

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V ini merupakan akhir dari penelitian yang dilakukan. Dimana dalam BAB V peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan juga saran-saran yang peneliti bagikan.

5.1 Kesimpulan

1. *Research-Listening* yang dilakukan oleh *Public Relations* Atap Class sebagai perusahaan yang menekankan pentingnya penelitian dan mendengarkan pada humas Atap Class terhadap cara menyampaikan profil perusahaan serta program yang dibuat. Para *public relations* Atap Class bisa membuat para *followersnya* yakin bahwa sesuatu yang disampaikan mengenai suatu program tersebut merupakan obyektif. dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan *sponsorship*. Melalui konsistensi program dan informasi yang dibagikan. Selain itu, PR memberikan informasi yang akurat dan aktual. Membuat *sponsorship* lebih terlibat dan terhubung. Atap Class juga membuat *review* program *event/karya* berdasarkan pengalaman pribadi. untuk meningkatkan kerjasama dengan Sponsor, PR harus mengimbangi *cognitive trust* dan *affective trust*, yang berarti *public relations* dapat membangun kepercayaan dan berinteraksi dengan Sponsornya. Ini akan membantu *public relations* membangun kepercayaan dan berinteraksi dengan *sponsorship*.

2. *Planning-Decision* atau reencana yang dilakukan oleh *Public Relations* Atap Class adalah daya tarik dalam membuat program *sreening film*. Sebagai perusahaan yang mampu menciptakan daya tarik yang kuat melalui komposisi faktor-faktor utama seperti daya tarik program, keahlian, dan kredibilitas. Daya tarik karya program dapat menarik minat sponsor untuk tertarik pada *public relations* dan program/karya yang direkomendasikan, sementara keahlian dalam menciptakan konten yang menarik dan informatif juga berpengaruh besar terhadap keputusan *sponsorship* untuk kerjasama. Kredibilitas *Public Relations*, terutama dalam hal kejujuran juga mempengaruhi keputusan *sponsorship*. karena sponsor cenderung mempercayai program *event/karya* dari *Public Relations* yang dianggap kredibel. Daya tarik atau *Planning-Decision* yang dilakukan *Public Relations* memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi keputusan para sponsor untuk kerjasama.
3. *Communication-Action* yang dilakukan oleh *Public Relations* Atap Class sebagai perusahaan yang memiliki keterampilan khusus dalam berkomunikasi bersama pihak sponsor dan menciptakan *event* program/karya yang menarik dan relevan bagi para sponsor. Atap Class mampu mengkomunikasikan informasi dengan cara yang mudah dipahami dan menarik, sehingga para *sponsorship* merasa terinspirasi untuk bertindak sesuai dengan konten yang ditampilkan. Keahlian yang dimiliki oleh *Public Relations* dapat sangat mempengaruhi keputusan *sponsorship* untuk

kerjasama. Keahlian ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman pribadi.

4. Atap Class melakukan *Evaluation* dengan rutin mengadakan media *gathering* dengan para sponsor untuk melihat seperti apa Atap Class, melihat kira-kira apa yang dibutuhkan oleh sponsor sehingga pihak *public relations* Atap Class dapat memberikan inovasi dan dapat meningkatkan jumlah publisitas. Ditambah dengan berbagai masukan dan saran yang diharuskan dalam refleksi langkah ke depan.

Strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* Atap Class telah melakukan tahap-tahap untuk meningkatkan keputusan para sponsor mereka. Keahlian dalam program menjadi kunci penting dalam menarik perhatian sponsor, karena mereka cenderung merespon lebih baik terhadap program yang terasa autentik dan tidak terlalu dipromosikan secara berlebihan/*softselling*. Selain itu, relevansi program juga sangat diutamakan oleh Atap Class, *public relations* Atap Class mampu memahami minat dan kebutuhan *audiens* mereka memiliki peluang lebih besar untuk memengaruhi keputusan sponsor untuk bekerjasama. Keterlibatan yang tinggi antara *public relations* dan sponsor juga berperan penting, baik melalui sesi tanya jawab, kontes, atau respons langsung terhadap komentar.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh *Public Relations* Atap Class.

5.2.1 Saran Bagi *Public Relations* Atap Class

1. Meningkatkan *Research-Listening* dan mempengaruhi keputusan sponsornya, *Public Relations* Atap Class harus memprioritaskan jumlah mahasiswa magang dibagian *Public Relations* karena setahu saya Atap Class kekurangan orang dalam bidang *public relations*nya pada 2024 ini, agar tetap bisa konsistensi dalam menyajikan program berkualitas tinggi yang relevan dengan minat dan kebutuhan mereka. Dalam hal ini, Atap harus terus memastikan bahwa setiap program yang dibagikan memberikan nilai tambah dan informasi yang berguna bagi *sponsorship*. Atap Class perlu memastikan bahwa setiap ulasan atau rekomendasi yang diberikan didasarkan pada pengalaman pribadi yang sebenarnya, tanpa dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti bayaran dari pihak ketiga.
2. Meningkatkan *Planning-Decision* dan mempengaruhi keputusan sponsornya, dengan cara *public relations* Atap Class mengembangkan keahlian dalam membuat Program baru yang informatif, kreatif, dan menarik. Program yang berkualitas dan relevan akan membuat *sponsorship* tertarik untuk terus mengikuti dan berpotensi mempengaruhi keputusan kerjasama lanjutan. Lalu Atap juga harus selalu menjaga kredibilitas dengan memberikan selalu rekomendasi yang jujur dan transparan kepada *sponsornya*.
3. Meningkatkan *Communication-Action* dan mempengaruhi keputusan sponsornya, dengan cara *public relations* Atap Class harus memahami secara mendalam tentang program yang akan di *review* dan juga

memberikan program edukatif yang informatif dan bermanfaat bagi *followers* untuk membantu mereka membuat pihak sponsor memberi keputusan yang lebih terinformasi.

4. Dan *Evaluation* yang harus dilakukan *Public Relations* Atap Class adalah harus menentukan identitas diri bahwa Atap Class ini mau ke *csr* atau *corporate*, karena *Public Relations* Atap Class juga bisa berdiskusi dengan *Headmaster* Atap Class mengenai hal itu, serta menambah divisi marketing untuk membantu meringankan beban *Public Relations* Atap Class dalam penjualan buku dan *merch* agar ada yang bisa *handle* bagian pendanaan dan tidak terlalu bergantung pada sponsor, karena selalu berkaca dari kekurangan Atap Class memiliki keinginan untuk menjadi lebih baik dan akhirnya membuat yang sebelumnya tidak pernah terpikir tercapai tapi buktinya tercapai dengan sendirinya, kadang dalam kekurangan ada kelebihan, peneliti menangkap filosofi keren dalam cara kerja Atap Class.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk membaca dan mencari referensi tentang hal yang akan diteliti agar memperoleh wawasan yang lebih luas.
2. Peneliti selanjutnya dapat lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian dan dapat membagi waktu dengan baik agar penelitian berjalan dengan baik.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih cepat dalam mencari informan dan mencari jawaban mengenai penelitian ini.