

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelolaan akun Instagram @dinkominfopbg sebagai media utama komunikasi publik Pemerintah Kabupaten Purbalingga, dapat disimpulkan bahwa proses pemanfaatan media sosial dalam instansi pemerintah berjalan dalam kerangka dukungan organisasi yang sudah tersedia, namun juga dihadapkan pada sejumlah hambatan struktural, teknis, dan strategis.

1. **Proses Pengelolaan Instagram @dinkominfopbg sebagai Media Utama Komunikasi Publik**

Instagram @dinkominfopbg telah menjalankan fungsinya dalam mempublikasikan agenda pemerintahan, menyediakan informasi layanan publik, serta mendukung pembentukan citra positif pemerintah daerah melalui tiga tahap yaitu perencanaan, implementasi dan pasca implementasi. Namun, produksi konten masih didominasi oleh liputan kegiatan seremonial pimpinan sehingga variasi konten yang bersifat edukatif, informatif, partisipatif, dan berbasis kebutuhan masyarakat belum menjadi prioritas. Secara keseluruhan, Instagram @dinkominfopbg telah menunjukkan potensi dan komitmen kuat dalam mendukung keterbukaan informasi publik dan kedekatan antara pemerintah dan masyarakat.

2. **Dukungan dalam Proses Pengelolaan Instagram @dinkominfopbg sebagai Media Utama Komunikasi Publik**

Berbagai dukungan telah diberikan untuk pengelolaan Instagram @dinkominfopbg, pertama adalah dukungan motivasi dan kebijakan organisasi dari pimpinan sudah hadir, namun belum terintegrasi dalam standar prosedur terstruktur, sehingga pengelolaan media sosial masih sangat bergantung pada inisiatif personal tim pengelola. Kedua, sudah diadakan anggaran operasional dan fasilitas penunjang kerja, namun belum mencukupi kebutuhan strategis pengelolaan guna mencapai tujuan sebagai media komunikasi publik. Ketiga, sudah ada ketersediaan sarana dan prasarana produksi serta pengelolaan yang

kontinu, namun ketidakhadiran perangkat khusus dan komputer desain dengan spesifikasi lebih tinggi membatasi fleksibilitas kerja tim. Keempat, dalam hal SDM pengelola, tim menunjukkan komitmen tinggi, kreativitas, dan konsistensi dalam produksi konten berita harian. Namun, kapasitas analisis tren, storytelling visual, dan manajemen audiens masih memerlukan penguatan melalui pelatihan lanjutan. Kelima, komitmen terhadap peningkatan kualitas konten telah diupayakan melalui adaptasi tren dan kontinuitas publikasi. Namun, pendekatan perencanaan konten belum sepenuhnya berbasis riset audiens atau pemetaan kebutuhan informasi publik. Keenam, telah ada sistem monitoring dan evaluasi walaupun masih manual dan terbatas. Secara keseluruhan, pengelolaan Instagram @dinkominfopbg telah menunjukkan modal sosial organisasi yang kuat, berupa semangat kolaboratif dan komitmen pelayanan informasi publik.

3. Kendala dalam Proses Pengelolaan Instagram @dinkominfopbg sebagai Media Utama Komunikasi Publik

Beberapa kendala dalam proses pengelolaan Instagram @dinkominfopbg sebagai media utama komunikasi publik seperti; Pertama, keterbatasan anggaran dan sarana pendukung menjadi kendala utama dalam produksi konten yang berkualitas optimal. Kedua, mekanisme koordinasi antarperangkat daerah belum berjalan efektif, sehingga informasi mengenai kegiatan atau program yang disampaikan sering kali tidak lengkap atau terlambat. Ketiga, belum seluruh staf memiliki latar belakang atau pelatihan yang memadai untuk mengelola media sosial berbasis pemerintahan. Keempat, pola konten masih fokus pada liputan kegiatan pimpinan dan acara seremonial sehingga kurang mampu menciptakan kedekatan emosional dengan masyarakat. Kelima, segmentasi audiens dan dinamika algoritma media sosial menjadi tantangan tersendiri. Keenam, sistem monitoring dan evaluasi konten belum dilakukan secara terukur dan berbasis data.

B. SARAN dan REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelolaan Instagram @dinkominfoptg sebagai media utama komunikasi publik, beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penguatan Kebijakan Komunikasi Digital.

Diperlukan penyusunan *Standard Operating Procedure* (SOP) resmi terkait pengelolaan media sosial pemerintah daerah. SOP ini untuk mengatur alur penyediaan informasi dari perangkat daerah ke tim pengelola, pembagian tugas dan tanggung jawab peran dalam tim, prosedur verifikasi informasi sebelum dipublikasikan, standar kualitas visual dan gaya bahasa konten, serta pedoman respons interaksi publik. Kebijakan yang terstruktur akan mengurangi ketergantungan pada inisiatif personal dan memastikan keberlanjutan sistem meskipun terjadi pergantian SDM.

2. Penguatan dan Pemerataan Kapasitas SDM.

Diperlukan program pelatihan dan pengembangan kompetensi berkelanjutan bagi tim pengelola, terutama dalam aspek penulisan kreatif dan *copywriting*, fotografi dan videografi berbasis *storytelling*, desain grafis dan penyuntingan multimedia, analisis tren dan pemetaan kebutuhan audiens, serta manajemen isu dan komunikasi dialogis. Pelatihan dapat dilaksanakan melalui kerja sama dengan komunitas kreatif lokal, universitas dan program magang mahasiswa atau lembaga pendidikan, praktisi dan pelatih media digital tingkat daerah maupun nasional.

3. Optimalisasi Anggaran dan Infrastruktur Penunjang.

Untuk mengoptimalkan anggaran dan sarana penunjang, pemerintah daerah perlu mempertimbangkan penyediaan ponsel khusus admin dengan kualitas kamera mumpuni untuk kebutuhan unggahan *real-time*, komputer desain dengan spesifikasi grafis yang memadai, alokasi khusus untuk promosi konten dan kolaborasi *influencer* mikro yang dianggarkan dengan sistematis dan terstruktur sehingga dapat terus berlanjut. Dukungan ini akan meningkatkan kualitas visual, efisiensi kerja tim, serta jangkauan informasi kepada publik.

4. Inovasi Konten.

Konten perlu digeser dari dominasi liputan seremonial menjadi konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, bersifat edukatif mengenai layanan publik (misal: pengelolaan administrasi, *hotline* aduan, layanan kesehatan, penanggulangan bencana), humanis dan partisipatif (misal: cerita warga, UMKM, komunitas), interaktif (misal: *polling*, *Q&A*, *live dialog*, kuis, konten ajakan partisipasi warga). Hal ini akan meningkatkan *engagement* dan membangun kedekatan emosional antara pemerintah dan publik.

5. Penguatan Strategi Menjangkau Audiens

Sebagai upaya untuk menjangkau audiens, sesuai dengan fungsinya sebagai media utama komunikasi publik Kabupaten Purbalingga, strategi komunikasi perlu berbasis segmentasi audiens (usia, minat, pola penggunaan media), adaptasi gaya bahasa yang empatik dan komunikatif, pemanfaatan fitur algoritmik Instagram, terutama *reels*, *story* dan promosi. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga pendidikan, komunitas masyarakat, tokoh lokal atau *micro-influencers*. Strategi tersebut akan memperluas jangkauan pesan secara organik dan meningkatkan legitimasi pesan.

6. Penerapan Monitoring dan Evaluasi Berbasis Data.

Perlu diterapkan sistem evaluasi yang bersifat terukur dan rutin melalui pemanfaatan *analytics dashboard*, pertumbuhan audiens berbasis segmentasi, penyusunan laporan evaluasi bulanan untuk revisi strategi konten berkelanjutan. Evaluasi berbasis data akan mengubah pola kerja dari sekadar “unggah rutin” menjadi strategi komunikasi publik yang responsif, efektif, dan berorientasi kebutuhan masyarakat.

Dengan implementasi saran dan rekomendasi ini, Instagram @dinkominfoptg berpotensi berkembang menjadi platform komunikasi publik digital yang lebih inklusif dalam merangkul keberagaman publik, lebih dialogis dalam membangun interaksi dua arah, lebih strategis dalam mendukung transparansi dan keterbukaan informasi pemerintah, serta lebih responsif dan adaptif terhadap dinamika sosial dan budaya digital.

A. KONTRIBUSI KEILMUAN

Penelitian berjudul “Pengelolaan Instagram @dinkominfopbg sebagai Media Utama Komunikasi Publik Pemerintah Kabupaten Purbalingga” memberikan sejumlah kontribusi penting baik secara teoritis maupun praktis. Kontribusi ini muncul melalui proses identifikasi mendalam mengenai tahapan pengelolaan media sosial, mulai dari perencanaan, implementasi, hingga pasca-implementasi, serta analisis terhadap dukungan dan kendala yang dihadapi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga dalam menjalankan fungsi komunikasi publik melalui *platform* Instagram.

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi publik dan pemanfaatan media sosial pemerintah melalui beberapa aspek berikut:

- a. Penguatan penerapan *Mediatization Theory* dalam konteks organisasi pemerintah daerah.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa proses pengelolaan Instagram @dinkominfopbg tidak hanya sekadar aktivitas teknis, tetapi telah menjadi bagian dari proses mediasi komunikasi pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa institusi pemerintah semakin mengalami *mediatization*, yaitu bergantung pada logika media dalam menjalankan fungsi komunikasi publik. Penelitian ini memperkuat penerapan teori tersebut pada level pemerintah kabupaten, yang masih terbatas dalam literatur.

- b. Elaborasi penerapan *The Circular Model of Some* dalam siklus pengelolaan media sosial pemerintah.

Penelitian ini menegaskan bahwa tahapan *The Circular Model of Some* yang meliputi perencanaan, implementasi, dan evaluasi, dapat diterapkan untuk menganalisis bagaimana pemerintah daerah mengoperasikan akun resmi. Temuan menunjukkan bagaimana proses perencanaan masih bersifat *ad hoc*, implementasi konten berpusat pada peliputan kegiatan pemerintah, serta evaluasi yang dilakukan secara informal.

Penelitian ini menambah bukti empiris mengenai penerapan *The Circular Model of Some* pada sektor pemerintahan di daerah.

- c. Kontribusi terhadap penguatan konsep *4C Social Media Utilization Framework*.

Dalam penelitian ini, empat elemen utama 4C (*Context, Communication, Collaboration, dan Connection*) terlihat berjalan secara tidak seimbang. Elemen *communication* dapat berjalan dengan baik dikarenakan sudah adanya proses komunikasi publik sesuai tujuan Instagram @dinkominfopbg sendiri, sedangkan *connection, context* serta *collaboration* masih terbatas. Analisis ini memberikan kontribusi pada literatur mengenai bagaimana *framework* 4C dapat digunakan untuk mengidentifikasi ketidakseimbangan strategi media sosial pemerintah dan menjadi dasar evaluasi strategis.

- d. Model empiris pengelolaan media sosial pemerintah daerah.

Penelitian ini menghasilkan model empiris berupa tiga tahap pengelolaan; (1) Perencanaan, (2) Implementasi, dan (3) Pasca Implementasi, yang dapat memperkaya kajian teoretis mengenai manajemen media sosial instansi publik. Model ini berpotensi menjadi referensi penelitian berikutnya yang mengkaji penguatan strategi komunikasi publik melalui media sosial.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini juga memberikan kontribusi langsung pada praktik komunikasi publik pemerintah daerah, khususnya pada pengelolaan media sosial:

- a. Memberikan gambaran komprehensif tentang proses kerja pengelola media sosial pemerintah.

Hasil penelitian memetakan alur pengelolaan akun Instagram @dinkominfopbg secara detail, mulai dari persiapan kerja, koordinasi liputan, pembuatan konten, hingga proses unggah serta evaluasi. Gambaran ini dapat menjadi referensi bagi dinas lain yang ingin membangun atau memperbaiki sistem pengelolaan media sosial resminya.

- b. Menjadi dasar rekomendasi untuk optimalisasi komunikasi publik.

Dengan mengidentifikasi dukungan (misalnya sumber daya internal, peran pimpinan, dan kebutuhan informasi publik) serta hambatan (minimnya perencanaan tertulis, keterbatasan SDM, dan ketiadaan *Standard Operating Procedure*), penelitian ini menyediakan data untuk perbaikan kebijakan komunikasi publik di lingkungan Pemerintah Kabupaten Purbalingga.

- c. Memberikan pedoman awal bagi penyusunan SOP pengelolaan media sosial

Tiga tahap yang ditemukan dapat dijadikan dasar penyusunan *Standard Operating Procedure* (SOP) atau pedoman teknis pengelolaan media sosial pemerintahan agar lebih sistematis, terukur, dan berkelanjutan.

- d. Memberikan *insight* bagi optimalisasi penggunaan Instagram sebagai media utama komunikasi publik.

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mendukung Dinkominfo Purbalingga dalam mengetahui efektivitas Instagram sebagai sarana yang mampu membangun kedekatan dengan masyarakat, meningkatkan keterbukaan informasi, serta mempercepat penyebaran pesan pemerintah daerah, pada kajian selanjutnya.