

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai strategi *Public relations* PT. Berrybenka dalam mengelola akun sosial media Instagram @berrybenka, maka dapat kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. *Public Relations* PT. Berrybenka mengelola akun Instagram @berrybenka dengan melakukan 4 tahapan proses kegiatan strategi *public relations*. Tahapan tersebut dimulai dari *research*, *planning*, *action*, dan *evaluation*. Secara garis besar tim sosial media PT Berrybenka mengelola akun Instagram dengan menggunakan *research*, seperti yang dijelaskan pada pembahasan sebelumnya bahwa PT Berrybenka memiliki visi dan misi untuk menjadikan perusahaan tersebut sebagai perusahaan *e-commerce* terbaik dengan pelayanan terbaikpula untuk *customer*-nya. Selanjutnya PT Berrybenka melakukan tahapan berikutnya yaitu *planning*. *Planning* yang dilakukan oleh PT Berrybenka mereka tidak menggunakan *agency* untuk menghandle akun Instagram @berrybenka karena PT Berrybenka memiliki divisi tersendiri untuk mengelola akun tersebut. Konten yang ditunjukkan oleh akun Instagram @berrybenka lebih kearah “lookbook”. Pada tahap *action*, PT Berrybenka melakukan pentahapan dari mulai fitur-fitur yang digunakan oleh akun sosial media @berrybenka. Fitur yang digunakan adalah *insta-story* dan Instagram bisnis. Ditahap akhir atau tahap *evaluation* PT Berrybenka meningkatkan *image* yang didapat melalui sosial media Instagram seperti pada calon *customer* dan *customer* agar lebih baik lagi, bahwasannya calon *customer* dan *customer* ikut berpartisipasi untuk *likes* dan *comment* Instagram ketika tim sosial media Instagram mengupload foto atau video di sosial media Instagram @berrybenka.
2. *Image* yang diharapkan oleh *Public Relations* PT Berrybenka mengarah kepada *tagline* “*Fashion is just click away*” yang artinya *image* yang diharapkan dari akun sosial media Instagram @berrybenka adalah pengguna sosial media Instagram akan merasa mudah untuk berbelanja hanya dengan satu *click*. Selain itu, PT Berrybenka menawarkan *fashion* yang *stylist* dan

terjangkau. Maka dari itu, PT Berrybenka selalu menjadi buruan dikalangan muda yang ingin tampil *stylist*.

5.2 Saran

Setelah penelitian tersebut dilakukan, dengan memperhatikan hasil dari kesimpulan penelitian, berikut saran yang diberikan dalam penelitian ini ialah:

5.2.1 Saran Akademis

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan hasil, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dibuat dapat memberikan kontribusi untuk memperluas ilmu pengetahuan serta wawasan yang berkaitan dengan ilmu komunikasi khususnya dalam pembahasan strategi *public relations* melalui sosial media Instagram.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang diperoleh, ada beberapa hal yang merupakan saran berupa masukan yang ingin disampaikan kepada PT Berrybenka dalam strategi *public relations* dalam menggunakan sosial media Instagram, yaitu:

1. Ketika melakukan pendekatan kepada *customer* atau calon *customer*-nya lebih menggunakan kata-kata yang tidak terlalu formal agar terlihat kedekatan antara tim sosial media @berrybenka dengan *customer* atau calon *customer*-nya.
2. Mempererat komunikasi dalam satu tim dan tim lainnya agar tidak ada lagi miskomunikasi antar tim.
3. Perbanyak untuk mengadakan *give-away* agar *customer* atau calon *customer*-nya lebih aktif lagi untuk berpartisipasi di Instagram @berrybenka

5.2.3 Saran Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian serupa di waktu mendatang selain itu mampu memberikan kontribusi dalam memperluas pengetahuan masyarakat dalam bidang strategi pemasaran dan juga dapat menjadi bahan perbandingan atau

menjadi referensi. Saran umum untuk masyarakat harus lebih mengerti lagi mengenai proses berbagi pengetahuan tentang kegiatan yang dimiliki *Public Relations* salah satunya seperti kegiatan proses 4 tahapan yang terdiri dari *Research, Planning, Action, dan Evaluation*.

