

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian dengan judul “Strategi Produksi Konten di Perusahaan Media dan Jasa Kreatif Pada Akun Instagram @youtzmedia” menemukan bahwa strategi produksi konten Youtz Media dijalankan melalui kerangka POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Youtz Media, sebagai media *support* sekaligus media *agency*, menjalankan peran ganda sebagai produsen konten dan pengelola pesan yang berorientasi pada nilai dan relevansi sosial. Melalui pendekatan ini, Youtz mampu mempertahankan identitas di tengah persaingan media digital, sekaligus menjawab kebutuhan audiens muda yang kritis dan dinamis.

Pada tahap *Planning*, Youtz Media menekankan strategi berbasis nilai, orientasi konten, dan segmentasi audiens. Perencanaan tidak hanya berfokus pada kalender unggahan, tetapi juga menimbang idealisme, relevansi isu, serta gaya komunikasi yang sesuai dengan anak muda. Audiens dipandang sebagai pusat perencanaan, dengan segmentasi jelas pada kelompok usia 17–25 tahun yang haus informasi dan aktif di media sosial. Perencanaan konten juga diarahkan agar mampu memberikan makna dan dampak, bukan sekadar mengejar angka interaksi. Strategi perencanaan Youtz menunjukkan keseimbangan antara visi jangka panjang, nilai kritis, dan kebutuhan audiens yang terus berkembang.

Tahap *Organizing* memperlihatkan bahwa struktur tim Youtz Media bersifat jelas namun tetap fleksibel. Setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab tertentu, namun proses produksi dijalankan dengan semangat kolaboratif melalui komunikasi terbuka. Budaya kerja yang egaliter menciptakan lingkungan kreatif yang mendorong kontribusi dari semua pihak, mulai dari *script writer*, desainer, admin, hingga *founder*. Selain itu,

Firmansyah, 2026

STRATEGI PRODUKSI KONTEN DI INSTAGRAM YANG DITERAPKAN OLEH YOUTZ MEDIA SEBAGAI MEDIA SUPPORT DAN MEDIA AGENCY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

pengelolaan operasional dilakukan dengan sistem adaptif melalui kalender konten, SOP internal, serta pembagian waktu produksi yang disiplin namun tidak kaku. *Organizing* di Youtz menunjukkan bahwa manajemen sumber daya manusia dan operasional yang cair justru memperkuat efektivitas produksi sekaligus menjaga kreativitas.

Pada tahap *Actuating*, kreativitas menjadi motor utama yang mendorong eksekusi produksi. Ide-ide kreatif tidak hanya lahir di tahap awal, tetapi terus dikembangkan melalui eksperimen format seperti *reels*, *carousel*, *storytelling* interaktif, hingga gaya visual sinematis. Fleksibilitas dalam alur produksi membuat tim mampu beradaptasi dengan dinamika isu dan algoritma, tanpa kehilangan identitas Youtz. Improvisasi juga dilakukan dengan menyesuaikan *tone*, gaya bahasa, serta visual agar tetap nyambung dengan anak muda. Pelaksanaan ini memperlihatkan bagaimana Youtz menggabungkan kreativitas, eksperimen, dan adaptasi sebagai strategi inti untuk menjaga relevansi sekaligus membangun ikatan emosional dengan audiens.

Tahap *Controlling* di Youtz Media dijalankan secara berlapis, mencakup *quality control*, evaluasi performa, hingga manajemen risiko. *Founder* terlibat langsung dalam tahap *quality control* akhir untuk memastikan teks, visual, dan *tone* sesuai identitas Youtz. Evaluasi dilakukan secara rutin dengan membandingkan performa konten sukses dan kurang berhasil, memanfaatkan data kuantitatif sekaligus insight kualitatif audiens. Selain itu, *controlling* juga berfungsi sebagai manajemen risiko terhadap faktor eksternal seperti perubahan algoritma, isu publik, maupun keterbatasan teknis. Pemaduan data, intuisi, dan refleksi tim, *controlling* di Youtz berfungsi sebagai mekanisme strategis yang menjaga konsistensi kualitas sekaligus memungkinkan adaptasi berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi produksi konten Youtz Media di Instagram berhasil terwujud karena penerapan POAC yang saling melengkapi. *Planning* menghadirkan arah

strategis berbasis nilai, *Organizing* menciptakan struktur tim yang kolaboratif dan adaptif, *Actuating* mengedepankan kreativitas serta eksperimen, dan *Controlling* memastikan kualitas melalui evaluasi dan manajemen risiko. Strategi produksi konten di Youtz tidak hanya berfokus pada manajemen teknis, melainkan juga praktik manajerial yang visioner, partisipatif, dan responsif terhadap audiens muda. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan Youtz Media terletak pada kemampuannya menggabungkan prinsip manajemen klasik dengan kebutuhan media digital kontemporer.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi produksi konten di Youtz Media sebagai media *support* dan media *agency*, peneliti memberikan saran yang terbagi dalam saran akademis dan praktis. Saran ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus pengembangan bagi penelitian berikutnya maupun bagi Youtz Media sebagai subjek penelitian.

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks manajemen media digital berbasis teori POAC. Namun, penelitian ini masih terbatas pada studi kasus satu perusahaan media dan jasa kreatif, sehingga peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperluas objek kajian dengan membandingkan beberapa media sejenis untuk melihat pola strategi produksi yang berbeda.

Penelitian di masa mendatang dapat memperdalam analisis dengan pendekatan teori lain seperti teori manajemen inovasi atau model komunikasi digital, agar menghasilkan perspektif yang lebih beragam. Peneliti juga menyarankan agar penelitian berikutnya melibatkan metode analisis big data atau *digital ethnography* untuk memperkaya pemahaman mengenai interaksi audiens dengan konten yang diproduksi. Meski demikian, kontribusi

akademis yang dihasilkan dapat lebih luas, baik untuk pengembangan teori komunikasi maupun praktik manajemen media digital.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, Youtz Media diharapkan terus mengoptimalkan strategi produksinya dengan tetap mempertahankan konsistensi identitas dan nilai kritis yang menjadi ciri khas. Namun, tim juga perlu lebih memanfaatkan teknologi manajemen kerja yang profesional seperti Trello, Notion, atau aplikasi serupa agar koordinasi produksi lebih efisien dan terdokumentasi dengan baik. Selain itu, evaluasi berkala sebaiknya tidak hanya berfokus pada performa metrik Instagram, tetapi juga memperhatikan kualitas keterlibatan emosional audiens yang dapat diukur melalui interaksi mendalam, seperti pesan langsung atau partisipasi dalam diskusi.

Youtz Media juga disarankan untuk mengantisipasi perubahan algoritma dan tren sosial dengan lebih sistematis, sehingga tidak hanya responsif tetapi juga proaktif dalam menghadirkan inovasi. Melalui langkah-langkah ini, Youtz dapat semakin memperkuat posisinya sebagai media *support* yang relevan dengan anak muda sekaligus sebagai media *agency* yang mampu bersaing di industri kreatif digital.