

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Peran *Social Media Specialist* Radio JAK 101 FM dalam *Event* Kanzler “Ngebaksi di Warkor”, peneliti memperoleh data melalui observasi dan wawancara mendalam serta analisis dengan menggunakan konsep *Excellence Communication* dan menggunakan landasan teori *Two Way Symmetrical Communication*. Maka dari itu peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Temuan menunjukkan bahwa peran *Social Media Specialist* dalam *event* Kanzler “Ngebakso di Warkor” tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi secara satu arah, tetapi juga pada pembangunan dialog yang seimbang antara penyelenggara *event* dan audiens. Melalui pemanfaatan fitur interaktif media sosial, seperti kolom komentar, pesan langsung, polling, dan mention, audiens diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, respons, serta pengalaman mereka selama *event* berlangsung
2. Dalam praktiknya, *Social Media Specialist* secara aktif merespons *feedback* audiens, baik berupa pertanyaan, apresiasi, maupun kritik. Respons tersebut tidak hanya berfungsi sebagai bentuk layanan komunikasi, tetapi juga menjadi dasar penyesuaian konten dan strategi komunikasi secara *real-time*. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi dua arah simetris yang menekankan pentingnya *feedback* sebagai elemen utama dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik.
3. Selain itu, interaksi yang terbangun melalui komunikasi dua arah menciptakan kesan keterbukaan dan inklusivitas dalam pelaksanaan *event*. Audiens tidak diposisikan hanya sebagai penerima pesan, melainkan sebagai partisipan aktif yang turut membentuk alur komunikasi digital *event*. Keterlibatan ini berkontribusi pada meningkatnya *engagement* media sosial serta terbentuknya citra positif *event* di mata publik.

4. *Social Media Specialist* dalam event Kanzler “Ngebakso di Warkor” memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan komunikasi event. Temuan utama menunjukkan bahwa *Social Media Specialist* terlibat aktif dalam seluruh tahapan event, mulai dari *pra-event*, saat event berlangsung, hingga *pasca-event*. Pada tahap *pra-event*, peran difokuskan pada perencanaan strategi konten, penentuan pesan komunikasi, pemilihan platform media sosial, serta koordinasi dengan tim dan pihak terkait. Tahap ini menjadi fondasi penting dalam membangun kesiapan publikasi dan ekspektasi audiens terhadap event.
5. Pada tahap pelaksanaan event, *Social Media Specialist* berperan dalam mendokumentasikan kegiatan, mengelola konten secara *real-time*, serta menjalin interaksi dua arah dengan audiens melalui media sosial. Aktivitas ini mendorong meningkatnya *engagement* audiens yang ditunjukkan melalui respons berupa *likes*, komentar, *views*, dan pesan langsung. Interaksi yang terjalin tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan yang lebih dekat dan partisipatif antara event dan audiens. Sementara itu, pada tahap *pasca-event*, *Social Media Specialist* terlibat dalam proses evaluasi untuk menilai efektivitas strategi komunikasi, mengidentifikasi kendala, serta merumuskan rekomendasi perbaikan.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Social Media Specialist* memiliki posisi strategis dalam penyelenggaraan event, khususnya dalam konteks komunikasi digital berbasis media sosial. Temuan penelitian menegaskan bahwa *Social Media Specialist* tidak hanya berfungsi sebagai pengelola konten, tetapi juga sebagai penghubung utama antara penyelenggara event dan audiens. Oleh karena itu, organisasi atau brand yang menyelenggarakan event perlu memberikan perhatian lebih pada perencanaan dan pengelolaan strategi media sosial sebagai bagian integral dari keseluruhan konsep event.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi teori komunikasi dua arah simetris (*two-way symmetrical communication*) dalam praktik komunikasi digital pada *event*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan komunikasi dua arah melalui media sosial mampu meningkatkan keterlibatan audiens, membangun hubungan yang lebih setara, serta menciptakan citra positif *event*. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi rujukan akademis bagi pengembangan kajian komunikasi, khususnya terkait penerapan teori komunikasi dua arah dalam konteks *event* dan media sosial.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian. Keterbatasan pertama terletak pada ruang lingkup penelitian yang hanya berfokus pada satu *event*, yaitu Kanzler “Ngebakso di Warkor”. Fokus pada satu kasus menyebabkan temuan penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas untuk seluruh jenis *event* atau brand dengan karakteristik yang berbeda. Keterbatasan kedua berkaitan dengan jumlah dan karakteristik informan. Informan penelitian dipilih secara purposive dan terbatas pada pihak-pihak yang terlibat langsung dalam *event*, seperti *Social Media Specialist*, tim *event*, *Onlinet Content Producer* dan *audiens*. Meskipun informan dianggap relevan dan memiliki pemahaman yang mendalam, jumlah informan yang terbatas dapat memengaruhi keluasan perspektif yang diperoleh.

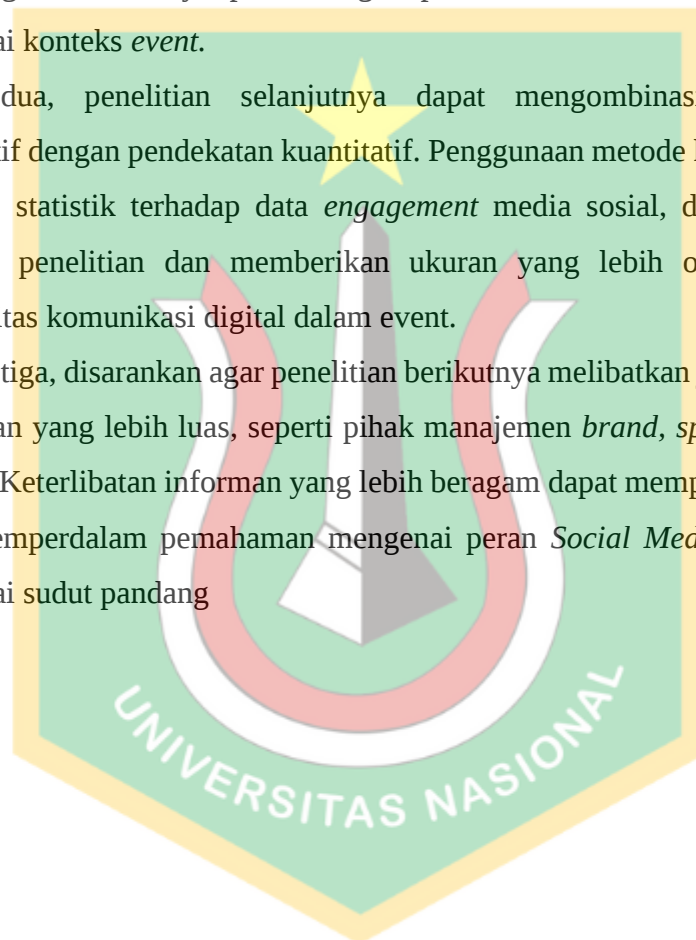
Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap proses dan peran *Social Media Specialist*. Pendekatan ini tidak mengukur secara kuantitatif tingkat efektivitas komunikasi atau pengaruh media sosial secara statistik, sehingga hasil penelitian bersifat interpretatif dan kontekstual. Keterbatasan lainnya berkaitan dengan ketergantungan pada data wawancara dan observasi. Data yang diperoleh sangat bergantung pada subjektivitas informan serta interpretasi peneliti.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya maupun praktik di lapangan. Pertama, bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan mengkaji lebih dari satu *event* atau melibatkan *brand* dan jenis *event* yang berbeda. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan memungkinkan adanya perbandingan peran *Social Media Specialist* dalam berbagai konteks *event*.

Kedua, penelitian selanjutnya dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif dengan pendekatan kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif, seperti analisis statistik terhadap data *engagement* media sosial, dapat memperkuat temuan penelitian dan memberikan ukuran yang lebih objektif mengenai efektivitas komunikasi digital dalam event.

Ketiga, disarankan agar penelitian berikutnya melibatkan jumlah dan ragam informan yang lebih luas, seperti pihak manajemen *brand*, *sponsor*, atau mitra media. Keterlibatan informan yang lebih beragam dapat memperkaya perspektif dan memperdalam pemahaman mengenai peran *Social Media Specialist* dari berbagai sudut pandang



BAGAN PENELITIAN

