



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Strategi Komunikasi Animal Defenders dengan Menggunakan Instagram untuk Mendapatkan *Adopter*” adalah Animal Defenders merupakan organisasi non profit yang bergerak pada penyelamatan hewan. Animal Defenders mempunyai visi dan misi, yaitu menjunjung tinggi kesejahteraan hewan, dengan melakukan strategi komunikasi melalui media sosial. Pesan yang ingin disampaikan adalah lebih baik mengadopsi daripada membeli hewan peliharaan, karena saat ini banyak sekali hewan terlantar di Indonesia. Pesan tersebut dikemas dan disebarakan melalui media sosial Instagram melalui edukasi ataupun *sharing* kegiatan *rescue*, *rehab*, ataupun acara-acara yang dilakukan, salah satunya *Pet Adoption Day*.

Strategi komunikasi yang dilakukan *Animal Defenders* dalam menyampaikan pesan tersebut, melalui media sosial *Instagram*. Sebelumnya, media sosial yang digunakan Animal Defenders adalah *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Namun, *Instagram* dirasa paling efektif digunakan. *Instagram* merupakan media sosial yang efektif sebagai media informasi bagi *Animal Defenders* dalam tujuannya untuk mendapatkan *adopter*. Hal ini dikarenakan *Instagram* adalah media sosial yang *to the point* dalam pemberian pesannya. Dimana informasi diberikan secara visual atau foto dan juga video yang membuat masyarakat dapat melihat secara fakta yang terjadi di

kehidupan *shelter Animal Defenders* dengan mudah. Serta pemberian *caption* pada foto atau video yang diunggah, membuat *posting* semakin jelas, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan cara yang menarik dan mengena pada *followers*. Pemberian edukasi mengenai hewan melalui Instagram pun menjadi menarik untuk dilihat oleh *followers*. Masyarakatpun tidak sulit untuk mendapatkan informasi tersebut karena penggunaannya yang *simple* atau sederhana. Dimana Instagram Animal Defenders hanya perlu di *follow*. Penggunaan *hashtag* juga sangat membantu dalam penyebaran informasi yang lebih luas.

Sedangkan jika penggunaan menggunakan *facebook*, menurut PR Animal Defenders lebih sulit karena akun dalam *Facebook* berupa grup, bukan akun personal. Sehingga harus dilakukan pencarian terlebih dahulu, harus ditambahkan atau *add* oleh masyarakat, dan masyarakat harus menunggu pihak *Animal Defenders* menerima permintaan tersebut. Selain itu, fitur foto dan *caption* sangat diutamakan, jika menggunakan *facebook*, tampilan pada *Home* nya akan lebih sulit untuk dicari. Sedangkan untuk *Twitter*, menurut PR Animal Defenders penggunaannya sangat terbatas dalam hal penyebaran informasi. Dimana hanya bisa memberikan 140 huruf saja. Sehingga, Instagram paling cocok digunakan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa saran yang ditujukan, baik untuk akademis maupun praktis, yaitu :

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan adanya penelitian mengenai penggunaan media sosial oleh organisasi non profit dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hal ini agar penelitian selanjutnya dapat dilihat dari persepsi masyarakat. Selain itu, karena penelitian ini meneliti organisasi non profit *Animal Defenders*, dimana organisasi tersebut hanya fokus dalam penggunaan media sosial, maka peneliti mengharapkan adanya penelitian yang membahas mengenai strategi komunikasi pada organisasi non profit lain, dimana organisasi tersebut tidak hanya memanfaatkan media sosial. Sehingga strateginya dapat diteliti secara keseluruhan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Pada saran praktis, peneliti menyarankan *Animal Defenders* untuk menggunakan *website* agar tidak semua informasi *full* di caption pada satu *post* saja, dengan begitu informasi lebih lengkap dapat dilihat di *website*, dimana link untuk menuju informasi tersebut ada di *captionnya*. Serta dapat dimasukkan link untuk berdonasi atau *share* informasi dari *website* tersebut. Dengan begitu, *followers* dapat langsung diajak untuk beraksi. Selain itu, karena penggunaan media yang dilakukan melalui media sosial, maka diperlukannya evaluasi

melihat dari jumlah *followers*, serta tingkat *like*, dan *comment* di Instagram. Hal ini dapat menjadi acuan Animal Defenders untuk menemukan kekurangan yang dilakukan PR Animal Defenders dalam menggunakan Instagram.



UMN