

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penggunaan MPR di Berita Satu Media Holdings tidak berada dalam posisi yang paling penting untuk diterapkan, layaknya pada perusahaan di industri dibidang lain. Hal tersebut dikarenakan salah satu fungsi dan tugas PR dalam perusahaan adalah bagaimana seorang PR dapat membuat program yang memiliki *news value*, sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian media untuk memberitakan hal yang positif mengenai perusahaannya. Sedangkan bagi perusahaan media, hal tersebut sangat bisa dilakukan, perusahaan media sangat dapat membuat suatu pemberita mengenai kegiatan yang mereka lakukan.

Memasuki tahunnya yang ke-lima, Berita Satu Media Holdings telah dapat membangun posisi *brand awareness*-nya pada posisi *brand recall*. Dengan menjadikan salah satu *brand* yang sudah kuat, menjadi lokomotif penggeraknya Berita Satu dalam membangun *awareness* hingga sampai pada tahap tersebut. Namun hal tersebut dirasa masih belum maksimal, karena *brand* yang mengatasmakan Berita Satu (Beritasatu TV, beritasatu.com) belum dijadikan sebagai lokomotif utama penggerak roda perusahaannya. Hal ini yang membuat sebagian orang masih belum terlalu *familiar* dengan Berita Satu, atau bahkan terjadi ambiguitas dalam mengenali dan membedakan Berita Satu dengan produk/*brand* di bawahnya.



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

5. 2 Saran

Saran Akademis

Untuk mengetahui keberhasilan dari strategi *marketing public relations* dalam membangun *brand awareness* yang dilakukan oleh Berita Satu Media Holdings yaitu agar dilakukan penelitian lanjutan yang berbeda dalam bentuk kuantitatif. Misalnya dengan Tingkat efektivitas penerapan strategi *marketing public relations* terhadap pembentukan *brand awareness*. Sehingga nantinya dapat diketahui tanggapan serta saran yang dibutuhkan Berita Satu Media Holdings dari masyarakat agar dapat lebih mengembangkan *brand awareness* Berita Satu Media Holdings.

5.2.1 Saran Praktis

Adapun saran praktis yang dapat diberikan adalah perlunya diadakan suatu kajian ilmiah seperti RnD dalam merumuskan strategi yang hendak digunakan. Hal tersebut dapat memberikan informasi yang akurat dalam hal pengembangan perusahaan. Dimana *objective* yang dibangun tidak hanya menyangkut *awareness*, tapi dapat dikembangkan dalam upaya memperkuat *positioning* Berita Satu sebagai industri media dengan konsep *one stop information*.