

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. **Riset** yang dilakukan Divisi *Digital Content Creator* PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program *The Venture in Bloom* pada Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, Peneliti menemukan bahwa dalam proses riset yang dilakukan oleh Divisi *Digital Content Creator* melalui beberapa tahap yaitu pertama penentuan konsep yang berawal dari keresahan seorang *Digital Content Creator* sebagai latar belakang pengangkatan konten Program *The Venture in Bloom* yang dimana konten tersebut mengambil sebuah konsep yaitu keluar dari zona nyaman dan berusaha berkembang menjadi lebih baik lagi. Selain itu juga bagaimana mengemas sebuah pesan yang dapat menarik minat konsumen untuk melihatnya dan juga bagaimana mereka menargetkan konten ini di distribusikan kepada konsumen segmentasi umur 18-35 tahun.
2. **Perencanaan** yang dilakukan Divisi *Digital Content Creator* PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program *the Venture in Bloom* pada Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, pembentukan citra yang diinginkan oleh perusahaan bagaimana perusahaan ingin memberikan perhatiannya kepada para publik nya konsumen dan *followers Instagram*

untuk meningkatkan Citra Perusahaan di mata publiknya tetap positif. Pemilihan media untuk mendistribusikan konten *The Venture in Bloom* ini menggunakan media sosial *Instagram* karena pengguna *Instagram* di Indonesia sangat banyak dan fitur-fiturnya dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Pesan yang ingin disampaikan bagaimana kita harus berusaha keluar dari zona nyaman dan menjadi lebih baik lagi.

3. **Pelaksanaan** Program *the Venture in Bloom* pada Media Sosial *Instagram* oleh Divisi *Digital Content Creator* PT. Reclays Purnama Cipta Bandung dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, terutama terkait pendistribusian dirasa adanya kurang pemahaman audiens terhadap pesan yang ingin ditunjukkan oleh perusahaan. Proses pembuatan yang terbagi ke dalam tiga tahap pengerjaan yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pos Produksi dalam pengerjaan konten dilakukan penyesuaian terhadap konsep konten yang sudah ditentukan penyesuaian tersebut ada pada pengambilan *angle* foto.
4. **Pengukuran/Evaluasi** yang dilakukan Divisi *Digital Content Creator* PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program *the Venture in Bloom* pada Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, Peneliti menyimpulkan bahwa pengukuran sejauh ini yang dilakukan oleh PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program *the Venture in Bloom* ini dengan tujuan untuk meningkatkan Citra perusahaan dengan melakukan pengukuran melalui *insight* dan peningkatan penjualan. Dengan data *insight Instagram* @reclays.id menunjukkan seberapa besar pengaruh dari *exposure* yang diterima karena penggunaan media sosial *Instagram* bagaimana mereka

menjangkau akun dengan spesifikasi usia rentang 18 hingga 35 tahun. Impresi yang diterima oleh akun @reclays.id pun mendapat 130.909 akun dan jangkauan mencapai 120.744 pada ketiga konten Program *the Venture in Bloom*. Pengevaluasian dilakukan melalui rapat *internal* yang diselenggarakan, dan pengevaluasian dilakukan pada saat konten sedang berjalan dan setelah konten tersebut selesai.

5. **Pelaporan yang dilakukan Divisi *Digital Content Creator* PT. Reclays Purnama Cipta Bandung** melalui Program *the Venture in Bloom* pada Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, pada sistem pelaporan yang dilakukan oleh PT. Reclays Purnama Cipta Bandung hanya menggunakan pelaporan secara verbal saja pada saat rapat *internal*, selain itu juga pelaporan guna mengecek adanya peningkatan Citra pada perusahaan dilihat juga melalui data penjualan.

Strategi Komunikasi Divisi *Digital Content Creator* PT. Reclays Purnama Cipta Bandung melalui Program *the Venture in Bloom* pada Media Sosial *Instagram* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, Program *The Venture in Bloom* melalui *Instagram* dianggap dapat membantu untuk meningkatkan citra perusahaan yang diindikasikan dengan adanya peningkatan penjualan dan jumlah followers *Instagram*.

5.2 Saran

Saran-saran yang diberikan Peneliti setelah melakukan penelitian ini adalah:

- a. Peneliti menyarankan agar pembuatan konten dengan jenis video memiliki visual yang *high definition* dan konsep yang *out of the box* untuk membuat target audiens lebih tertarik. Peneliti menyarankan bagaimana konsep *out of the box* melalui konten ini sungguh memberikan dampak yang cukup besar kepada publiknya, bagaimana mereka mengemas konten yang menarik namun mudah dipahami. Contohnya sebuah pembuatan sebuah konten yang sedang populer yaitu “ikoy-ikoyan” yang di gagasi oleh Arief Muhammad dengan cara memberikan barang yang dibutuhkan oleh konsumen secara cuma cuma, ini dapat meningkatkan citra mereka dikalng konsumennya. Pada pembuatan *the Venture in Bloom* efek pandemi Covid 19 di Indonesia yang membuat masyarakat merasa kesulitan dengan adanya pandemi ini. Dengan dilatar belakangi kondisi pandemi pada saat itu maka teretuslah konsep *the Venture in Bloom* yang memiliki arti usaha untuk berkembang bagi diri sendiri.
- b. Sistem pelaporan terkait pengelolaan Instagram sebaiknya disampaikan secara tertulis sehingga dapat diarsipkan dan perusahaan dapat melakukan *monitoring* dan *controlling* peningkatan citra berdasarkan arsip data/grafik peningkatan citra sehingga dapat dilakukan evaluasi secara berkala.