BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai Pemanfaatan Media Sosial Tiktok di Kementerian Pertahanan RI, diketahui bahwa Humas Sekjen Kemhan RI memanfaatkan media sosial Tiktok sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada Gen Z. Dari Pembahasan Tersebut, dapat menyimpulkan berapa point berikut:

Pemanfaatan media sosial Tiktok yang digunakan dalam mempublikasikan kegiatan, Humas Sekjen Kemhan RI dengan menerapkan Teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yang di kenalkan oleh Joseph B. Walther pada tahun 1992. Dalam penelitian ini penerapan konsep terdiri menjadi empat bagian menurut Wafi & Prasetyawan 2023, Ramdani.N.S et al 2021, Mulyani.Y.S et al 2022, Barus I M P 2024 yaitu: Berbagi Informasi, Pembelajaran, Pemasaran dan Berbagi Informasi.

1. Dalam Berbagi Informasi, Humas Sekjen Kemhan melalui akun Tiktok @sobatkemhanri efektif sebagai media berbagi informasi terkait kegiatan, program dan kebijakan Kementerian Pertahanan RI. konten yang disajikan tidak hanya memberikan informasi yang akurat tetapi dirancang agar relevan dengan minat Gen Z, menjadikan akun ini sebagai salah satu sumber informasi yang terpercaya.
2. Dalam Pembelajaran, konten edukatif yang disajikan melalui akun Tiktok @sobatkemhanri ini memberikan nilai tambahan bagi Gen Z dengan menyampaikan informasi penting secara singkat, relevan dan menarik. Gen Z dapat dengan mudah memahami topik – topik yang berhubungan dengan Kementerian Pertahanan, Kegiatan magang di Kemhan RI dan pertahanan negara.
3. Dalam Pemasaran, akun Tiktok @sobatkemhanri digunakan sebagai media pemasaran program – program Kemhan RI kepada

Gen Z. Strategi pemasaran melalui Tiktok ini dilakukan dengan interaksi yang mengikuti trend karakteristik Gen Z.

4. Dalam Hiburan, menjadikan daya tarik utama konten dalam menjangkau Gen Z. Konten yang menggabungkan Informasi dan Edukasi dengan hiburan dapat membuat efektif dalam menjaga minat dan memperluas jangkauan informasi yang disampaikan kepada Gen Z.

Oleh karena itu, teori CMC relevan dalam menjelaskan bagaimana komunikasi melalui platform digital seperti Tiktok untuk menciptakan interaksi yang efektif antara Humas Sekjen Kemhan RI, Kemhan RI dan Gen Z. Penggunaan Tiktok memungkinkan komunikasi yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu, serta mendukung interaktivitas yang tinggi dalam penyampaian informasi.

Pemanfaatan Tiktok @sobatkemhanri oleh Humas Sekjen Kemhan RI telah memenuhi kebutuhan informasi Gen Z dengan cara yang inovatif dan relevan. Kombinasi konsep elemen berbagi informasi, pembelajaran, pemasaran dan hiburan menjadikan tiktok sebagai media komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga mampu memperkuat citra positif Kementerian Pertahanan RI dimata Generasi Z.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian pada Humas Sekjen Kemhan RI, dalam penelitian ini penulis menyampaikan saran yaitu:

1. Humas Sekjen Kemhan dalam melaksanakan publikasi konten dapat memberikan tanggapan dalam merespon komentar, pertanyaan dan masukan dari audiens Tiktok @sobatkemhanri. Dengan melaksanakan kegiatan ini tentu dapat meningkatkan pelayanan bagi publik.
2. Untuk Generasi Z agar lebih berinteraksi, mengingat teknologi semakin canggih dan berkembang. Dengan Gen Z yang memahami teknologi, dapat memudahkan Humas Sekjen Kemhan RI dalam melaksanakan pemberian informasi melalui media sosial yang dimiliki dan dapat menambahkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia.