

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan dari penelitian kegiatan publikasi Kementerian Agama Republik Indonesia dalam media sosial Instagram @kemenag_ri adalah sebagai berikut:

1. Isi Pesan di Media Sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia berupa keputusan-keputusan yang bersangkutan dengan Kementerian Agama Republik Indonesia, program maupun rencana yang sedang dilaksanakan serta informasi terkini mengenai keagamaan.
2. Jenis Informasi yang di Publikasi melalui Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia dalam publikasi media sosial yaitu dengan membagikan *e-flayer* yang dikemas dengan jelas dan menarik dimana video kegiatan, infografis, dan informasi terkait unggahan disebarakan secara simultan di seluruh fitur fitur Instagram. Kegiatan Publikasi media sosial yang dilakukan Kementerian Agama Republik Indonesia juga berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kelimuan dan kegiatan publikasi secara komunikatif, dapat dilihat dari hasil pencapaian penghargaan yang di dapatkan Kementerian Agama Republik Indonesia.
3. Faktor penghambat dari kegiatan publikasi media sosial oleh Kementerian Agama Republik Indonesia dalam meningkatkan

publikasi media sosial Instagram yaitu, keterbatasan sumber daya manusia pengelola media sosial dan belum adanya perencanaan yang sistematis dalam pengelolaan konten di media sosial. Hal ini mengakibatkan konten yang diunggah belum adanya kebebasan unggah atau intruksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang kegiatan publikasi media sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Karena pembahasan pada penelitian ini membahas media sosial media Intagram, maka penulis menyarankan untuk penelitian mendatang terdapat penelitian yang membahas lebih spesifik dengan pembahasan yang lebih rinci dan mendalam serta pembahasan yang lebih luas dan jelas, sehingga diharapkan mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

2. Saran Praktis

- a. Publikasi kegiatan media sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia termasuk belum tepat dan belum signifikan dalam menarik minat publik terhadap informasi seputar keagamaan, maka disarankan kepada Kementerian Agama Republik Indonesia untuk segera melakukan penguatan sumber daya manusia untuk pengelola media sosial yang digunakan. Terus melakukan *open minded* kepada masyarakat dan membuka konsep untuk setiap keluhan masyarakat atau dapat merespon lebih cepat dan tepat.

- b. Kementerian Agama Republik Indonesia harus dapat terus berinovasi dalam menyampaikan informasi dengan terus memantau konten-konten yang dibagikan dan juga memastikan bahwa informasi yang dibagikan mencapai seluruh lapisan masyarakat Indonesia dalam mendapatkan informasi terbaru seputar Kegiatan Kementerian Agama Republik Indonesia.