

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendalami sebuah strategi komunikasi pemasaran *brand* Nipplets melalui konten pendidikan seks. Sebelum melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap pendekatan komunikasi pemasaran tersebut, penelitian ini juga berusaha untuk mengidentifikasi motivasi atau faktor pendorong Nipplets dalam menciptakan konten pendidikan seks. Dengan demikian, pemahaman atas kondisi tersebut menjadi landasan bagi penulis dalam menyusun rumusan masalah pertama.

Kemudian, penulis berupaya untuk mengeksplorasi bagaimana strategi perencanaan dalam membuat konten pendidikan seks tersebut diimplementasikan oleh tim Nipplets berdasarkan motivasi dan objektif yang diaplikasikan melalui pemanfaatan *platform* media sosial Instagram sebagai media promosi utama Nipplets. Upaya eksploratif terhadap strategi komunikasi pemasaran tersebut menjadi landasan penulis dalam menyusun rumusan masalah kedua pada penelitian ini.

Selanjutnya penulis berupaya untuk mengeksplorasi bagaimana proses evaluasi yang dilakukan Nipplets setelah melakukan berbagai strategi, mulai dari strategi perencanaan hingga strategi implementasi. Upaya eksploratif terhadap pengaplikasian evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan tersebut kemudian menjadi landasan penulis dalam menyusun rumusan masalah ketiga pada penelitian ini.

Berdasarkan hal tersebut, beberapa subbab berikutnya akan mengekspos kesimpulan yang dihasilkan dari temuan-temuan penelitian yang telah dilakukan. Penyajian kesimpulan atas semua temuan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga subbab, sesuai dengan jumlah perumusan masalah yang telah terjawab, yaitu: (1) Bagaimana strategi perencanaan Nipplets dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran dengan calon konsumen, (2)

Bagaimana strategi implementasi konten yang dilakukan Nipplets, dan (3) Bagaimana proses evaluasi yang dilakukan oleh Nipplets.

5.1.1 Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran Nipplets melalui Konten Pendidikan Seks

Dalam menjawab rumusan masalah pertama, penulis menemukan tiga faktor utama yang mendorong Nipplets untuk menciptakan konten pendidikan seks. Faktor-faktor tersebut dianalisis dari segi pendidikan, sosial-budaya, dan psikologis. Selain itu, penulis juga menghubungkan motivasi ini dengan tujuan Nipplets dalam menciptakan konten pendidikan seks yang terbagi menjadi dua aspek, yaitu eksternal dan internal.

Pada aspek eksternal, hasil penelitian menunjukkan bahwa minimnya pendidikan seks di Indonesia menjadi salah satu temuan paling signifikan yang memengaruhi perencanaan strategis Nipplets dalam menciptakan konten pendidikan seks. Selain itu, pada aspek internal yang terkait dengan faktor psikologis, upaya untuk memperkuat citra merek dan produk turut menjadi salah satu temuan penting yang terkait dengan motivasi dan tujuan internal perusahaan. Adanya stigma negatif terhadap produk pakaian dalam, terutama *lingerie*, mendorong Nipplets sebagai *brand lingerie* untuk memberikan nilai-nilai positif kepada audiens dan menciptakan citra merek dan produk yang positif.

Dari aspek-aspek ini, Nipplets terdorong untuk menerapkan strategi melalui konten pendidikan seks di *platform* media sosial Instagram sebagai sarana utama promosi. Target sasaran audiens utamanya adalah perempuan berusia 21-29 tahun dengan kelas sosial ekonomi kelas B, sebagai upaya untuk menyampaikan pesan positif dan membangun koneksi yang lebih dalam dengan pangsa pasar yang ditargetkan.

5.1.2 Strategi Implementasi Konten Pendidikan Seks Nipplets

Hasil dari strategi perencanaan tersebut kemudian dikembangkan pada tahap selanjutnya, yakni tahap strategi implementasi Nipplets dalam membuat konten pendidikan seks. Hasil temuan yang telah diperoleh menunjukkan bahwa strategi implementasi konten pendidikan seks ini terbagi menjadi tiga tahap utama, yaitu tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Pada tahap pra produksi, Nipplets melakukan berbagai perencanaan ide konsep atau gagasan yang diterapkan oleh Nipplets melalui pembuatan rencana terkait topik-topik pendidikan seks yang akan dibawakan selama satu bulan ke depan yang dilakukan dengan berbagai riset. Setelah membuat jadwal konten dengan standar intensitas mengunggahnya, kemudian Nipplets melakukan riset lebih mendalam mengenai materi pendidikan seks yang akan diunggah dengan mengandalkan berbagai jenis sumber guna mempertahankan kredibilitas informasi seks yang mereka tawarkan. Langkah berikutnya, Nipplets melakukan pembuatan *brief* atau naskah guna mendukung proses produksi konten pendidikan seks nantinya. Berlanjut ke tahap produksi, dimana terdapat dua proses yang dilalui Nipplets, yaitu proses produksi atau *tapping*. Hasil konten yang telah diproduksi disempurnakan melalui proses *editing* sebelum diunggah, serta proses mengunggah konten yang terbagi menjadi beberapa bentuk komunikasi. Misalnya bentuk *feeds*, *reels*, atau diskusi terbuka (QnA) yang dilakukan di Instagram *story*.

Implementasi strategi komunikasi pemasaran melalui konten pendidikan seks ini tidak terlepas dari tantangan dan hambatan yang telah dihadapi oleh Nipplets dalam setiap prosesnya. Selama proses pembuatan konten pendidikan seks, Nipplets melalui berbagai jenis hambatan. Hambatan tersebut terbagi menjadi beberapa kategori yakni hambatan linguistik dimana bahasa yang digunakan sulit dipahami audiens, hambatan psikologis terkait ketidakterbukaan masyarakat, hambatan emosional yang dilihat dengan adanya komentar negatif bersifat *sexualizing*, hambatan teknologi dimana penyampaian informasi seks dinilai kurang singkat, dan adanya topik konten yang repetitif, serta hambatan status dan kekuasaan yang berkaitan dengan ketidakpahaman dan ketidaknyamanan anggota tim baru terhadap topik seks.

5.1.3 Proses Evaluasi Nipplets pada Konten Pendidikan Seks

Selanjutnya, dalam tahap evaluasi, terdapat sejumlah resolusi sebagai upaya perbaikan dan pengembangan dari strategi perencanaan dan implementasi komunikasi pemasaran melalui konten pendidikan seks yang telah dilakukan oleh Nipplets. Salah satu di antaranya adalah melalui penyusunan laporan bulanan dari *platform* media sosial yang dikelola. Laporan ini menjadi dasar untuk pembelajaran dan rekomendasi yang akan diterapkan pada konten-konten berikutnya.

Proses evaluasi ini juga mempertimbangkan tanggapan yang diberikan oleh audiens. Dalam hasil temuan penelitian, ditemukan bahwa Nipplets menggunakan pengukuran *engagement* atau keterlibatan baik dari audiens maupun konsumen. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah *likes*, komentar, dan tanggapan audiens yang terkait dengan peningkatan pemahaman yang dirasakan oleh mereka selama mengonsumsi konten pendidikan seks.

5.2 Implikasi

Berdasarkan ringkasan kesimpulan di atas, terdapat beberapa implikasi yang dapat dianalisis dari dua perspektif utama. Aspek pertama menyangkut implikasi penelitian yang dapat dieksplorasi secara akademis, sedangkan aspek kedua menyoroti implikasi penelitian yang dapat dinilai dari segi praktis. Penyajian implikasi penelitian ini didasarkan pada temuan-temuan yang memberikan jawaban terhadap ketiga permasalahan penelitian. Rincian lebih lanjut mengenai kedua aspek implikasi penelitian ini akan dijelaskan pada subbab berikutnya.

5.2.1 Implikasi Akademis

Ditinjau dari segi akademis, implikasi dari penelitian ini mencakup strategi *brand* dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran melalui konten pendidikan seks. Sementara penelitian sebelumnya lebih fokus pada eksplorasi konten pendidikan seks sebagai materi edukatif dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada audiens, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan meneliti secara khusus pemanfaatan atau komodifikasi konten pendidikan seks sebagai strategi komunikasi pemasaran. Dari perspektif akademis, penelitian ini dapat menjadi penambahan pada studi teoretis di bidang komunikasi, terutama dalam studi komunikasi pemasaran yang berfokus pada strategi komunikasi pemasaran.

Selanjutnya, temuan penelitian yang terkait dengan motivasi atau faktor pendorong, serta tujuan di balik konten pendidikan seks, dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur teoretis dan penelitian di bidang komunikasi, terutama dalam hubungan masyarakat atau Public Relations mengenai peningkatan citra merek atau perusahaan melalui konten. Penelitian ini membawa pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana konten, dalam penelitian ini konten pendidikan seks, dapat berperan sebagai alat strategis dalam membangun citra merek atau perusahaan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Dari segi praktis, penerapan strategi komunikasi pemasaran Nipplets melalui konten pendidikan seks memiliki potensi untuk menjadi acuan atau pedoman bagi tim pemasaran dan tim hubungan masyarakat. Hal ini dapat membantu mereka dalam membangun atau meningkatkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Selain itu, motivasi dan faktor pendorong yang diidentifikasi dalam penelitian ini juga dapat menjadi referensi penting bagi pemerintah dan lembaga non-pemerintah dalam merumuskan kebijakan terkait promosi pendidikan seks. Ini termasuk dalam pengembangan program pendidikan seks sebagai respons terhadap isu-isu pendidikan seks di Indonesia. Dengan memahami dan menerapkan temuan ini, para pemangku kepentingan dapat menciptakan inisiatif yang lebih terarah dan efektif dalam mendukung pendidikan seks di masyarakat.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian ini, sejumlah rekomendasi ingin disampaikan penulis kepada pihak-pihak terkait. Sesuai dengan penjelasan implikasi penelitian pada subbab sebelumnya, rekomendasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini akan diuraikan dengan mempertimbangkan aspek akademis dan aspek praktis.

5.3.1 Rekomendasi Akademis

Dalam rangka penelitian ini, peneliti telah menggali dan merumuskan suatu strategi komunikasi pemasaran yang melibatkan konten pendidikan seks. Berdasarkan temuan utama dari penelitian ini, penulis ingin mengajukan saran kepada sesama peneliti untuk mengukur efektivitas dan dampak dari strategi komunikasi pemasaran melalui konten pendidikan seks yang sudah diterapkan, baik dari segi pola perilaku seperti, keputusan pembelian, kesadaran, kebutuhan informasi, ataupun keterbukaan diri. Dengan kata lain, penelitian ini dapat diperluas dengan memanfaatkan pendekatan metodologi kuantitatif.

5.3.1 Rekomendasi Praktis

Secara praktis, penulis hendak memberikan beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada beberapa pemangku kepentingan. Pertama, kepada para pihak penyelenggara promosi pendidikan seks, penulis hendak merekomendasikan para

penyelenggara promosi pendidikan seks dapat meningkatkan kompetensi komunikasi dengan fokus pada peningkatan literasi masyarakat. Ini dapat dicapai dengan memberikan akses pada informasi berkualitas, mengembangkan sumber informasi yang kredibel, dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya memilih sumber informasi yang terpercaya. Hal ini dapat membantu masyarakat dalam membuat keputusan yang bijak dan mengurangi kemungkinan munculnya misinformasi terutama dalam konteks pendidikan seks.

Selain itu, bagi praktisi yang berperan sebagai pemangku kebijakan, rekomendasi diberikan untuk mempertimbangkan temuan penelitian ini dalam perumusan kebijakan pendidikan seks. Pemahaman mendalam tentang motivasi dan faktor pendorong, serta karakteristik target sasaran, dapat membantu dalam merancang program promosi pendidikan seks yang lebih efektif dan relevan. Selain itu, perlu disesuaikan dengan saluran komunikasi yang paling efisien dan dapat mencapai target sasaran dengan maksimal.

Dengan mengimplementasikan rekomendasi ini, diharapkan para penyelenggara promosi pendidikan seks dan pemangku kebijakan dapat berkontribusi pada peningkatan literasi masyarakat, meminimalisir misinformasi, dan merancang program pendidikan seks yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens yang dituju.