

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian sekaligus pembahasan yang telah dipaparkan terkait strategi *media relations* SIRCLO dalam mempertahankan *brand image* dan menggunakan pendekatan analisis model perencanaan ERASE milik Don W. Stack, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *media relations* yang dilakukan SIRCLO meliputi *media gathering*, dan *press release* sudah cukup membantu dalam mencapai objektifnya.

Berawal dari bagaimana perusahaan SIRCLO dan praktisi *media relations* mengumpulkan informasi dan memonitor situasi sebelum melakukan *media publishing*. SIRCLO dan agensi yang berafiliasi dengannya bersama-sama melakukan elaborasi dengan saling bertukar informasi sebelum merilis narasi ke media. Agensi memastikan informasi sudah akurat dan sesuai dengan semestinya. Apabila ada data atau informasi yang kurang maka pihak agensi ataupun media akan memastikan informasi tersebut dengan bertanya atau melakukan wawancara secara eksklusif dengan pihak SIRCLO. Selain itu SIRCLO dan agensi juga sama-sama menjaga relasi dengan para awak media sehingga informasi terkait rotasi pekerjaan awak media menjadi lebih *update*. Upaya tersebut menghindari adanya ketidaksesuaian saluran dan pesan yang ingin disamping itu. Selain itu cara tersebut juga terbilang efektif dalam menjaga relasi dengan media sekaligus menggali informasi terkait situasi dan kondisi media saat ini.

Selanjutnya pada proses *media relations* dilakukan menyesuaikan *brief* dan narasi yang telah disetujui oleh SIRCLO. Agensi akan mengisi kekurangan dan melengkapi sesuai dengan area area yang perlu diperbaiki. Agensi C2 akan berusaha mengembangkan narasi dengan silang informasi yang telah diperoleh. Dengan begitu C2 akan lebih mudah membuat sudut pandang yang menguntungkan perusahaan dalam menciptakan citra yang positif pada publik.

Sebagai tindak lanjut dari pertanggungjawaban kegiatan *media relations* SIRCLO, C2 membuat laporan berisi kompilasi paparan publikasi dari media yang telah ditargetkan. Selain itu laporan juga meliputi media media yang tidak ditargetkan tapi tetap menerbitkan berita yang bersinggungan dengan SIRCLO. C2 mempertanggungjawabkan apakah semua kegiatan media publishing sudah sesuai dengan KPI yang direncanakan dan apa yang diperoleh SIRCLO dari kegiatan tersebut.

Pada akhirnya kegiatan *media relations* akan menjadi berdampak tatkala perusahaan menyajikan narasi yang bernilai bagi masyarakat namun tetap memuat upaya dalam mendapatkan publikasi positif mengenai perusahaannya. Meskipun demikian kegiatan *media relations* tidak berhenti hanya pada penerbitan narasi saja. Tapi juga diusahakan mampu berkelanjutan baik dari hubungan perusahaan dengan media, *outcome (brand image)* yang berkelanjutan secara positif, dan bagaimana kampanye tersebut dapat berdampak bagi masyarakat luas. Semua itu dapat diperoleh dari hubungan mutualisme yang saling mendukung.

## 5.2. Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat membahas media monitoring secara mandiri untuk memperlihatkan kegiatan *monitoring* awal sebelum tahapan riset yang dilakukan secara mendalam. Sebab tahap monitoring membantu praktisi PR dalam mengevaluasi kegiatan sebelumnya dan mengambil keputusan dalam melakukan riset apa pada kegiatan kampanye berikutnya. Khususnya melalui proses ERASE dimana *pre-evaluation* dan *environmental monitoring* menjadi indikasi utama bagaimana proses media relation dapat berjalan secara berkelanjutan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini menemukan bahwa *media relations* merupakan kegiatan yang membantu dalam mempertahankan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga relasi dengan media lebih proaktif dengan terus melakukan acara bersama media sehingga selain mendapatkan paparan publikasi tapi juga turut memberikan relasi yang lebih manusiawi demi mempertahankan *brand image*.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A