

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan secara rinci sebelumnya, menunjukkan bahwa bentuk-bentuk upaya edukasi yang dilakukan BNI melalui media sosial X sudah dilakukan.

Adapun untuk melakukan edukasi yang lebih maksimal maka BNI melakukan **pengelolaan pada media sosial X**. Pada penelitian ini teori Chris Heuer digunakan untuk melengkapi analisa dari upaya edukasi yang penulis lakukan. Teori pengelolaan Chris Heuer terdiri dari *Context*, *Communication*, *Collaboration*, *Connection*. Dengan metode penelitian kualitatif deskriptif maka hasil penelitian menunjukkan :

Context, pada pilar konten edukasi, pesan dikemas sedikit lebih serius dan menggunakan *image* yang berisi poin-poin penting dari pesan edukasi tersebut. Dan isi pesan memiliki unsur kebaruan. Sama seperti pilar konten lainnya, BNI menggunakan bahasa semi-formal pada konten edukasi.

Communication, kelengkapan pesan yang disampaikan pada konten-konten akun X @BNI, masih belum cukup lengkap apabila berdasarkan unsur kaidah pesan jurnalistik yang terdiri dari 5W+1H. Sehingga pesan atau materi pada pilar konten edukasi masih bersifat umum dan belum mencakup secara menyeluruh.

Collaboration, BNI melakukan kerjasama dengan pihak ketiga yaitu agensi Viewture Creative Solutions dan divisi lain yaitu Corporate Communication. Kerjasama ini dilakukan untuk **memaksimalkan** penggunaan media sosial X sebagai media edukasi. Setelah melakukan kerjasama, akun X @BNI dalam mengunggah konten edukasi cukup konsisten dengan lima pilar konten yang sudah ada. Meskipun masih cukup sulit untuk meningkatkan minat *followers* pada pilar konten edukasi.

Connection, BNI terlihat berusaha membangun koneksi dengan *followers* di akun X @BNI dengan cara aktif membalas tanggapan dari *followers* kemudian

menggunakan *image* lucu berupa *meme* atau video berulang yaitu GIF yang kini kerap diminati oleh para pengguna media sosial X. Sehingga dari strategi tersebut cukup berhasil menjalin koneksi dengan *followers* BNI.

Dari upaya-upaya edukasi yang sudah BNI lakukan melalui media sosial X berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. BNI sudah melakukan upaya edukasi dengan bentuk-bentuk upaya seperti BNI memberikan permintaan khusus kepada pihak ketiga untuk membuat pilar konten edukasi, adanya pengelolaan media sosial X demi memaksimalkan pilar edukasi yang mereka punya, BNI melakukan *reply realtime* pada postingan nasabah untuk menjawab dan memberikan solusi langsung kepada nasabah, kemudian terdapat rubrik Kamus Mini dan #KliniKeuanganBNI demi membantu *followers* beradaptasi dengan proses perbankan.
2. BNI berusaha memaksimalkan upaya mengedukasi tersebut dengan melakukan pengelolaan pada media sosial X @BNI.
3. Kelebihan setelah melakukan upaya edukasi, akun X @BNI menjadi lebih konsisten dalam mengunggah postingan edukasi dan lebih ‘hidup’ dengan pilar-pilar konten yang ada.
4. Kelemahan akun X @BNI setelah melakukan upaya edukasi adalah masih kurangnya jumlah postingan edukasi dibandingkan postingan dari pilar konten lainnya. Sehingga upaya mengedukasi tersebut masih belum efisien untuk meningkatkan minat audiens pada postingan edukasi
5. Kurangnya isi pesan edukasi yang masih mencakup materi umum membuat kendala atau permasalahan yang audiens hadapi belum terjawab secara menyeluruh.
6. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, BNI melakukan pengelolaan media sosial X @BNI berfokus untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dibandingkan pada mengedukasi *followers* atau masyarakat.

5.2 Saran

Sebagai penutup, berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan peneliti. Terdapat beberapa saran atau masukan yang ingin peneliti berikan, diantaranya yaitu :

1. PT. Bank Negara Indonesia harus meningkatkan upaya edukasi yang sudah mereka mulai. Salah satunya membagi rata fokus mereka pada pilar-pilar konten akun X @BNI, termasuk pada pilar edukasi sehingga tidak ada ketimpangan antara satu pilar konten dengan pilar konten.
2. Diharapkan PT. Bank Negara Indonesia dapat memanfaatkan fungsi media sosial yaitu sebagai media edukasi yang dapat membentuk hingga mengubah perilaku masyarakat dengan menambahkan jumlah postingan edukasi pada akun X @BNI.
3. Materi konten pada pilar edukasi dibuat lebih merinci dan detail sehingga mencakup luas untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan perbankan yang nasabah alami.

