

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Analisis jaringan teks dalam komunikasi digital LKPP RI mengungkap bagaimana keterhubungan kata membentuk narasi kebijakan pengadaan barang dan jasa di era digital, khususnya terkait implementasi Instruksi Presiden No. 2 Tahun 2022. Melalui pendekatan Social Network Analysis (SNA), penelitian ini memetakan kata-kata utama seperti "LKPP," "pengadaan," "katalog elektronik," dan "produk dalam negeri" yang memiliki sentralitas tertinggi dalam struktur jaringan. Hal ini menegaskan adanya narasi kebijakan LKPP RI berfokus pada optimalisasi pengadaan melalui digitalisasi dan dukungan terhadap Produk Dalam Negeri. Keterhubungan antar kata atau *ties* menunjukkan hubungan yang kuat pada konsep kebijakan afirmatif seperti "produk dalam negeri," "UMKM," dan "e-katalog," mencerminkan integrasi kebijakan pengadaan dengan pemberdayaan ekonomi lokal.
2. Analisis kategorisasi konten LKPP RI yang terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu berdasarkan isi pesan dalam *caption* dan berdasarkan penggunaan *hashtag*. Kategorisasi berdasarkan *caption*, ditemukan narasi edukasi, informasi publik, pelayanan publik, serta integritas dan kepercayaan menjadi empat elemen utama dalam upaya optimalisasi penyampaian informasi yang dilakukan oleh LKPP sesuai dengan Pembagian konten oleh instansi pemerintah dalam strategi komunikasi publik  
Kategorisasi berdasarkan hashtag menunjukkan adanya *hashtag* seperti #KatalogElektronik, #Banggabuatanindonesia, dan #DukungUMKM memiliki keterhubungan yang kuat dalam jaringan teks, mencerminkan strategi komunikasi digital LKPP RI yang menekankan kampanye afirmatif dan promosi keterlibatan UMKM dalam sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah. Keterhubungan ini selaras dengan keberhasilan LKPP dalam

mengimplementasikan Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022, yang mendorong peningkatan penggunaan produk dalam negeri serta partisipasi UMKM dalam pengadaan pemerintah. Namun, informasi terkait pengawasan pengadaan masih kurang mendapatkan eksposur dalam komunikasi digital, yang berimplikasi pada perlunya strategi komunikasi yang lebih inklusif agar keseimbangan informasi dalam narasi kebijakan LKPP RI dapat terjaga.

3. Analisis sentimen pada caption yang dipublikasikan oleh LKPP RI menunjukkan variasi opini dengan 69% sentimen positif, 24% negatif, dan 7% netral, yang mencerminkan efektivitas strategi komunikasi digital dalam membangun citra afirmatif kebijakan pengadaan barang dan jasa. Sentimen positif didominasi oleh dukungan terhadap kebijakan afirmatif dan digitalisasi, sementara sentimen negatif umumnya terkait dengan kendala dalam penyampaian informasi dan transparansi regulasi. Sentimen netral banyak ditemukan pada konten informatif dan pengumuman resmi yang bertujuan menjaga transparansi komunikasi kelembagaan. Media sosial LKPP RI tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi mengenai kebijakan, tetapi juga berfungsi sebagai wadah umpan balik publik untuk meningkatkan efektivitas komunikasi LKPP RI.

Secara keseluruhan, analisis jaringan teks pada informasi yang disebar oleh LKPP RI telah berhasil mendukung implementasi Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022, dengan membangun keterhubungan kuat pada isu-isu strategis seperti peningkatan penggunaan produk dalam negeri dan UMKM yang dioptimalkan melalui e-katalog. Namun, analisis ini juga menunjukkan adanya aspek regulasi dan pengawasan kebijakan masih memiliki keterhubungan yang rendah, sehingga diperlukan strategi yang lebih komprehensif untuk memastikan keseimbangan informasi. Dengan demikian, penguatan strategi komunikasi yang mencakup evaluasi dan pengawasan akan semakin memperkuat transparansi, efektivitas, dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam kebijakan pengadaan yang dijalankan oleh LKPP RI.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi oleh LKPP RI, khususnya dalam mendukung implementasi Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022. Yaitu:

1. Diversifikasi format konten seperti infografis, video interaktif, dan diskusi daring dalam meningkatkan keterlibatan publik.
2. Pemanfaatan *big data* dalam mengukur efektivitas kategori konten dan menyesuaikan strategi komunikasi dengan pola keterlibatan publik.
3. Pendekatan komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif pada penyampaian informasi melalui *caption*.
4. Meningkatkan strategi komunikasi berbasis partisipasi dengan membuka ruang diskusi publik, forum konsultasi daring, serta melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan dalam penyusunan kebijakan pengadaan.
5. Penguatan komunikasi berbasis digital harus terus dikembangkan agar menciptakan ekosistem pengadaan yang lebih inklusif, efisien, serta berbasis data yang akurat.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, diharapkan LKPP RI dapat meningkatkan efektivitas penyebaran informasi di media sosial dan memastikan kebijakan pengadaan lebih mudah dipahami oleh pemangku kepentingan. Pendekatan komunikasi yang lebih interaktif dan berbasis data akan memperkuat transparansi serta meningkatkan partisipasi publik dalam sistem pengadaan. Upaya ini diharapkan dapat mendukung implementasi Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 2022 secara lebih optimal, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penguatan ekosistem pengadaan barang dan jasa pemerintah.