

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Strategi konten edukatif media sosial instagram Ruangguru pada program *Clash of Champions* diantaranya adalah, memilih Instagram sebagai saluran yang paling relevan dengan karakter audiensnya, yaitu Generasi Z. Ruangguru memilih format reels dan carousel untuk digunakan sebagai format yang lebih diutamakan. Ruangguru juga memaksimalkan efektivitas pesan melalui personalisasi cerita peserta, pemanfaatan tren, serta penggunaan keyword dan *SEO (Search Engine Optimization)*. Ruangguru pula memantau respon audiens secara *real time* melalui komentar percakapan publik dan proses monitoring konten dilakukan melalui Meta Manajer dan *fitur insight* pada Instagram. Selain itu, Ruangguru membangun *engagement* melalui konten yang autentik, inspiratif, serta mengangkat figur peserta sebagai *organic influencer*. Engagement tumbuh secara alami menggunakan kedekatan emosional melalui nilai edukatif yang disampaikan.
2. Konten *Clash of Champions* dapat menumbuhkan minat belajar Generasi Z melalui kombinasi dari edukatif, hiburan, dan pendekatan emosional. Konten dibuat berdasarkan riset mengenai profil peserta, sehingga informasi yang disampaikan terasa relevan dan menimbulkan minat dan motivasi belajar. Figur peserta menimbulkan koneksi emosional, menumbuhkan inspirasi, sehingga menciptakan respon positif secara organik. Paparan konten yang berulang menumbuhkan motivasi, rasa kagum, aspirasi, dan dorongan untuk berprestasi, sehingga konten efektif meningkatkan minat belajar.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan pengembangan lebih lanjut. Pada penelitian ini, peneliti hanya melibatkan tiga informan karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang secara langsung terlibat dalam pengelolaan konten *Clash of Champions*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan jumlah informan yang lebih banyak, minimal lima informan sebagaimana direkomendasikan oleh Creswell, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih bervariasi dan mampu menghasilkan perspektif yang lebih beragam.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, strategi media sosial Instagram yang diterapkan oleh Ruangguru dalam menyajikan konten edukatif, khususnya melalui program *Clash of Champions*, telah berjalan dengan baik dan mampu menarik perhatian audiens. Namun, Ruangguru dapat mengembangkan strategi konten Instagram yang lebih inovatif dengan melibatkan audiens secara langsung dalam proses perancangan konten edukatif *Clash of Champions*, seperti membuka partisipasi audiens dalam menentukan tema soal atau format konten melalui fitur interaktif Instagram. Selain itu, Ruangguru dapat menerapkan segmentasi konten berdasarkan tingkat kesulitan atau tujuan belajar agar konten terasa lebih personal dan relevan bagi Generasi Z. Ruangguru juga dapat mengoptimalkan Instagram sebagai media pembelajaran berkelanjutan dengan mengkurasi konten edukatif ke dalam *Highlight* tematik, sehingga tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat diakses kembali sebagai referensi belajar. Evaluasi konten sebaiknya tidak hanya berfokus pada metrik engagement, tetapi juga pada indikator minat belajar yang tercermin dari respons dan komentar audiens.