

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis melalui pengumpulan data, pengelolaan data, dan penganalisaan data terkait dengan pengelolaan akun Instagram @pln_id oleh komunikasi korporat di PT PLN (Persero). Penelitian ini memberikan gambaran mendalam tentang tahapan perencanaan yang dilakukan oleh tim media sosial PT PLN (Persero) dalam akun Instagram sebagai alat komunikasi dan informasi perusahaan.

Penggunaan akun Instagram @pln_id oleh PT PLN (Persero) sebagai alat utama untuk menyebarkan informasi strategi perusahaan, program keberlanjutan, dan isu-isu kelistrikan, dll dalam menunjukkan komitmen perusahaan untuk tetap relevan di era digital. Dengan fokus yang kuat pada konten visual yang menarik, PT PLN (Persero) menciptakan pengalaman berbagi yang dinamis dan informatif di *platform* media sosial.

Selain Instagram, keterlibatan aktif di *platform* media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok menggambarkan upaya perusahaan dalam memperluas jangkauan pesan dan interaksi dengan beragam *audiens*. Secara keseluruhan, strategi media sosial ini membantu PT PLN (Persero) mencapai tujuan dalam menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan meningkatkan minat publik terhadap perusahaan serta isu-isu yang terkait dengan energi.

Pengelolaan akun Instagram @pln_id memperkuat aspek pelaksanaan dari teori The Circular Model Of SOME, dengan menekankan proses penggunaan yang terarah dan terorganisir untuk mencapai tujuan secara efektif, efisien dan berkelanjutan melalui postingan. berikut penjelasannya:

1. *Planning* (Perencanaan)

Tim media sosial membuat dan merencanakan *content plan* bulanan mengenai tujuan, tema dan jenis topik yang relevan dengan

mempertimbangkan *agenda setting* perusahaan serta isu-isu terkini. Konten direncanakan agar sejalan dengan visi-misi perusahaan dan tetap relevan dengan kebutuhan *audiens*.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Dalam hal ini tim media sosial mencakup penataan konten dengan menanggapi isu-isu positif maupun negatif. Tim media sosial juga mengorganisasikan terkait fitur Instagram yang digunakan.

3. *Leading* (pimpinan)

Manajer tim media sosial memberikan dukungan dan mendorong kreativitas dan inovasi dalam menyajikan konten melalui pelatihan, seminar, dan pembelajaran terkait media sosial. Manajer dan staff bekerja sama untuk memimpin seluruh pegawai (admin) media sosial dalam memberikan informasi terkait PLN.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Evaluasi bulanan terhadap kinerja akun Instagram @pln_id oleh tim media sosial PT PLN (Persero) menunjukkan perusahaan dalam mengukur dan meningkatkan efektivitas strategi media sosial mereka. Dalam proses evaluasi ini, tim media sosial secara teratur mengevaluasi tingkat *engagement*, pertumbuhan jumlah *followers*, dan respon publik terhadap konten yang dibagikan.

Hasil evaluasi ini memberikan panduan berharga untuk penyesuaian strategi yang lebih baik, memastikan bahwa akun Instagram @pln_id tetap menjadi sumber informasi yang efektif dan positif bagi para *followersnya*.

Penelitian ini juga fokus pada The Circular Model of SOME terhadap strategi komunikasi menggunakan media sosial. Empat tahap utama dalam model ini (*Share, Optimize, Manage, Engage*) yang diterapkan dalam strategi komunikasi perusahaan:

1. *Share* (Membagikan)

Tim media sosial PT PLN (Persero) secara aktif melihat kesuksesan setiap postingan dengan pendekatan *Share*. Sebelum membagikan informasi, mereka merencanakan dan membuat *content plan* mengenai tujuan konten, memastikan juga bahwa pesan informasi yang disampaikan melalui *platform* media sosial yang sesuai dengan visi-misi perusahaan dan tetap mengikuti *trend* terkini.

2. *Optimize* (Mengoptimalkan)

Tim media sosial menunjukkan konsistensi tinggi dalam membagikan postingan di akun Instagram @pln_id, tetapi juga secara terus-menerus berupaya meningkatkan respon terhadap *feedback* dari para *followers*. Respon terhadap *feedback* dan memberikan klarifikasi ketika diperlukan dianggap sebagai elemen kunci dalam membangun dan menjaga citra perusahaan serta hubungan positif dengan *followers*.

3. *Manage* (Mengelola)

Tim media sosial melakukan *media monitoring* dengan *tools* khusus internal. Proses ini melibatkan pemantauan rutin terhadap pertumbuhan data, termasuk jumlah *followers*, jumlah *like*, komentar, dan berbagi. Melalui analisis data ini, tim dapat mengevaluasi rutin mengenai dampak konten visual yang dibagikan, sehingga mereka dapat merespon isu-isu yang muncul dengan lebih efektif.

4. *Engage* (Melibatkan)

PT PLN (Persero) berhasil menerapkan strategi yang sangat efektif dengan melibatkan *followers* melalui kuis, kontes, *giveaway*, dan kampanye. Kerja sama produktif dengan *influencer*, mitra, dan penggunaan *hashtag* turut mendukung upaya ini. Strategi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan dengan *followers*, tetapi juga memberikan dorongan positif dalam pengembangan kampanye dan program berkelanjutan perusahaan.

Strategi ini bertujuan untuk menciptakan interaksi positif, meningkatkan kesadaran publik, mendukung tujuan perusahaan, dan memperluas dampak pesan-pesan positif yang ingin disampaikan ke masyarakat luas.

5.2 Saran

1. Saran Teoritis

- a) Untuk penelitian selanjutnya penulis berharap dapat meningkatkan wawancara lebih efektif lagi mengenai aktivitas media sosial di perusahaan/intansi dalam menginformasikan pesan dan strategi-strategi di sebuah perusahaan.
- b) Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman yang terkait. Diharapkan juga bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk pengembangan penelitian selanjutnya dan memberikan inspirasi kepada peneliti lainnya.

2. Saran Praktis

- a) Tim media sosial PT PLN (Persero) khususnya dalam media sosial Instagram di harapkan lebih sering membagikan sebuah postingan terkait informasi kelistrikan serta program keberlanjutan dan pesan perusahaan kepada publik.
- b) Tim media sosial juga diharapkan meningkatkan keterlibatan dengan *followers* dan publik, terkait interaksi secara aktif dan memberikan tanggapan terhadap komentar, pertanyaan, serta memberikan *feedback* kepada publik.