BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Konten @Uzziown Dalam Meraih *Engagement* di Media Sosial Tiktok Melalui *Street Photo.* Maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

Engagement yang dibentuk oleh *content creator* TikTok @Uzziown secara koheresi, bahwa akun Tiktok @Uzziown dalam mengelola media sosial TikTok nya sudah menerapkan *User Engagement* dalam (Barger, Peltier, & Schultz, 2016) yaitu reaksi terhadap konten, berkomentar terhadap konten, berbagi konten ke pengguna lainnya, dan posting konten terhadap respons.

Akun TikTok @Uzziown berhasil meningkatkan *engagement* melalui salah satu kontennya *Street Photo* dengan membagikan hasil jepretan menjadi foto polaroid dan membantu donasi untuk pedagang kaki lima atau UMKM dengan #potretberbagi sehingga membuat dirinya berbeda dengan *content creator Street Photo* lainnya, sehingga sampai saat ini ia dikenal dengan konten *Street Photo* berbaginya. @Uzziown sebagai *content creator* yang memiliki kemampuan dibidang *photography* dengan cara berbagi dan trend yang dapat meningkatkan *engagement* secara stabil diakun media sosial tiktok nya dan itu menjadi strategi dari akun tiktok @Uzziown dalam meningkatkan *engagement*. Kemampuan @Uzziown adalah terampil dalam bidang *photography* karena ia merasa seperti euphoria saat ia berhasil menyuguhkan konten berbagi melalui *Street Photo* kepada *followers*. Walaupun sebagian besar konten yang disajikan dalam akun tiktoknya adalah *Street Photo* ia juga memilah dalam mengunggah agar konten yang dibawakan tetap konsisten meskipun banyak trend tiktok pada saat ini.

Konten @uzziown.., Dhita Fandia Wijaya, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Strategi yang dilakukan @Uzziown dalam meraih *engagement* ada empat yaitu,

a) Pertama, melalui konten *street photo* @Uzziown selalu berinteraksi kepada *followers* secara aktif dengan membalas komentar yang terdapat pada kolom komentar konten nya.
b) Kedua, @Uzziown sering membuat konten atas permintaan dari *followers* melalui kolam komentar dan membuat *storyline* konten semakin menarik agar para *followers* semakin tertarik dengan konten-konten pada akun TikTok @Uzziown.
c) Lalu ketiga, pada setiap kontenya @Uzziown selalu menggunakan *sound* atau musik yang banyak digunakan oleh konten kreator lainya atau musik yang sedang viral.
d) Keempat, yang terkhir adanya konten *street photo* #potretberbagi hal ini secara tidak langsung mengajak para *followers* @uzziown untuk berpartisipasi melakukan donasi membantu UMKM.

Akun TikTok @Uzziown mampu meraih *engagement* dengan adanya konten *Street Photo* sehingga saat ini dirinya memiliki *followers* sebanyak 987.9K dengan total like sebanyak 41.1M.

5.2 Saran

5.2.1 Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi pembaca terutama mahasiswa yang melakukan penelitian lanjutan dengan topik serupa. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan pengembangan ilmu komunikasi. Selain itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang berbeda untuk mengukur seberapa efektif strategi yang digunakan oleh akun @Uzziown pada media sosial TikTok, sehingga nantinya akan didapati informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

5.2.3 Praktis

Diharapkan konten-konten @Uzziown dapat mempertahankan empat tersebut untuk meraih *engagement,* serta mampu membuat konten-konten menarik lainya agar konten yang terdapat pada akun TikTok @Uzziown lebih beragam dan mampu menghibur serta mengispirasi konten kreator lainya dalam membuat konten serupa.