

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Bidhumas Polda DIY melaksanakan penyampaian informasi pandemi *Covid-19* sesuai dengan tugas pokok Polri. Penyampaian informasi dilakukan berdasarkan kerjasama dari Satgas, TNI, dan Satpol PP. Informasi yang diperoleh dari lapangan akan diolah tim Bidhumas Polda DIY untuk diunggah ke sosial media. Media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi pandemi *Covid-19* yaitu *Instagram*. Media sosial *Instagram* dipilih berdasarkan minat masyarakat dan masyarakat tidak asing dengan media sosial tersebut. Penyampaian informasi ini dilakukan setiap hari di akun *Instagram @poldajogja* dalam bentuk gambar dan video. Sebelum konten tersebut diunggah, Bidhumas Polda DIY terlebih dahulu untuk berdiskusi konten tersebut layak atau tidak untuk disebarluaskan ke media sosial. Postingan tentang pandemi *Covid-19* paling tinggi diunggah di akun *Instagram @poldajogja* pada bulan April 2020, karena bulan tersebut merupakan masa awal pandemi *Covid-19* di Indonesia. Sehingga Polda DIY banyak memberikan informasi agar masyarakat lebih memiliki pemahaman yang baik tentang pandemi ini.

2. Postingan yang mendapat *likes* tinggi, postingan perlu diunggah pada jam *prime time* yaitu jam saat orang-orang sedang beristirahat dan membuka media sosialnya. Konten yang menarik akan mendapatkan respon tinggi dan *likes* tinggi.

Selain itu pemilihan waktu juga menentukan konten tersebut mendapat *likes* tinggi atau rendah.

Postingan yang memiliki *likes* rendah disebabkan isi konten yang tidak menarik, tidak diunggah pada jam *prime time* dan tidak diunggah pada awal pandemi *Covid-19*. Postingan yang tidak diunggah pada jam *prime time* disebabkan karena tim Bidhumas Polda DIY tidak selalu bisa mengunggah pada jam *prime time* dan ada pekerjaan lain sehingga tidak selalu memegang *gadget*. Postingan yang diunggah pada bulan November mendapat *likes* rendah karena masyarakat sudah mulai jenuh pada informasi pandemi *Covid-19*.

Pada kolom komentar di akun *Instagram @poldajogja* dibatasi karakternya karena Polda DIY menginginkan masyarakat bisa mengikuti akun tersebut lebih dahulu sebelum memberikan komentar. Apabila masyarakat banyak berkomentar maka *followers* akun tersebut bertambah dan jangkauannya semakin luas. Sehingga informasi yang disampaikan bisa menjangkau lebih banyak orang.

Postingan dengan *likes* tinggi akan lebih banyak di *share* dan di *save* daripada jumlah *likes* rendah. Akun *Instagram @poldajogja* dan dibagikan oleh pengguna akun *Instagram* lainnya dapat memberikan pemahaman ke masyarakat luas tentang pandemi *Covid-19*. Akun *Instagram @poldajogja* telah memberikan berbagai informasi mengenai pandemi *Covid-19* yang berguna bagi masyarakat luas.

Proses komunikasi massa yang dilakukan oleh bidhumas Polda DIY sesuai dengan proses komunikasi Lasswell. Formula Lasswell yaitu Polda DIY sebagai *Who Communicator*, informasi yang disampaikan tentang pandemi *Covid-19*

sebagai *Says What Message*, pesan yang disampaikan melalui media sosial Instagram @poldajogja sebagai *In Which Channel Medium, followers* akun Instagram @poldajogja khususnya masyarakat DIY sebagai *In Which Whom Receiver*, dan postingan dengan *likes* tinggi, *likes* rendah, komentar tertinggi, *share*, *save*, sebagai efek yang ditimbulkan dari postingan yang diunggah oleh Polda DIY sebagai *With What Effect* dalam proses komunikasi.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Bagi Bidhumas Polda DIY

Mempertahankan jumlah *likes* yang tinggi dengan membuat konten menarik. Mempertahankan jumlah komentar yang tinggi untuk menciptakan komunikasi dua arah antara masyarakat dengan Polda DIY. Memperbanyak konten berupa video yang menarik agar masyarakat tidak jenuh dengan informasi pandemi *Covid-19* dan agar tidak mendapat *likes* rendah. Memperbanyak konten dengan narasi gaya bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat.

4.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan media sosial lainnya seperti *Youtube, Facebook, dan Twitter*, untuk mendapat data yang lebih menyeluruh.