

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Projek Tugas Akhir mengkaji topik tentang strategi peningkatan kepemilikan Kartu Identitas Anak (KIA) di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Cilacap melalui produksi video reels Instagram. Hal tersebut dikarenakan adanya laporan kepemilikan KIA tahun 2024 yang mencapai 36,79% dari target yang ditetapkan yaitu 50%. Penyebaran kuesioner pra projek kepada 50 responden untuk mengukur tingkat pengetahuan masyarakat tentang KIA secara dasar juga telah disebar. Hasil analisis jawaban kuesioner tersebut adalah sebanyak 78% (39 orang) tidak mengetahui dan 22% (11 orang) mengetahui fungsi dan manfaat Kartu Identitas Anak (KIA). Selain itu, dari 50 responden yang telah mengisi kuesioner, sebanyak 82% (41 orang) tidak mengetahui sedangkan 18% (9 orang) mengetahui persyaratan serta alur penerbitan Kartu Identitas Anak (KIA).

Instagram @disdukcapilkabcilacap adalah media sosial yang memiliki jumlah pengikut mencapai 14,7 ribu dan cukup sering menggunakan fitur reels. Hal tersebut dikarenakan reels menyajikan konten bentuk audio visual dengan durasi pendek dan mampu menjangkau *audience* lebih luas. Dengan demikian, dihasilkan strategi produksi video reels Instagram untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Kartu Identitas Anak (KIA).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa projek tugas akhir yang berjudul “Produksi Video Reels Instagram Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Kabupaten Cilacap”, yaitu:

- Konten reels pertama yang mampu menarik *audience* karena mencapai 3.444 tayangan (*view*), 3 kali dibagikan (*share*), dan 4 akun menyimpan

(*save*) adalah “Mitos Atau Fakta KIA.”

- Konten reels dengan jumlah suka (*like*) terbanyak karena mampu mendapatkan 124 suka (*likes*) yaitu “KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Penting”.
- Konten reels dengan jumlah komentar (*comment*) tertinggi mencapai 42 komentar (*comment*) yaitu “KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Penting”.
- Konten yang paling sedikit mendapatkan jumlah penonton karena hanya mampu mencapai 1.301 tayangan (*views*) yaitu “Hal-Hal Penting Saat Urus KIA”.
- Konten dengan jumlah suka (*likes*) paling sedikit yaitu “KIA Kolektif” karena hanya mencapai 82 suka (*likes*).
- Konten yang paling sedikit mendapatkan komentar (*comment*) paling sedikit karena hanya mencapai 18 komentar (*comment*) yaitu “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA”.
- Konten yang tidak mendapatkan feedback atau sebanyak 0 dalam bentuk dibagikan dan disimpan yaitu “KIA atau KTP: Mana Yang Lebih Penting?”, “KIA Kolektif”, dan “Suara Mereka Tentang Pelayanan KIA.”

Hasil analisis konten reels Instagram yang beragam dapat dipengaruhi dari adanya sifat ketertarikan *audience* tentang topik konten yang dibahas dalam reels tersebut, opening/ *hook* yang digunakan dengan menampilkan sifat yang kekinian, *caption* yang jelas, waktu unggahan berdasarkan waktu aktif pengikut akun yaitu di pagi hari pukul 08.00-08.30, pemaparan visual konten baik dari teknik pengambilan video maupun hasil editing, dan ditunjang dengan algoritma akun.

Hasil analisis kuesioner post proyek dari 50 responden untuk mengukur

tingkat pemahaman dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang KIA menunjukkan perubahan dari 12% mengetahui berubah menjadi 64% sangat memahami fungsi dan manfaat KIA dan 32% cukup memahami. Kemudian, jawaban pertanyaan untuk mengukur tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang syarat serta tata cara penerbitan KIA juga meningkat dari 18% sudah mengetahui menjadi 50% sangat memahami dan 40% cukup memahami. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang KIA melalui 7 konten reels.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan proyek Tugas Akhir ini, penulis akan memberikan saran sebagai penutup, diantaranya:

1. Meningkatkan intensitas publikasi konten. Tim media sosial Disdukcapil Kabupaten Cilacap perlu menetapkan jadwal publikasi konten secara konsiten agar interaksi masyarakat melalui sosial media dapat terjaga. Masyarakat juga lebih cepat mengetahui inovasi layanan publik yang terbaru.
2. Mengembangkan bentuk konten yang lebih bervariasi untuk dipublikasikan. Tim produksi konten perlu berdiskusi untuk menghasilkan konten yang lebih beragam tentang layanan publik sehingga masyarakat tidak jenuh. Cara ini dapat dilakukan dengan jadwal unggahan konten bentuk *feeds* infografis maupun *reels* secara bergantian.
3. Rutin melakukan evaluasi konten di media sosial untuk mengukur efektivitas informasi yang disampaikan dan kesesuaian dengan kebutuhan publik.
4. Penyajian informasi pelayanan publik yang tidak terlalu kaku dan formal sehingga menarik minat masyarakat untuk berinteraksi karena merasa dekat.

5. Memaksimalkan pemanfaatan akun sosial media lainnya seperti Twitter dan Youtube sebagai sumber informasi sehingga penyebaran informasi dapat menjangkau ke seluruh segmen dan tidak terfokus pada satu media sosial saja.