

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan dalam pelaksanaan tugas akhir yang berjudul “Produksi Video Edukasi Pada Akun Instagram @sekretariat.dprdkotasemarang Sebagai Media Pengenalan Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) DPRD Kota Semarang” dilatarbelakangi oleh permasalahan rendahnya tingkat pemahaman masyarakat, khususnya generasi muda, mengenai keberadaan dan fungsi JDIH DPRD Kota Semarang. Meskipun layanan ini telah meraih penghargaan nasional, pemanfaatannya di kalangan publik masih terbatas karena keterbatasan media sosialisasi yang menarik dan mudah dipahami

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis melaksanakan proyek berupa produksi lima konten video edukasi dalam format instagram *reels*. Pemilihan *platform* Instagram, khususnya akun @sekretariat.dprdkotasemarang, dilakukan karena memiliki jangkauan audiens yang lebih luas dibandingkan akun khusus JDIH serta lebih dikenal oleh publik.

Hasil pelaksanaan proyek menunjukkan bahwa konten video edukasi mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap JDIH. Terdapat kenaikan sebesar 71,5% dalam tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat khususnya generasi muda, terhadap keberadaan dan fungsi Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) DPRD Kota Semarang.

Jenis konten yang diproduksi, seperti pengenalan JDIH, fungsi JDIH, testimoni pengguna, dan informasi prestasi lembaga, terbukti efektif menarik perhatian audiens. Data *engagement rate* dan hasil observasi menunjukkan bahwa reels berdurasi singkat dengan visual menarik, narasi jelas, serta teknik penyampaian yang komunikatif mampu memberikan dampak positif terhadap interaksi pengguna.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk pembaca yang akan melanjutkan proyek, yaitu sebagai berikut :

1. Penerapan strategi konten jangka panjang, seperti memanfaatkan teknologi atau aplikasi penjadwalan rutin unggahan video edukasi dan diversifikasi format (*infografis carousel, reels, live session*) agar kampanye tidak bersifat temporer dan lebih efektif.
2. Pemanfaatan fitur interaktif Instagram seperti *polling, question box*, dan *link sticker* untuk mengajak audiens terlibat secara langsung dalam kampanye informasi hukum.
3. Monitoring dan evaluasi berkala terhadap performa konten serta *feedback* dari audiens, agar strategi komunikasi yang dilakukan bisa terus diperbaiki sesuai kebutuhan masyarakat.