



### **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.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perencanaan pemanfaatan *social media* yang digunakan oleh Divisi Public Relations Dyandra Promosindo dalam mempromosikan *event* Indonesia International Motor Show 2013.

Berdasarkan hasil temuan data dan hasil interpretasi, sebagaimana yang telah diuraikan dalam bab empat, diperoleh kesimpulan perencanaan *social media* yang digunakan oleh Divisi PR Dyandra Promosindo tidak menggunakan matriks sebagai tolak ukur dari kegiatan media sosial seperti konsep Scott dan Jacka, walaupun peneliti menemukan data-data yang dapat menjawab matriks-matriks yang tertera di tahap “*metrics*” dalam konsep *The Social Media Plan* milik Jacka dan Scott dalam bukunya yang berjudul “*Auditing the Social Media*”, hal ini dapat menyebabkan kegiatan media sosial yang telah dijalankan tidak dapat berkembang.

Perencanaan dalam penggunaan media sosial yang dilakukan oleh PR Dyandra Promosindo tidak memiliki tolak ukur yang dapat dijadikan evaluasi diakhir kegiatan media sosialnya, sebagai penyelenggara Dyandra Promosindo yang diwakilkan oleh PR Dyandra Promosindo memanfaatkan media sosial hanya sebagai bentuk inisiatif dan sudah menjadi ketentuan baku dalam

penyelenggaraan sebuah acara, khususnya IIMS. Namun, secara garis besar tahapan-tahapan dalam perencanaan media sosial Divisi PR Dyandra Promosindo sudah cukup sesuai dengan konsep *The Social Media Plan* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Peneliti menyarankan agar pembelajaran dan teori-teori mengenai media konvensional tetap diterapkan seiring dengan pembelajaran mengenai media baru agar kedua medium komunikasi ini dapat berjalan seimbang di dunia riil.

Selain itu, peneliti menyarankan teori-teori yang bersifat akademis mengenai media baru terkait dengan internet, media sosial, dan sebagainya diperbanyak dalam materi pembelajaran Ilmu Komunikasi. Lebih baik lagi apabila ilmu ini diseimbangkan dengan teori-teori yang bersifat praktis.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berikut adalah beberapa saran yang diajukan dari segi praktis, antara lain:

1. Perencanaan *social media* lebih baik memiliki matriks-matriks tertentu untuk menjadi indikator atau tolak ukur dalam mengevaluasi kegiatan media sosial. Hal ini dilakukan agar pihak yang memanfaatkan media

sosial dalam programnya dapat memaksimalkan fungsi dari media tersebut.

2. Melihat semakin bertambahnya pengguna internet dan meningkatnya jumlah pemilik akun media sosial di dunia, khususnya Indonesia, peneliti menyarankan Dyandra Promosindo dan lembaga lain yang memanfaatkan media sosial lebih memfokuskan kegiatan media sosialnya dengan perencanaan yang lebih kompleks agar manfaatnya dapat dirasakan lebih baik lagi bagi perusahaan.
3. Dyandra Promosindo dan pihak lain yang memanfaatkan media sosial dalam mencapai tujuan perusahaannya sebaiknya terus mengadakan riset-riset yang menunjukkan keefektifitasan dari kegiatan media sosialnya, hal ini dilakukan sebagai rangkaian pengembangan atau pengoptimalan fungsi dari media sosial itu sendiri.

UMMN