

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada Bab IV peneliti memiliki beberapa kesimpulan poin dalam penelitian ini:

1. Strategi pengelolaan informasi publik dengan menggunakan media pembelajaran seperti instagram, dalam penyebaran informasi mengenali target atau *audiencenya* terlebih dahulu. Setelah mengenali target sasaran lalu mengemas informasi. Dalam mengemas informasi akan tergantung pada target sasaran atau *audience*. Hal ini, instagram @edukasiparlemen mempunyai target sasaran yaitu anak sekolah seperti SD, SMP, SMA/K, sampai dengan Mahasiswa.

Maka dalam mengemas informasi pada konten serta penulisan pesan dengan menggunakan bahasa yang mudah di pahami serta dalam pembahasan ini sesuai dengan programnya yaitu edukasi parlemen. Ataupun materi-materi keparlemenan dan target sasarnya penyebaran informasi menjadi proses berikutnya, sesudah strategi pengelolaan informasi ditentukan. Pada instagram @edukasiparlemen melakukan penyebaran informasi-informasi dengan melalui konten-konten dengan beberapa tema seperti #Tahukahkamu, Kenalan yuk, SUNMORI (*Sunday Morning Information*), USA (Ujian selaSa), SATNIGHT (*Saturday Nice Insight*), SUPERMAN (Asupan berita Parlemen, kumpulan berita parlemen terkini).

Serta informasi tentang pembukaan daftar magang hingga informasi kunjungan secara *online*. Selain itu Humas Setjen DPR-RI memanfaatkan instagram dengan fitur-fiturnya seperti *followers*, unggah foto, video, *reels*, DM (*Direct Message*), Siaran langsung, *highlight*, dan *insta story*

2. Kekeliruan dalam informasi yang di unggah dengan tema Kenalan Yuk! Dalam pengenalan Dapil. Terjadi dikarenakan *miss* dalam proses pengecekan informasi atau memang terdapat kesalahan dari anak magang yang membantu. Lalu pada data website resmi DPR-RI tidak di cek kembali oleh anggota. Apakah data tersebut sudah *valid* atau belum. Serta disimpulkan bahwa kekeliruan ini lebih ke *human eror*. Peneliti menemukan di instagram @edukasiparlemen ternyata masih minim dalam proses membalas komen-komen dan membalas DM (*Direct Message*) para *followers* ataupun publik.

Strategi pengelolaan informasi yang dijalankan oleh Humas Setjen DPR-RI menjadi sebuah kewajiban dalam melakukan penyebaran informasi. Strategi yang digunakan oleh tim media @edukasiparlemen ialah mengidentifikasi para *audience*, mengemas informasi dengan baik dan mudah dipahami, memilih media yang tepat, dan menyajikan dengan tema tema yang berbeda sehingga dapat menarik *audience*, dan menentukan jadwal unggahan pada kontennya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang sudah disediakan dalam aplikasi instagram. Strategi yang digunakan dapat dikatakan bahwa sudah dipenuhi.

5.2. Saran

1. Strategi yang sudah diaplikasikan oleh Humas Setjen DPR-RI, perlu ditekankan untuk menambahkan strategi tim teknis pada bagian merespon dan membalas komentar-komentar para publik ataupun *follower*, serta merespon DM (*Direct Message*) dari publik di akun @edukasiparlemen. serta lebih aktif dalam menggunakan *insta story* dengan memanfaatkan kembali fitur-fitur yang belum digunakan untuk penyebaran informasi yang menggunakan *insta story*. Agar lebih bervariasi seperti contoh menautkan link dengan tertuju langsung kepada halaman link website, tiktok, ataupun youtube. Menggunakan stiker lagu, atau stiker GIF agar dapat menarik lebih banyak lagi para *audience* dalam melihat *story* di instagram @edukasiparlemen.

2. Memperhatikan data-data kembali yang akan diolah menjadi informasi yang akan di unggah pada instagram @edukasiparlemen, agar dapat mengalami hal yang sama dalam kekeliruan informasi. Serta lebih memperbanyak hastag dalam caption pada setiap postingannya, agar bisa tersebar lebih luas lagi oleh para publik ataupun masyarakat dengan sesama menggunakan atau pengguna aplikasi instagram.

