

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @mrtjkt sebagai media komunikasi Humas PT MRT Jakarta. Dimana Instagram merupakan salah satu bentuk media komunikasi yang dimiliki oleh PT MRT Jakarta pada era revolusi industry 4.0 saat ini. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pengelolaan Instagram, Humas PT MRT membuat *Editorial Plan* sebagai acuan dalam pemberian informasi. *Editorial Plan* bersifat mingguan. Di dalam *editorial plan*, terdapat konten apa saja yang ingin dibagikan per hari. Setelah *editorial plan* selesai, selanjutnya masuk ke tahap *detailing* dengan mengorganisasikan ke setiap SDM. Dalam membagikan informasi, Humas PT MRT memiliki tiga waktu *prime time*. Yaitu pukul 08.00 WIB, 12.00 WIB, dan 17.00 WIB. Untuk pengunggahan konten yang ada di *editorial plan*, dilakukan pada jam 08.00 WIB. Lalu pengawasan dilakukan oleh penanggung jawab media sosial yaitu Bapak Tomo selaku *Corporate Communication and Management Department*. Pengawasan dilakukan melalui waktu, konten, dan *dashboard*.
2. Aktivitas Humas PT MRT Jakarta pada akun Instagram @mrtjkt meliputi pemberian informasi dan menyampaikan pesan antara pihak internal dan eksternal. Informasi yang diberikan antara lain berupa infografis, edukasi, promosi, *fun fact*, ucapan hari raya, dokumentasi kegiatan, dan masih banyak lagi. Sebagai jembatan antara pihak MRT Jakarta dengan publik, aktivitas Humas PT MRT Jakarta lainnya ialah *complaint handling*. Humas PT MRT Jakarta akan menindaklanjuti segala *feedback* yang diberikan publik, baik berupa aduan, kritik maupun saran.

3. Baik pengelolaan dan aktivitas Humas PT MRT Jakarta pada akun Instagram @mrtjkt, keduanya sesuai dengan konsep pengelolaan, media sosial, dan media komunikasi. Maka dari itu, peneliti menyimpulkan bahwa Instagram dapat menjadi media komunikasi sebuah perusahaan di era revolusi industri 0.4.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan kesimpulan diatas, peneliti memiliki beberapa saran yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial Instagram @mrtjkt sebagai media komunikasi PT MRT Jakarta:

1. Pengorganisasian SDM dalam mengelola media sosial agar lebih difokuskan lagi, supaya tidak *multitasking* (mengerjakan beberapa pekerjaan dalam satu waktu).
2. Humas PT MRT Jakarta lebih responsif dalam membalas komentar dan pesan yang masuk dari masyarakat.

