

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Manajemen Produksi Konten Kreatif Media Sosial untuk Kampanye Imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur, dapat disimpulkan bahwa proses produksi konten kreatif telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry, yaitu *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* (POAC).

Pada tahap *planning*, Bidang Humas Polda Jawa Timur melakukan identifikasi isu, penentuan tujuan komunikasi, penyusunan ide konten melalui *brainstorming*, penentuan target audiens, serta penyusunan *content plan* sebagai pedoman produksi. Tahap ini menjadi dasar dalam menghasilkan konten kreatif yang relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat dan mendukung penyampaian kampanye imbauan.

Tahap *organizing* dilakukan melalui pembagian tugas sesuai kompetensi masing-masing anggota tim, koordinasi dalam proses produksi, serta pengelolaan sumber daya yang dibutuhkan. Pengorganisasian yang baik mempermudah koordinasi sehingga proses produksi dapat berjalan secara efektif meskipun terdapat perubahan agenda kegiatan yang bersifat dinamis.

Pada tahap *actuating*, seluruh rencana yang telah disusun direalisasikan melalui proses pengambilan gambar, perekaman video, penyuntingan konten, penyusunan caption, hingga publikasi pada akun Instagram Bidang Humas Polda Jawa Timur. Proses pelaksanaan tidak hanya menekankan aspek teknis produksi, tetapi juga memperhatikan kreativitas penyajian pesan agar kampanye imbauan dapat dipahami dan menarik perhatian masyarakat.

Selanjutnya, tahap *controlling* dilakukan melalui evaluasi internal tim dan pemantauan performa konten menggunakan Instagram Insights. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar dalam melakukan perbaikan terhadap strategi produksi konten berikutnya sehingga kualitas konten kreatif yang dipublikasikan terus meningkat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan fungsi *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* (POAC) mampu mendukung pelaksanaan manajemen produksi konten kreatif media sosial untuk kampanye imbauan di Bidang Humas Polda Jawa Timur secara terstruktur, efektif, dan berorientasi pada penyampaian informasi publik kepada masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji manajemen produksi konten kreatif media sosial, khususnya pada instansi pemerintah. Penelitian berikutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan menggunakan teori atau pendekatan lain sehingga dapat memberikan sudut pandang yang lebih beragam mengenai pengelolaan produksi konten kreatif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan proses manajemen produksi konten pada beberapa instansi pemerintah agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, Bidang Humas Polda Jawa Timur disarankan untuk terus mengembangkan proses manajemen produksi konten kreatif media sosial untuk kampanye imbauan secara lebih terstruktur pada setiap tahapan. Pada tahap pengawasan, evaluasi hasil produksi sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan memanfaatkan Key Performance Indicator (KPI) sebagai indikator keberhasilan konten, seperti *reach*, *engagement rate*, *shares*, dan *saves*. Hasil evaluasi tersebut dapat dijadikan sebagai dasar dalam menyusun strategi dan perencanaan produksi konten kampanye imbauan berikutnya sehingga proses produksi menjadi lebih efektif dan terarah.