

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi Humas Kementerian Agama dalam meningkatkan kepercayaan publik melalui Program Asta Protas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan telah mengarah pada pendekatan yang terencana dan sistematis.

Dilihat dari aspek **Planning (Perencanaan)**, Humas Kementerian Agama telah menyusun strategi komunikasi dengan menyesuaikan pesan program Asta Protas terhadap kebutuhan dan karakteristik publik. Perencanaan dilakukan melalui penyusunan narasi program, pemilihan media komunikasi yang relevan, serta penentuan target audiens yang jelas. Program Asta Protas dikemas sebagai simbol transformasi kelembagaan yang berdampak, modern, dan melayani umat.

Pada tahap **Organizing (Pengorganisasian)**, Humas melakukan pembagian tugas dan koordinasi internal dalam pengelolaan konten, media relations, serta publikasi digital. Struktur kerja yang terorganisasi mendukung kelancaran distribusi informasi baik melalui media sosial, website resmi, maupun kegiatan tatap muka.

Dalam tahap **Actuating (Pelaksanaan)**, strategi komunikasi diwujudkan melalui publikasi program di berbagai kanal komunikasi, kegiatan sosialisasi, media briefing, serta interaksi dengan publik melalui media digital. Praktik komunikasi menunjukkan adanya upaya untuk membangun komunikasi dua arah, meskipun dalam pelaksanaannya masih terdapat kecenderungan dominan pada penyampaian informasi satu arah.

Pada tahap **Controlling (Pengendalian)**, Humas melakukan monitoring pemberitaan media dan respons publik sebagai bentuk evaluasi terhadap efektivitas komunikasi. Evaluasi ini menjadi dasar perbaikan strategi komunikasi selanjutnya.

Jika dianalisis menggunakan **Excellence Theory**, khususnya model *Two-Way Symmetrical Communication*, strategi Humas Kementerian Agama telah menunjukkan upaya menuju komunikasi dialogis melalui keterbukaan informasi

dan respons terhadap umpan balik publik. Namun, praktik komunikasi dua arah yang sepenuhnya simetris masih perlu diperkuat agar publik tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga mitra dialog dalam pembangunan program.

Secara keseluruhan, strategi Humas Kementerian Agama melalui Program Asta Protas berkontribusi dalam membangun kepercayaan publik, khususnya pada dimensi integritas, kompetensi, dan konsistensi. Akan tetapi, penguatan komunikasi partisipatif dan dialog yang lebih intensif masih diperlukan untuk meningkatkan tingkat “strong trust” masyarakat terhadap lembaga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi Humas Kementerian Agama dalam meningkatkan kepercayaan publik melalui Program Asta Protas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai bentuk rekomendasi perbaikan dan pengembangan ke depan. Saran ini disusun sebagai masukan yang bersifat konstruktif, baik bagi Kementerian Agama sebagai objek penelitian maupun bagi pengembangan kajian akademik di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam praktik humas pemerintahan. Adapun saran yang diberikan terbagi menjadi dua bagian, yaitu saran praktis dan saran akademis, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Humas Kementerian Agama perlu memperkuat praktik komunikasi dua arah yang lebih dialogis dengan membuka ruang partisipasi publik secara lebih aktif, seperti forum diskusi daring, sesi tanya jawab interaktif, maupun survei umpan balik yang berkelanjutan.
2. Optimalisasi media digital perlu diarahkan tidak hanya sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan engagement publik agar tercipta komunikasi yang lebih responsif dan kolaboratif.
3. Perlu adanya penguatan narasi program Asta Protas yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat, mengingat perbedaan tingkat literasi publik.
4. Evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi perlu dilakukan secara terstruktur, termasuk pengukuran tingkat kepercayaan publik sebagai indikator keberhasilan strategi komunikasi.

5. Humas Kementerian Agama disarankan untuk mengintegrasikan pendekatan komunikasi berbasis nilai (value-based communication), mengingat karakteristik Kementerian Agama yang memiliki sensitivitas sosial dan religius yang tinggi.

5.2.2 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik pengaruh strategi komunikasi terhadap tingkat kepercayaan publik.
2. Penelitian lanjutan dapat memperluas objek kajian pada kementerian atau lembaga pemerintah lain untuk melihat perbandingan strategi humas dalam membangun kepercayaan publik.
3. Kajian mendatang dapat memperdalam analisis dengan mengintegrasikan teori lain seperti Relationship Management Theory atau Stakeholder Theory guna memperkaya perspektif teoretis.
4. Penelitian berikutnya dapat menambahkan perspektif publik sebagai informan utama untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat terhadap strategi komunikasi pemerintah.
5. Diperlukan penelitian longitudinal untuk melihat dampak strategi komunikasi dalam jangka panjang terhadap stabilitas kepercayaan publik.

