

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bogor melalui akun Instagram @pemkotbogor dalam mendukung proyek pelebaran Jembatan Otista dilaksanakan dengan perencanaan konten yang baik dan implementasi yang konsisten. Pemkot Bogor merancang konten *plan* yang mencakup pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti *reels*, *feed*, *story*, dan *live*. Konten yang disajikan tidak hanya informatif tetapi juga edukatif, menjelaskan urgensi pelebaran Jembatan Otista, manfaat proyek, serta dampaknya terhadap masyarakat. Selain itu, konten ini dirancang untuk menarik perhatian masyarakat melalui elemen *visual* yang menarik dan interaktif.

Strategi komunikasi yang dilakukan tidak bersifat satu arah, tetapi juga mengundang partisipasi masyarakat melalui komentar, *polling*, dan sesi *live* yang memungkinkan masyarakat untuk bertanya langsung. Pendekatan ini berhasil menciptakan interaksi yang lebih erat antara Pemkot Bogor dan *audience*-nya. Dengan penjadwalan yang terstruktur, konten disampaikan secara konsisten, sehingga masyarakat mendapatkan informasi terbaru tentang *progress* proyek secara berkala.

Hasil wawancara dengan masyarakat memberikan pandangan bahwa akun Instagram Pemkot Bogor berperan efektif sebagai media informasi utama terkait pelebaran Jembatan Otista. Informasi yang disampaikan dinilai relevan, sederhana, dan mudah diakses, terutama untuk generasi muda seperti Generasi Z. Daniel merasa bahwa konten yang berkaitan dengan skema perubahan arus lalu lintas dan progres pembangunan adalah yang paling bermanfaat karena membantu masyarakat memahami dampak proyek ini terhadap aktivitas sehari-hari mereka.

Hasil implementasi strategi ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam *awareness*. Hal ini tercermin dari kenaikan jumlah pengikut akun Instagram @pemkotbogor, serta meningkatnya tingkat interaksi seperti *likes*, *shares*, dan

comments pada setiap unggahan. Pemanfaatan fitur Instagram yang optimal, didukung oleh konsistensi dalam penyajian konten, berhasil memperkuat ingatan (*brand recall*) dan pengenalan (*brand recognition*) masyarakat terhadap proyek pelebaran Jembatan Otista. Strategi ini menunjukkan bagaimana *social media marketing* Pemkot Bogor dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap proyek infrastruktur yang penting bagi Kota Bogor.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat saran bagi studi lanjutan mengenai implementasi strategi *social media marketing* di sektor pemerintahan. Saran akademis yang dapat diberikan yaitu menambahkan dimensi analisis terkait *engagement audience* melalui metrik digital seperti jumlah komentar, *likes*, dan *shares* untuk mendapatkan data kuantitatif yang lebih spesifik.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah saran yang dapat diterapkan oleh pihak pengelola akun Instagram @pemkotbogor:

1. Meningkatkan interaksi dengan *audience*, akun @pemkotbogor dapat memanfaatkan fitur interaktif seperti *polling*, *QdanA*, dan *live streaming* untuk meningkatkan engagement masyarakat terhadap proyek yang sedang dijalankan.
2. Memperluas jangkauan informasi, strategi distribusi konten dapat diperkuat dengan kolaborasi bersama *influencer* lokal atau komunitas di Kota Bogor agar pesan dapat menjangkau *audience* yang lebih luas.

Dengan implementasi saran-saran ini, diharapkan akun Instagram @pemkotbogor dapat terus menjadi media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi pembangunan kepada masyarakat, khususnya dalam meningkatkan kesadaran terhadap proyek-proyek strategis seperti pelebaran Jembatan Otista.