

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini “Pemanfaatan media sosial *Instagram* @dpukotasemarang sebagai media informasi pembangunan di kota Semarang” dapat diketahui bahwa dalam informasi pembangunan yang dilakukan oleh @dpukotasemarang mencakup 4 kriteria dari teori *media richness theory* yaitu :

1. Kesegeraan (Immediacy)

Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa akun *Instagram* @dpukotasemarang menggunakan elemen kesegeraan sebagai *speed of feedback*. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat waktu-waktu tertentu di dalam pengunggahan konten yang berisikan informasi mengenai kegiatan DPU. Konten tersebut di unggah pada beberapa waktu tertentu, sehingga informasi yang di unggah sifatnya masih baru dan informasi yang diberikan menerima *feedback* baik oleh pengikutnya menjadikan alur komunikasi berjalan dengan baik.

2. Keragaman Isyarat (Multiple cues)

Penggunaan keragaman isyarat sebagai kemampuan menyampaikan pesan melalui pendekatan verbal dan non-verbal seperti ekspresi dan gerakan. DPU melakukan pendekatan verbal dan non-verbal dengan mengisi konten promosi video yang dikemas dengan gaya khas anak muda. Melalui variasi konten tersebut pesan yang disampaikan berhasil mencakup segmentasi muda hingga tua.

3. Variasi Bahasa (language variety)

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan elemen variasi bahasa dalam membagikan informasi adalah dengan memanfaatkan caption untuk menggunakan variasi bahasa seperti panggilan sedulur dan sobat. Bahasa yang digunakan @dpukotasemarang adalah bahasa yang formal, sopan dan santai mengingat bahwa DPU kota Semarang merupakan Instansi. Selain itu @dpukotasemarang menggunakan simbol berupa dua telapak tangan menempel sebagai simbol pendukung atau penunjang perkataan permohonan maaf dan terimakasih.

4. Sumber Personal (personal source)

Dalam elemen sumber personal sebuah media harus menunjukkan emosi dan perasaan. Pada *Instagram* @dpukotsemarang, bentuk perasaan atau emosi yang ditunjukkan kepada masyarakat adalah melalui tindakan/aksi. Aksi tersebut berupa respon DPU kepada masyarakat dengan cara membalas aduan yang diajukan melalui kolom komentar/*direct message* dengan melakukan pembenahan pada tempat yang di ajukan.

Peran Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang dalam melakukan penyebaran informasi menggunakan media sosial *Instagram* dipercaya dapat masuk pada sebagian besar segmentasi masyarakat, baik generasi muda maupun orang tua. Topik atau jenis informasi yang diberikan juga beragam yang mana dan memiliki seluruh aspek penting seperti informasi mengenai pekerjaan pembangunan, keadaan darurat, dan rehabilitas.

Selain itu frekuensi pengunggahan konten yang lebih dari tiga kali dalam sehari diunggah dengan cepat dan sesuai dengan keadaan di lapangan menjadikan informasi tidak berputar pada satu pembahasan saja melainkan banyak informasi yang dapat diinformasikan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran yang dapat diberikan untuk Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang mempertahankan kekonsistenan dalam mengunggah informasi pembangunan pada semua media sosial yang dimiliki, mengingat zaman sekarang serba digital dan semua orang mencari informasi tidak hanya melalui media sosial *Instagram* saja.
2. DPU kota Semarang perlu memperhatikan kenyamanan dalam melihat setiap konten yang akan disebar. Hal ini didasari oleh salah satu konten di *Instagram* yang berisikan tulisan, sehingga dapat menurunkan minat masyarakat dalam membaca informasi.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya menyarankan agar dapat dilakukannya lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan variabel lain dengan pemanfaatan media sosial *Instagram* DPU kota Semarang untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.