BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengelolaan konten program TALX SHOW di Instagram @xchanneljakarta, maka dapat disimpulkan bahwa pengelolaan konten telah dilaksanakan dengan pendekatan yang mengacu pada konsep 4C (*Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection*) dari Chris Heuer, meskipun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa hambatan yang perlu diperbaiki.

Dari segi konteks (*context*), konten yang disusun telah relevan dengan karakteristik audiens, yakni kalangan muda-dewasa usia 25–45 tahun. Topik-topik seperti UMKM, sosial, kesehatan mental, dan teknologi dipilih sesuai minat audiens dan dipresentasikan dengan gaya penyampaian yang ringan namun informatif. Hal ini menunjukkan adanya pemahaman yang baik terhadap kebutuhan audiens, meskipun pengelolaan konten seperti pembaruan highlight Instagram belum optimal dan perlu perbaikan dari sisi keberlanjutan arsip konten.

Dalam aspek komunikasi (*communication*), TALX SHOW memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, penyampaian jadwal, dan interaksi. Komunikasi dilakukan secara dua arah, meskipun interaksi pengguna tidak merata dan cenderung menurun pada bulan-bulan terakhir tahun 2024. Beberapa konten memperoleh engagement tinggi, namun sebagian besar lainnya hanya mendapatkan interaksi sedang hingga rendah, mengindikasikan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih personal dan berkelanjutan.

Dari sisi kolaborasi (*collaboration*), program ini berhasil menggandeng berbagai narasumber yang relevan dan bervariasi, baik dari klien mitra kerja maupun komunitas. Kolaborasi ini menjadi nilai tambah konten TALX SHOW, memberikan ragam sudut pandang serta memperluas jaringan distribusi konten. Namun demikian, kolaborasi masih dihadapkan pada

kendala teknis seperti keterlambatan materi dari narasumber, kesulitan teknis editing, serta kurangnya manajemen waktu produksi yang sistematis.

Dalam dimensi koneksi (*connection*), TALX SHOW telah membangun hubungan yang cukup baik dengan audiens dan komunitas mitra, melalui konten-konten berbasis nilai sosial serta kolaborasi tematik dengan kampanye atau momen khusus. Namun, koneksi jangka panjang belum maksimal, ditandai dengan menurunnya engagement dan terbatasnya pemanfaatan fitur Instagram yang lebih interaktif seperti Reels dan Live.

Secara keseluruhan, pengelolaan konten program TALX SHOW berhasil menjawab kebutuhan audiens secara tematik dan komunikatif, namun masih memerlukan peningkatan dalam hal konsistensi interaksi, strategi visual dan audiovisual, penguatan koneksi komunitas, serta manajemen produksi konten yang lebih terstruktur. Temuan ini menjawab tujuan penelitian yang ingin menganalisis bagaimana program TALX SHOW dikelola di media sosial dan seberapa besar keterkaitannya dengan konsep 4C dalam ranah komunikasi digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, penulis ingin mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu Radio Xchannel dalam meningkatkan kualitas dan jangkauan TALX SHOW. Radio Xchannel disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten TALX SHOW dengan memperhatikan umpan balik audiens, misalnya melalui survei atau polling di media sosial guna memahami preferensi pendengar secara lebih akurat. Selain itu, promosi program dapat diperkuat dengan menjalin kolaborasi bersama influencer atau akun media sosial yang memiliki audiens relevan, agar jangkauan dan interaksi dengan pendengar baru semakin luas.

Tak kalah penting, pelatihan bagi pengelola media sosial juga perlu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman terhadap tren, algoritma, dan strategi pemasaran digital terkini.