

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai “Strategi Komunikasi Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) melalui Konten *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Dikalangan *Followernya*”, maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

A. Kesimpulan Makro

Adapun kesimpulan keseluruhan dari hasil penelitian Strategi Komunikasi Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) melalui Konten *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Dikalangan *Followersnya* yaitu tujuan dari menggunakan media sosial *Istagram* yang dilakukan oleh Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi awalnya di bentuk untuk menginformasikan dari berbagai kegiatan yang ada di internal perusahaan kepada karyawannya dengan tujuan meningkatkan *followersnya* terlebih dahulu, seiring berjalannya waktu dari tim departemen komunikasi perusahaan dan promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) mencoba menginformasikan kepada pihak eksternal agar masyarakat luar mengetahui kegiatan yang sedang dijalankan oleh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan membuat konten untuk dijadikan

feed di *Instagram* dengan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan.

Dari berbagai konten yang di jadikan *feed* di *Instagram*, Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi berawal dari perencanaan komunikasi yang dilakukan dengan mencari konten atau foto sebagai bahan untuk informasi dan menyeleksi konten foto tersebut oleh tim departemen komunikasi selanjutnya melakukan manajemen komunikasi dengan bagaimana cara mengelola proses komunikasi melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan pengontrolan untuk mencapai sebuah tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan. Dengan demikian dari tercapainya tujuan tersebut ada pesan yang disampaikan oleh Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi melalui konten *Instagram* berupa konten foto dari berbagai kegiatan perusahaan ataupun konten ucapan selamat, pesan tersebut disampaikan melalui media sosial *Instagram* dengan ditambahkan tulisan *caption* supaya pesan tersebut mudah diterima dan dipahami oleh *followersnya* sehingga memberikan kesan baik kepada perusahaan dan dapat meningkatkan citra perusahaan.

B. Kesimpulan Mikro

1. Tujuan Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) memilih media sosial *Instagram* sebagai alat untuk meningkatkan citra perusahaan dikalangan *followersnya*
 - Mengikuti perkembangan teknologi

- Biaya operasionalnya murah
 - Penggunaannya *simple* dan efisien
2. Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh Departemen Komunikasi Perusahaan dan promosi lebih kepada menyeleksi foto konten-konten apa saja yang akan di posting ke media sosial *Instagram*.
 3. Manajemen Komunikasi yang dilakukan Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi berawal dari rencana yang akan di buat konten untuk di *posting* melalui media sosial *Instagram*, jadi untuk cara pengelolaan *Instagram* lebih di persiapkan dengan baik.
 4. Pesan yang disampaikan oleh Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi merupakan strategi komunikasi dimana pesan berupa foto, video dan kata-kata yang di informasikan kepada *followers*nya yang diarahkan oleh tim Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) melalui konten media sosial *Instagram*.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu yang berguna ataupun bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab penutup peneliti mengemukakan saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

5.2.1 Saran untuk Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi

Adapun saran-saran dari peneliti untuk Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) :

1. Perlu ditingkatkan kembali mengenai tampilan beranda dalam postingan yang ada di *Instagram* sehingga kelihatan tersusun rapih.
2. Perlu ditingkatkan lagi dalam memaksimalkan media sosial *Instagram* agar masyarakat lebih tahu kegiatan yang ada didalam perusahaan dan bisa lebih dekat mengenal perusahaan PT Dirgantara Indonesia (Persero)

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Adapun saran-saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Pada saat akan melakukan penelitian sebaiknya menyiapkan waktu dari jauh-jauh hari dan harus ada *planning*, mengingat kondisi di lapangan tidak selamanya sama seperti yang diperkirakan.
2. Peneliti harus lebih memahai objek apa yang akan diteliti dan fokus penelitian ke arah mana, tidak boleh sembarangan melakukan penelitian tanpa memahami secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti.
3. Bila melakukan wawancara observasi di lapangan selalu meminta izin terlebih dahulu untuk kesediaan informan atau pihak berwenang agar tidak terjadi hal yang diinginkan dan kurang nyaman saat kegiatan penelitian berlangsung.
4. Manfaatkan saat melakukan penelitian untuk pengalaman kedepannya.