatif dengan analisis kualitatif yang lebih mendalam pada kolom komentar untuk menggali sentimen, preferensi, dan kebutuhan audiens secara lebih detail.

