

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penerapan strategi *public relations* pada akun TikTok milik Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah mencapai keberhasilan. Hal ini dapat dibuktikan dengan kenaikan *engagement rate* berhasil melebihi dari presentase target peningkatan *engagement rate* sebesar 0,5%. *Engagement rate* yang awalnya hanya sebesar 1,94% pada saat sebelum menerapkan strategi *public relations*, menjadi 2,70% dalam jangka waktu pengimplementasian selama 2 minggu. Perolehan hasil *engagement rate* yang didapatkan menggunakan situs *website* Phlanx.com.

Meskipun mengalami peningkatan *engagement rate*, terdapat 2 konten yang tidak mencapai indikator keberhasilan. Konten tersebut adalah "Hari Perempuan Internasional" dan "TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!" keduanya sama-sama tidak memenuhi keberhasilan pada jumlah *likes*. Terdapat alasan mengapa 2 konten ini tidak dapat mencapai indikator keberhasilan, yaitu waktu publikasi yang dilakukan pada pukul 18.00. Sementara itu, 6 konten lainnya yang berhasil mencapai indikator keberhasilan dikarenakan waktu publikasi di pukul 17.00, sedangkan, 2 konten pertama yang memiliki waktu publikasi sesuai dengan jadwal rancangan konten pada bab III tetap mengalami keberhasilan.

Berdasarkan dari analisis interaksi 10 konten yang telah dipublikasikan, dapat dinyatakan bahwa kebutuhan *audience* sangat beragam. Konten dengan *likes* dan *shares* menyatakan bahwa *audience* tertarik pada konten yang membahas kebijakan/program, hiburan, dan konten edukatif. Sedangkan analisis kebutuhan berdasarkan komentar menunjukkan bahwa *audience* lebih banyak terlibat dalam memberikan saran, memberikan *feedback* positif, melontarkan pertanyaan pada konten yang merayakan hari besar, dan konten edukasi. Oleh karena itu, menyusun strategi *public relations* akun media sosial untuk instansi pemerintah membutuhkan mempertimbangkan jenis konten yang

diminati oleh *audience*, serta waktu publikasi yang tepat. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten dan penggunaan video yang persuasif dapat mendorong *audience* untuk lebih aktif memberikan berinteraksi dan berkomentar, sehingga dapat memudahkan instansi untuk mengidentifikasi kebutuhan *audience*.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah disajikan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk mengembangkan strategi *public relations*. Saran yang dapat diterapkan oleh Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah adalah sebagai berikut:

a. Memberikan respons kepada *audience* yang berkomentar

Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah perlu aktif dalam menanggapi atau merespons komentar dari *audience*. Dengan seringnya akun @dinsosjateng merespons komentar akan membuat *engagement rate* meningkat.

b. Melakukan evaluasi secara berkala

Dalam menerapkan strategi, tentunya membutuhkan waktu untuk terus mengevaluasi kinerja konten yang telah dipublikasikan. Evaluasi ini bisa dilakukan mingguan maupun bulanan, sesuai dengan kebutuhan.

c. Mencoba waktu publikasi yang berbeda

Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah disarankan untuk melakukan percobaan lebih banyak terhadap waktu publikasi. Dengan melakukan uji coba ini dapat membantu untuk memahami pola perilaku *audience*, menganalisis waktu-waktu *audience* responsif dan aktif berinteraksi terhadap konten yang telah dipublikasikan.

