

BAB V

PENUTUP

5. 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, aktivitas digital public relations dalam mengembangkan reputasi Universitas Muhammadiyah Jakarta aktivitas digital yang dapat mengembangkan reputasi.

- 1) Media sosial yang digunakan oleh Universitas Muhammadiyah Jakarta terdapat Instagram, X, Facebook, dan Tiktok. Media sosial tersebut dipilih dan digunakan oleh UMJ karena memiliki nilai yang berbeda beda pada setiap media sosial yang digunakan. Media sosial tersebut dapat membantu Universitas Muhammadiyah Jakarta mengembangkan reputasinya. Dalam tahap pertama dalam *the circular model of some, share dapat melalui aktivitas seperti digital Media monitoring* aktivitas yang memahami persepsi dan tanggapan publik, media monitoring yang dilakukan KSU UMJ dilakukan sesuai kebutuhan stakeholders agar stakeholders mendapatkan pesan yang diinginkan. Berdasarkan hasil media monitoring dapat diajukan KSU UMJ untuk meningkatkan strategi komunikasi yang lebih baik lagi.
- 2) Pada tahap kedua *optimaze* KSU UMJ melakukan *Issues Tracking* atau pelacakan isu isu yang muncul, memainkan peran penting dalam memahami dan mengelola perubahan-perubahan dalam lingkungan internal dan eksternal UMJ. KSU UMJ memantau secara sistematis dan dapat mengidentifikasi masalah dan merespon dengan cepat. KSU UMJ menunjukkan bahwa issues tracking tidak hanya tentang pengidentifikasian masalah, tetapi juga tentang pengelolaan komunikasi. Pengelolaan isu negatif yang baik dan terstruktur dengan tahapan oleh staff humas serta

mengikuti tren yang menjadi faktor penting dalam mengembangkan reputasi UMJ melalui tren yang digunakan pada media sosial @umjcampus sehingga menciptakan sentimen yang positif.

- 3) Pada tahap ketiga *manage* KSU UMJ melakukan aktivitas Penggunaan Mining media social data dalam menganalisis informasi yang terdapat di media sosial, dengan menggali data dari platform tersebut KSU UMJ dapat memahami lebih dalam pola perilaku pengguna, tren, dan sentimen. Analisis sentimen yang dilakukan melalui mining data media sosial membantu KSU UMJ dalam manajemen reputasi, memahami bagaimana UMJ di pandang oleh pengikut media sosial @umjcampus dan tindakan responsif untuk mengembangkan reputasi UMJ.
- 4) Pada tahap *engage* KSU UMJ melakukan kolaborasi dengan tokoh tokoh ulama seperti Adi Hidayat yang sudah dikenal baik oleh khalayak yang dapat membantu Universitas Muhammadiyah Jakarta mengembangkan reputasi lebih luas dan mendapatkan insight yang baik pada media sosial UMJ.

5. 2. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran terhadap pihak KSU UMJ. Saran dari penulis untuk pihak KSU UMJ, antara lain:

- a. Sebaiknya KSU UMJ melakukan aktivitas digital dengan menggunakan *tools* yang mendalam pada *platform* yang digunakan.
- b. Strategi untuk menambah pengikut dalam Instagram diharapkan dapat berjalan lebih baik dengan mencari cara lain karena membatasi kolom komentar dengan harus mengikuti akun terlebih dahulu menjadikan komunikasi dua arah yang sempit dan menutup komunikasi dua arah dari pihak eksternal yang tidak mengikuti

akun @umjcampus tapi ingin berkomentar pada postingan Instagram @umjcampus.

- c. Sebaiknya KSU UMJ membuat konten yang berbeda pada setiap media sosial tidak hanya mengandalkan teknik *mirroring* pada pembuatan konten pada setiap media sosial yang dimiliki oleh UMJ.