

BAB IV

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada Bab Pembahasan Makalah Ilmiah ini, penulis menyimpulkan bahwa pelaksanaan publisitas Staf Humas melalui pengelolaan Instagram pada Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM NTT ialah sebagai berikut: akun media sosial Instagram Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM NTT dikelola oleh dua orang admin atau administrator yang ditetapkan dalam SK (Surat Keterangan) dari kepala kantor. Setiap unggahan berisi TUSI (tugas dan fungsi) serta kegiatan di lingkup Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM NTT dan diperbaharui setiap harinya. Untuk maksud tersebut administrator memanfaatkan berbagai fitur Instagram yang tersedia seperti *Instastories*, *Unggahan Time Line*, dan Instagram TV. Tahapan-tahapannya meliputi pengumpulan bahan konten, seleksi bahan konten, penyuntingan dan pengunggahan. Pengumpulan bahan konten dilakukan dengan peliputan foto dan video. Seleksi bahan konten dilakukan dengan memilih konten mana saja yang layak untuk dijadikan unggahan. Penyuntingan meliputi pengeditan foto, video dan caption. Pengunggahan merupakan proses terakhir dimana administrator mempublikasikan foto, video dan caption yang telah disiapkan sebelumnya pada akun Instagram.

1.2. Saran

1.2.1. Humas Kantor Wilayah Hukum dan HAM NTT

Berdasarkan kesimpulan di atas setiap proses publisitas telah dilakukan dengan baik oleh pada administrator baik dalam pemanfaatan fitur maupun penyiapan konten hingga pengunggahan. Akan lebih baik jika kegiatan publisitas tersebut tidak hanya berpusat pada kegiatan dalam lingkup Kantor Wilayah semata melainkan dapat lebih fariatif lagi misalnya dengan menambahkan grafik seperti infografis, komik, dan videografis seputar pelayanan hukum dan HAM khususnya di NTT.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhily, Ridho. 2017. *101 Amazing Public Relation Ideas*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Anggrahini, Rochayanti, Sosiawan. 2008. *Peran Humas Pemerintah Kabupaten Sragen Dalam Pengelolaan Isi Informasi Website Pemda Sebagai Media Communications Relations Dengan Masyarakat* *jurnal* 6 (2), 148.
- Ardianto, Elvirano. 2016. *Handbook of Public Relations; Pengantar Komprehensif*. Bandung: SIMBIOSA REKATAMA MEDIA.
- Franklin, Rob., Mike Hogan., Quetin Langley., Nic Mosdell., Elliot Pill. 2009. *Public Relations*. London: Sage Publications Inc
- Ghazali, Miliza, 2016. *Buat Duit Dengan Facebook Dan Instagram*, Malaysia: Publishing House Sendirian Berhad.
- Grunig, J. E. 2009. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Elbaum Associates, Publishers.
- Kriyantono, R. and Bungin, B., 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serab Ada Serba Makna*. Jakarta: KENCANA
- Instagram. 2020. Membuat Profil Bisnis di Instagram. www.facebook.com/pusat bantuan ([diakses tanggal 30 Juni 2020](#))
- [Ma'ruf Ali. 2017. "Analisa Penggunaan Instagram sebagai media Informasi Kabupaten Nganjuk". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Nasional Sunan Kalijaga. Yogyakarta.](#)
- [Margaretha, Lusyane, dan Dini Maryani. 2017. Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah. 1\(1\), 1-18.](#)
- Moore, Frazier, 2007. *HUMAS; Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja ROSDAKARYA.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: SIMBIOSA REKATAMA MEDIA.
- Suwatno, H. 2018. *Pengantar Public Realtions Kontemporer*. PT Remaja ROSDAKARYA Bandung.
- digilib.uin-suka.ac.id. (2017). [Analisa Penggunaan Instagram sebagai media Informasi Kabupaten Nganjuk. Diakses pada 22 Mei 2020. Dari http://digilib.uin-suka.ac.id/28509/](#)

journal.budiluhur.ac.id. (2017). [Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah. Diakses pada 22 Mei 2020. Dari https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/637.](https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/637)