

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai digitalisasi informasi pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk *Branch* Rembang, khususnya melalui *platform* Instagram @alfamartgemabudaya.rembang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan digitalisasi informasi telah dilakukan secara aktif melalui media sosial Instagram yang digunakan sebagai sarana menyampaikan berbagai informasi, baik yang bersifat internal (budaya kerja, motivasi, dan kegiatan antar bagian) maupun eksternal (kegiatan sosial, promosi, dan interaksi dengan masyarakat). Instagram dinilai sebagai media penyampaian informasi yang lengkap, jelas, tepat waktu, dan menarik, karena memuat konten lintas bagian (*office*, *warehouse*, dan toko) dalam format visual yang mudah dipahami dan dapat diakses kapan saja,
2. Kendala yang dihadapi dalam proses digitalisasi informasi meliputi:
 - a. Kurangnya inovasi dalam konten digital sehingga informasi terlihat monoton.
 - b. Keterbatasan dalam kreativitas desain dan penyajian konten, serta preferensi terhadap format video yang belum sepenuhnya dimaksimalkan.
 - c. Rendahnya kebiasaan mengakses ulang informasi penting.

3. Solusi yang diusulkan oleh informan antara lain:

- a. Mengaktifkan peran karyawan sebagai agen penyebar informasi melalui fitur *share/tag* di media sosial.
- b. Meningkatkan kualitas visual konten agar lebih menarik dan informatif.
- c. Menyesuaikan isi konten dengan tren digital agar tetap relevan dan menjangkau khalayak luas.
- d. Meningkatkan frekuensi pembaruan konten agar informasi selalu terkini dan tidak tertinggal,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi informasi tidak hanya bergantung pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada kreativitas penyampaian informasi dan budaya pemanfaatan media digital oleh karyawan, sebagaimana dijelaskan dalam teori digitalisasi dan penyajian informasi.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan sebaiknya:
 - a. Mengembangkan strategi konten digital yang lebih kreatif dan adaptif terhadap tren media sosial.
 - b. Memberikan pelatihan teknis atau *workshop* kepada pengelola akun media sosial internal agar mampu menghasilkan konten yang komunikatif dan profesional.
 - c. Mendorong budaya pemanfaatan informasi digital melalui pengingat berkala atau kampanye internal agar karyawan terbiasa mengakses ulang informasi penting.

2. Bagi pengelola media sosial internal disarankan:
 - a. Lebih sering melakukan pembaruan konten dengan variasi format (gambar, video, infografik).
 - b. Menyajikan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga mengandung unsur edukatif, motivasional, dan kolaboratif.