

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui serangkaian wawancara dengan para informan serta analisis data yang telah diperoleh, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Konten edukasi kesehatan di Instagram @rsorthopaedipwt dikelola melalui kerja sama antara unit/dokter, *Brand Manager*, dan Desainer Grafis. Setelah konten diunggah di akun Instagram RSOP, kemudian dilakukan evaluasi rapat bulanan oleh tim *marketing* dan direksi.
2. RSOP belum menerapkan *The Circular Model of SoMe* pada platform media sosial Instagram sepenuhnya, yaitu: Tahap *Share* (berbagi) dan *Engage* (melibatkan) sudah diterapkan dengan baik. Sedangkan pada tahap *Optimize* (mengoptimalkan) RSOP belum melakukan untuk mengetahui topik yang sedang menjadi perbincangan hangat audiens, serta pada tahap *Manage* RSOP belum pernah melibatkan interaksi secara langsung dan waktu nyata (*real-time*).

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan, yakni:

1. Saran Akademis

Saran akademis yang dapat diusulkan adalah peneliti selanjutnya sebaiknya melanjutkan eksplorasi literatur dengan lebih mendalam untuk mendukung temuan yang telah ditemukan. Selain itu, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan metode penelitian yang berbeda guna melengkapi pendekatan yang telah digunakan sebelumnya.

2. Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diimplementasikan oleh Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto adalah mengadakan kegiatan yang dapat meningkatkan interaksi dengan

masyarakat melalui Instagram. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat konten interaktif di *insta story*, seperti *polling*, tanya jawab, kuis trivia, dan *giveaway* dengan tema-tema menarik secara rutin, bukan hanya pada hari perayaan tertentu. Strategi ini diharapkan dapat membangun citra positif di masyarakat dan meningkatkan *engagement rate*. Tim *digital marketing* juga dapat memanfaatkan fitur *live* untuk menjalin interaksi *real-time* dengan pengikut, menciptakan kedekatan, dan memperkuat hubungan dengan audiens.

Selain itu, Rumah Sakit Orthopaedi Purwokerto dapat memanfaatkan alat bantu seperti Ahrefs dan Google Trends untuk melakukan riset topik bahasan yang sedang populer di kalangan masyarakat. Pendekatan ini dapat membantu tim *digital marketing* dalam merencanakan konten yang lebih tepat sasaran dan mendapatkan *feedback* positif dari audiens. Sebagai langkah tambahan, tim digital marketing dapat mengambil inisiatif untuk menyusun dan merencanakan sendiri konten-konten yang akan diunggah, tidak hanya bergantung pada permintaan atau *request* dari unit atau dokter.

