

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan inklusi keuangan di kalangan generasi muda di Provinsi Jawa Tengah dan DIY, proyek tugas akhir berjudul "Edukampanye Digital Menggunakan Instagram Reels dalam Meningkatkan Literasi Keuangan di Kalangan Generasi Muda Provinsi Jawa Tengah dan DIY" dilaksanakan. Menurut analisis yang dilakukan tentang perancangan dan evaluasi pelaksanaan kampanye, dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi *Public Relations* berbasis media sosial terbukti efektif dalam menyampaikan pesan pendidikan yang menarik dan informatif kepada generasi muda.

Pemanfaatan platform Instagram Reels sebagai media utama kampanye memberikan dampak positif terhadap peningkatan jangkauan dan keterlibatan audiens. Format video pendek yang dikemas secara ringan, edukatif, dan relevan dengan isu keseharian audiens terbukti mampu menarik perhatian serta membangun interaksi dua arah yang lebih intensif dibandingkan konten edukatif sebelumnya yang diunggah oleh OJK Jawa Tengah dan DIY.

Selain itu, konten "Tutorial Cek SLIK Secara Mandiri" dapat berhasil dengan teman pembawaan konten, karena mendapatkan 2,516 views dalam satu minggu. Satu tahun sebelumnya, konten di akun Instagram OJK Jateng menerima 33 ribu views.

Secara keseluruhan, hasil kampanye menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis media digital mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan literasi keuangan masyarakat, khususnya pada kalangan pelajar dan mahasiswa di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Proyek ini tidak hanya berhasil mencapai tujuannya secara komunikatif, tetapi juga memberikan nilai praktis bagi

OJK sebagai mitra lembaga publik dalam mengembangkan pendekatan edukatif yang inovatif, partisipatif, dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan proyek *Edukampanye Digital Menggunakan Instagram Reels dalam Meningkatkan Literasi Keuangan di Kalangan Generasi Muda Provinsi Jawa Tengah dan DIY*, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan bahan perbaikan dan pengembangan di masa mendatang.

Pertama, bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, diharapkan hasil proyek ini dapat menjadi referensi dan dasar pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih inovatif, khususnya dalam menjangkau kalangan pelajar dan mahasiswa. Penguatan koordinasi lintas divisi dalam proses validasi dan publikasi konten akan membantu mempercepat siklus produksi sekaligus menjaga konsistensi pesan edukatif yang disampaikan kepada publik. Selain itu, OJK dapat mempertimbangkan penerapan sistem evaluasi berbasis analitik media sosial yang lebih terukur agar setiap kampanye dapat dinilai secara objektif berdasarkan engagement metrics dan dampak komunikatifnya.

Kedua, bagi institusi pendidikan, hasil dari proyek ini dapat menjadi contoh penerapan nyata integrasi antara teori komunikasi publik dan praktik Digital Public Relations. Diharapkan program studi terkait dapat terus mendorong mahasiswa untuk berkolaborasi dengan lembaga pemerintah maupun publik dalam menghasilkan proyek kampanye yang berorientasi pada dampak sosial, sekaligus memperluas kapasitas mahasiswa dalam mengelola komunikasi strategis di ruang digital.

Ketiga, bagi peneliti dan mahasiswa berikutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian serupa dengan memperluas platform komunikasi, seperti *TikTok* atau *YouTube Shorts*, agar dapat dibandingkan efektivitas antar media dalam meningkatkan literasi keuangan. Penggunaan metode analisis data digital seperti *sentiment analysis* dan *audience behavior tracking* juga dapat

memperkaya hasil penelitian serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas kampanye digital public.

Akhirnya, bagi penulis sendiri, pelaksanaan proyek ini menjadi pengalaman berharga dalam memahami pentingnya kolaborasi, kedisiplinan, dan ketekunan dalam mengelola proyek komunikasi publik. Diharapkan pengalaman ini dapat menjadi bekal profesional untuk berkontribusi dalam bidang komunikasi strategis dan penguatan literasi keuangan masyarakat di masa depan.