

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemanfaatan akun Instagram *@disperindag\_diy* dalam menyebarkan informasi kebijakan dan program Disperindag Yogyakarta melalui pendekatan *Circular Model of SoMe*, peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial ini telah berjalan secara aktif namun belum sepenuhnya optimal pada seluruh tahap model. Berikut adalah uraian kesimpulan berdasarkan tiap elemen *SoMe*:

1. Tahap *Share*: Disperindag DIY telah menunjukkan konsistensi dalam membagikan informasi kebijakan, program, dan kegiatan melalui berbagai fitur Instagram seperti *feed*, *story*, dan *reels*. Informasi yang disampaikan mencakup pantauan harga, jadwal pelatihan, hingga promosi kegiatan pameran. Pemanfaatan ini terbukti mampu meningkatkan transparansi informasi publik dan memperluas akses bagi pelaku UMKM. Namun, pola komunikasi masih dominan bersifat satu arah dan belum diarahkan untuk membangun interaksi atau keterlibatan aktif dari audiens.
2. Tahap *Optimize*: Meskipun terdapat kesadaran internal terhadap pentingnya evaluasi konten, tahapan optimalisasi belum berjalan secara sistematis. Analisis insight, perencanaan editorial, serta penggunaan gaya komunikasi otentik belum diimplementasikan secara konsisten. Narasi konten masih bersifat formal dan dokumentatif, sehingga belum sepenuhnya menciptakan kedekatan emosional dengan audiens digital.

Kegiatan evaluatif hanya dilakukan secara informal dan belum berbasis data secara menyeluruh.

3. Tahap *Manage*: Pengelolaan akun Instagram dilakukan secara kolaboratif antarbidang tanpa adanya tim khusus media sosial. Hal ini berdampak pada terbatasnya pengawasan, ketidakteraturan jadwal konten, dan respons yang tidak selalu real-time. Meskipun terdapat SOP dasar seperti waktu respons maksimal 1–2 hari, keterbatasan SDM dan beban kerja membuat interaksi digital belum sepenuhnya dikelola secara efisien. Evaluasi performa akun dan monitoring media sosial belum dijalankan dalam kerangka kerja strategis.
4. Tahap *Engage*: Upaya untuk membangun keterlibatan publik telah terlihat dalam beberapa momen kegiatan besar, termasuk dengan melibatkan tokoh publik atau influencer. Namun, strategi engagement yang berkelanjutan seperti komunitas digital, fitur interaktif, dan komunikasi dua arah belum menjadi bagian integral dari manajemen akun. Interaksi publik masih bersifat pasif, dan belum terdapat pendekatan untuk membentuk komunitas daring tematik sebagai mitra strategis komunikasi publik.

Jadi, pemanfaatan akun Instagram @disperindag\_diy sudah menjadi bagian penting dari strategi komunikasi Disperindag DIY, namun masih memerlukan penguatan dalam hal interaktivitas, evaluasi berbasis data, struktur pengelolaan, dan partisipasi publik. *Model Circular of SoMe* memberikan kerangka kerja yang relevan dan terbukti mampu mengidentifikasi area kekuatan serta ruang perbaikan dari strategi komunikasi digital lembaga pemerintah. Peneliti menilai bahwa agar

komunikasi publik melalui media sosial benar-benar efektif, diperlukan transformasi dari pendekatan informatif menjadi pendekatan partisipatif, berbasis relasi sosial dan keterlibatan jangka panjang dengan masyarakat.

## 5.2 Saran

### a. Saran untuk Penelitian Berikutnya:

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang analisis keterlibatan audiens (*engagement*) di Instagram, dengan mengukur dampak langsung dari konten yang dibagikan terhadap partisipasi masyarakat dalam program-program Disperindag DIY. Penelitian juga dapat mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat interaksi audiens, seperti jenis konten, waktu posting, dan penggunaan hashtag yang tepat. Diperlukan juga penelitian lanjutan yang secara spesifik memetakan profil, kebutuhan, dan harapan audiens digital akun pemerintah, agar strategi konten tidak hanya fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga menjawab preferensi dan dinamika masyarakat pengguna media sosial. Dan Penelitian ke depan dapat membandingkan strategi komunikasi media sosial antar instansi pemerintah di tingkat daerah atau nasional, guna mengidentifikasi praktik terbaik (*best practices*) dalam pengelolaan media sosial sektor publik.

### b. Rekomendasi Kebijakan:

Disarankan agar Disperindag DIY membentuk tim atau unit khusus yang menangani strategi komunikasi digital, tidak hanya dari sisi teknis unggahan, tetapi juga dari sisi konten naratif, *engagement*, dan monitoring. Tim ini perlu dibekali dengan keahlian di bidang desain komunikasi visual,

*copywriting*, serta analisis data digital. Perlu juga disusun perencanaan konten berbasis hasil analisis *insight* Instagram, agar setiap unggahan memiliki dasar strategis dalam waktu tayang, format konten, serta segmentasi audiens. Ini juga mencakup penggunaan kalender editorial untuk menjaga konsistensi dan kualitas unggahan. Dan Disarankan untuk membentuk komunitas daring tematik seperti forum alumni pelatihan, komunitas pelaku usaha binaan, atau jejaring mitra kerja Disperindag di ruang digital. Komunitas ini berpotensi memperkuat loyalitas publik terhadap program-program pemerintah.