

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa *public relations* Wiranesia Foundation dalam memanfaatkan media sosial Instagram telah melakukan strategi kehumasan yang sangat terencana dan juga sistematis dengan mengadopsi model dari Cutlip, Center, dan Broom dengan melalui tahapan *fact finding*, *planning*, *communicating*, serta *evaluating*. *Public relations* Wiranesia Foundation melakukan tahapan *fact finding* sebagai kunci utama dan pertama dalam memetakan perencanaan, langkah yang akan diambil saat pelaksanaan, hingga tujuan kegiatan dalam penggunaan media sosial Instagram. *Public relations* Wiranesia Foundation melakukan peluang dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi program Wiranesia Digipreneur Roadshow sebagai media publikasi programnya.

Pada tahap *planning*, *public relations* Wiranesia Foundation melakukan perencanaan dengan merumuskan strategi komunikasi melalui beberapa tahap diantaranya kredibilitas, konteks, isi, kejelasan, konsistensi dan kontinuitas, saluran, serta kapabilitas khalayak. Sedangkan pada tahap *communicating*, *public relations* Wiranesia Foundation melakukan komunikasi dengan strategi yang telah dirancang secara tepat dan efektif agar dapat tepat sasaran dan dapat mempengaruhi khalayak. Selain pada strategi komunikasi yang telah dilakukan, *public relations* Wiranesia Foundation juga telah melakukan penyesuaian pada aspek teknis tayangan melalui jadwal konten yang diunggah, visualisasi yang menarik, hingga editing pada informasi yang jelas. Yang terakhir pada tahap *evaluating*, *public relations* Wiranesia Foundation telah menentukan pencapaian dengan melakukan evaluasi. Jika ditemukan hal yang dikiranya kurang dan tidak sesuai maka akan melakukan perbaikan, namun jika hal tersebut sudah sesuai dengan tujuan program maka *public relations* Wiranesia Foundation akan melakukan peningkatan. Selain itu, kekurangan yang terdapat dalam pengelolaan sosialisasi melalui Instagram dimana belum memiliki standar jumlah *viewers* yang tidak adanya target kapan *viewers* tersebut harus ditingkatkan. Karena *viewers* merupakan salah satu hal terpenting yang dapat mengukur keberhasilan pesan yang telah disampaikan kepada khalayak.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, analisis hingga kesimpulan diatas, peneliti akan memberikan beberapa saran yang tentunya berkaitan dengan topik penelitian Analisis Strategi *Public Relation* Dalam Mensosialisasikan Program Wiranesia *Digipreneur Roadshow* (Studi Pada Wiranesia Foundation Melalui Instagram) dengan sebagai berikut :

5.2.1 Saran Praktis

1. Saran penulis terhadap konten program nya dapat menjadi tambahan informasi untuk bahan evaluasi bagi *public relations* Wiranesia Foundation dalam mengoptimalkan konten-konten yang bervariasi dan diunggah di media Sosial Instagram Wiranesia Foundation.
2. Memperbanyak kerjasama atau kolaborasi dalam sosialisasi pada media sosial Instagram, seperti berkolaborasi dengan para *influencer* yang berpengaruh kepada khalayak media sosial Instagram.

5.2.2. Saran Teoritis

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan konsep penelitian strategi *public relations* yang tidak hanya melalui media sosial Instagram, tapi bisa bervariasi dengan menambah media sosial lain seperti Tiktok atau Youtube. Selain itu dapat memperluas dan meningkatkan Ilmu Komunikasi khususnya pada strategi komunikasi humas atau *public relations* dalam pemanfaatan media sosial sehingga hasil penelitian yang didapatkan akan lebih banyak lagi.