

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan strategi *Public Relations* dengan pendekatan *Employee Advocacy* pada media sosial aplikasi *JAKI Super App* diwujudkan melalui pembuatan tujuh video konten yang melibatkan karyawan Jakarta Smart City. Strategi ini membuktikan bahwa peran karyawan sebagai duta komunikasi berkontribusi penting dalam memperkuat penyebaran informasi serta meningkatkan *insight* audiens. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah strategi diterapkan. Beberapa poin temuan utama dapat dirangkum sebagai berikut:

- Keterlibatan lima orang karyawan Jakarta Smart City dalam menyebarkan konten video *JAKI Super App* melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan keterpaparan informasi dan perhatian publik terhadap aplikasi.
- Hasil kuesioner menyimpulkan bahwa *Instagram Story* (83,3%) dan *WhatsApp Story* (45%) menjadi kanal utama audiens dalam mengakses konten *JAKI Super App*, sedangkan kanal WhatsApp lainnya berfungsi sebagai pendukung distribusi.
- Mayoritas responden (83,3%) menilai konten video *JAKI Super App* sangat berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman terhadap fitur aplikasi, sementara 16,7% menilai cukup berpengaruh dan tidak ada yang menilai kurang berpengaruh, sehingga video dinilai mampu meningkatkan pemahaman audiens.
- Seluruh responden (100%) menyatakan tertarik untuk mengunduh dan menggunakan *JAKI Super App* setelah menonton konten video, sehingga konten berpotensi mendorong peningkatan penggunaan aplikasi.

- Tema konten yang paling diminati audiens adalah Informasi Layanan Publik dan *Entertainment*, karena dianggap paling relevan dengan kebutuhan informasi sehari-hari masyarakat.
- Secara keseluruhan, penerapan strategi ini memperkuat peran karyawan dalam menyebarkan informasi mengenai aplikasi *JAKI*, meningkatkan *insight* dan minat audiens, sekaligus memperluas jangkauan komunikasi publik.

5.2 Saran

- **Memperkuat Peran Karyawan**

Disarankan agar karyawan semakin rutin dilibatkan dalam produksi konten, tidak hanya pada sisi formal tetapi juga menampilkan aktivitas keseharian mereka. Hal ini akan menghadirkan kedekatan emosional dengan audiens dan mempertegas esensi *employee advocacy*.

- **Mengoptimalkan Fitur Interaktif untuk Meningkatkan Interaksi Audiens**

Pemanfaatan media sosial perlu ditingkatkan dengan mengoptimalkan fitur interaktif pada Instagram dan WhatsApp. Fitur seperti polling, Q&A, kolaborasi akun, serta WhatsApp *Story* dan Grup dapat dimaksimalkan untuk memperluas jangkauan konten dan meningkatkan *insight* terhadap aplikasi *JAKI*.

- **Konsisten antara responden di awal dengan di akhir**

Konsistensi antara responden pada tahap awal dan tahap akhir perlu dijaga agar karakteristik data yang diperoleh tetap seimbang. Hal ini akan membantu menghasilkan evaluasi yang lebih akurat dan objektif, serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas strategi yang diterapkan. Dengan menjaga keseragaman target responden, pengukuran keberhasilan konten dapat dilakukan secara lebih tepat dan komprehensif.

- **Untuk Implementasi di Masa Mendatang**

Keberlanjutan strategi *Public Relations* melalui pendekatan *Employee Advocacy* dapat diperkuat dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial melalui konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC). Konten tidak perlu diproduksi berlebihan, tetapi cukup diperluas distribusinya agar menjangkau audiens lebih luas. Langkah ini diharapkan mampu meningkatkan *insight* audiens serta memperkuat efektivitas komunikasi publik Jakarta Smart City di masa mendatang.