

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti menarik kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Proses produksi konten yang dilakukan oleh tim Hetero Space Banyumas telah menunjukkan struktur kerja yang cukup terorganisir. Namun, perencanaan konten belum sepenuhnya berbasis riset audiens, sehingga segmentasi dan personalisasi pesan masih minim. Tahap evaluasi juga belum menggunakan indikator *engagement* secara menyeluruh yang menyebabkan strategi konten cenderung repetitif dan kurang membangun kedekatan dengan audiens.
2. Bentuk-bentuk promosi yang dijalankan mencakup periklanan melalui *Instagram Ads*, konten organik di *feed* dan *story*, serta promosi berbasis *event* komunitas. Strategi ini sudah mengarah pada penerapan elemen IMC, namun masih terfokus pada peningkatan eksposur (*reach*), bukan pada penciptaan komunikasi dua arah. Konten *coworking space* masih kalah menarik dibanding konten *event* atau kolaborasi.
3. Respons audiens menunjukkan bahwa *engagement* tertinggi terjadi pada konten yang menyentuh sisi emosional, sosial atau menghadirkan tokoh publik. Sementara itu, konten promosi layanan utama *coworking space* kurang mendapatkan perhatian. Interaksi audiens masih bersifat pasif dan komunikasi dua arah belum berjalan secara optimal.
4. Terdapat kesenjangan antara strategi yang diterapkan dengan target yang ingin dicapai, khususnya dalam aspek keterlibatan audiens. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pendekatan personal, absennya *storytelling* yang kuat serta pemanfaatan *insight* yang belum maksimal. Untuk itu, strategi komunikasi perlu diarahkan agar lebih berfokus pada dialog, pengalaman emosional dan penguatan hubungan jangka panjang dengan audiens.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran dan masukan sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Hetero Space Banyumas
 - a. Konten *coworking space* sebaiknya dikemas dalam narasi yang humanis, seperti testimoni pengguna, kisah produktivitas atau rutinitas kerja yang *relatable*. Hal ini dapat membangun keterikatan emosional dan meningkatkan partisipasi audiens.
 - b. Pemanfaatan fitur seperti *polling*, kuis, kolom pertanyaan serta sesi *live* dapat menjadi cara efektif untuk mendorong komunikasi dua arah yang lebih aktif.
 - c. *Insight* dari *Instagram* perlu dijadikan alat analisis utama dalam merancang strategi berikutnya. Tidak hanya melihat jumlah tayangan atau *likes*, tetapi juga fokus pada metrik *engagement* seperti *share*, *save*, *comment* dan *click-through rate*.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian, misalnya dengan membandingkan efektivitas strategi komunikasi digital Hetero Space Banyumas dengan *coworking space* di wilayah eks-Karesidenan Banyumas atau Jawa Tengah untuk memperoleh perspektif yang lebih komprehensif.
 - b. Peneliti berikutnya dapat menggali lebih dalam persepsi dan motivasi audiens melalui wawancara langsung dengan *followers Instagram* atau pengguna *coworking space*. Dengan begitu, strategi komunikasi dapat disesuaikan lebih tepat dengan kebutuhan dan preferensi target pasar.