

BAB V

PENUTUP

Pemanfaatan digital *public relations* pada era pandemi COVID-19 akan sangat bermanfaat dalam rangka mencapai tujuan komunikasi publik yang dilakukan oleh sebuah instansi ataupun organisasi, tak terkecuali Diskominfo Kota Semarang. Besarnya pengguna media Internet di Kota Semarang serta banyaknya platform digital yang ada dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mempersuasi masyarakat agar mau mengadopsi sikap baru yang sesuai dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Komunikasi publik yang dilakukan melalui media digital akan membantu Diskominfo dalam menyampaikan pesan hingga mempersuasi masyarakat, namun meskipun begitu perencanaan strategi komunikasi yang baik dan matang serta dilandasi riset-riset mendalam harus dilakukan agar pesan-pesan dan anjuran yang di publikasikan melalui media digital dapat di terima dengan maksimal oleh masyarakat sehingga tujuan akhir yang di inginkan yaitu dalam hal ini adalah perubahan sikap yang taat protokol kesehatan dapat tercapai.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwasanya peran digital *public relations* Diskominfo Kota Semarang dalam mendukung komunikasi publik pada penanganan pandemi COVID-19 adalah sebagai berikut :

1. Publikasi, *Public relations* Diskominfo Kota Semarang melakukan kegiatan publikasi berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan seperti peraturan Walikota maupun peraturan lain yang di turunkan langsung oleh Pemerintah Pusat, lalu dalam melakukan Publikasi terkakait Covid-19 PR Digital Diskominfo Kota Semarang mengutamakan penggunaan media berbasis digital sebagai sarana komunikasinya
2. *Event, Public relations* Diskominfo Kota Semarang menggunakan kegiatan/event dalam melakukan komunikasi publik terkait COVID-19, seperti membuat konser online bernama *Local Hero* yang dimana dalam acara music tersebut Diskominfo menyisipkan pesan-pesan terkati protokol kesehatan COVID-19.
3. *News, Public relations* Diskominfo Kota Semarang melakukan penanganan informasi Hoax menggunakan sistem yang telah ciptakan oleh KOMINFO namun selain mempublikasikan informasi tersebut di *website* resmi tidak ada langkah lebih lanjut seperti membuat laporan ke polisi atau pihak berwajib
4. *Community Involvement, Public relations* Diskominfo Kota Semarang melakukan pendekatan dengan komunitas dimasyarakat, hal ini dilakukan dalam upaya melakukan

- publikasi yang mendalam melalui komunitas tersebut, selain dengan bekerja sama dengan komunitas di masyarakat kerjasama juga dilakukan dengan instansi lain seperti TNI dan POLRI
5. *Inform, Public Relations* Diskominfo Kota Semarang mengutamakan pesan-pesan terkait protokol kesehatan COVID-19, namun, Diskominfo Kota Semarang tidak menggunakan brand ambassador ataupun duta dikarenakan dianggap tidak perlu dan sudah memiliki man power yang cukup banyak untuk menyebarkan dan mempersuasi masyarakat melalui pesan-pesan yang diberikan.
 6. *Public Relations* Diskominfo Kota Semarang menggunakan media Digital sebagai media utama dalam melakukan komunikasi publiknya. Namun, PR Diskominfo Kota Semarang tidak melakukan riset yang mendalam pada perencanaan strategi komunikasi yang akan di terapkan, sehingga Diskominfo tidak memiliki data langsung terkait segmentasi *Audience* yang mereka sasar, Diskominfo hanya menggregasi data dari OPD ataupun kedinasan lain.
 7. PR Diskominfo hanya menggunakan Walikota Semarang dan Gubernur Jawa Tengah sebagai *Brand Ambassador* mereka dalam melakukan penyuluhan terkait Protokol kesehatan dan kebijakan-kebijakan yang telah di tetapkan oleh Pemerintah
 8. *Public relations* Diskominfo Kota Semarang mengelola *website* khusus terkait COVID-19 web tersebut adalah www.siagacorona.semarangkota.go.id, dalam web tersebut Diskominfo menyajikan segala informasi terkait COVID-19 sekarang lengkap dan *up to date*.
 9. *Public relations* Diskominfo Kota Semarang menggunakan beberapa platform media digital sebagai sarana komunikasi publik mereka, diantaranya adalah *website*, Instagram, Twitter, dan Youtube, PR Diskominfo juga membuat beberapa jenis konten dalam menyebarkan informasi terkait Covid-19, seperti Fotografi, Poster Animasi, *Flayer*, *Flash Video*, Webinar, *Webseries* Covid-19, *Live Musik Online*, dan Wawancara eksklusif serta beragam jenis konten lainnya dengan kuantitas *Upload* sebanyak 2-3 konten dalam satu hari pada setiap media
 10. PR Diskominfo Kota Semarang kerap mendapat respon yang minim dari masyarakat kota semarang pada konten-konten di sosial media yang mereka kelola khususnya konten terkait Covid-19

5.2 Rekomendasi

Dari beberapa kesimpulan yang telah dijelaskan diatas maka peneliti memberikan rekomendasi berupa saran sebagai berikut:

1. *Public relations* Diskominfo Kota Semarang harus melakukan riset terlebih dahulu sebelum menentukan startegi komunkasi publik yang akan diterapkan kemasyarakat, yang dimana pada kasus ini adalah untuk mempersuasi masyarakat agar mau beradaptasi dan mengikuti segala kebiakan perihal Protokol kesehatan Covid-19 yang sudah di tetapkan oleh Pemerintah, Jika kuantitas SDM yang ada tidak cukup memadai untuk melakukan semua hal tersebut maka menggunakan jasa *Agency* komunikasi harus dipertimbangkan.
2. Bukan hanya mempublikasi informasi terkait berita hoaks di website resminya, *Public Relations* Diskominfo Kota Semarang harus lebih tegas dalam menyikapi pembuat dan penyebar berita-berita palsu di masyarakat seperti melaporkan dan menindak lanjuti penyebar informasi palsu dengan pihak yang berwajib, selain itu Diskominfo Kota Semarang juga harus melakukan kampanye Anti Hoaks yang lebih intens secara kuantitas dan kualitas.
3. Penggunaan duta dan *brand ambassador* selain walikota sebagai *opinion leader* dalam rangka membantu mempersuasi *audience* yang di targetkan untuk mau melakukan adaptasi dan mengikuti peraturan terkait COVID-19 yang telah ditetapkan harus di pertimbangkan Kembali secara mendalam.
4. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya yang membahas tentang peran digital *public relations* Diskominfo Kota Semarang dalam mendukung komunikasi publik pada penganangan pandemi Covid-19 peran Digital *Public Relatios* Diskominfo Provinsi Jawa Tengah dalam mendukung komunikasi publik pada penanganan pandemic Covid-19.