

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Menantea sudah melakukan ketujuh strategi *Public Relations* dalam bauran P.E.N.C.I.L.S. Setelah menyamakan jawaban dari ketiga partisipan, ketiganya setuju bahwa strategi *Publication* merupakan strategi yang paling berhasil dalam membangun *Brand Image* Menantea. Sementara itu, strategi yang masih belum dilakukan secara maksimal, yakni strategi *Event*, dan *Social Responsibility*.

Berkaitan dengan hal ini, Menantea menggunakan media sosial, khususnya Instagram sebagai media utama dalam melakukan strategi *Public Relations*, terutama *Publication*. Hal ini dikarenakan Menantea sendiri merupakan *social media driven business* sehingga media sosial dianggap sebagai media yang paling tepat dan paling mudah dalam menjangkau sasarannya.

Menantea ingin membangun *Brand Image* sebagai merek minuman teh buah dengan harga yang terjangkau (*affordable*), mudah dijangkau (*reachable*), dan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Menantea mewujudkannya dengan sistem yang diterapkan dalam mengatasi keluhan, cara Menantea mengumpulkan dan menyajikan informasi, serta pelaksanaan strategi *Public Relations* hingga akhirnya mampu mendapatkan respon yang baik dari masyarakat.

Dari pandangan informan ahli, keberhasilan strategi *Public Relations* Menantea dalam membangun *Brand Image* dapat terlihat setelah ketujuh strategi telah dilakukan secara maksimal dan signifikan. Akan tetapi, strategi *Public Relations* yang dilakukan Menantea sudah cukup baik dan sesuai dengan konsep utama yang digunakan. Meskipun begitu, Menantea harus terus melakukan evaluasi untuk melihat perkembangan dan kekurangan yang ada, serta meningkatkan strategi *Public Relations* dengan menciptakan terobosan dan inovasi baru.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang penelitian mengangkat topik strategi *Public Relations* dalam membangun *Brand Image*. Peneliti juga berharap agar selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur keberhasilan atau pengaruh strategi *Public Relations* terhadap *Brand Image* Menantea maupun perusahaan lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Menggali lebih dalam lagi terkait strategi *Public Relations* maupun indikator *Brand Image*, serta menerima dan mempertimbangkan untuk melakukan saran yang disampaikan oleh informan ahli, yaitu Rizka Septiana sehingga mampu melakukan strategi *Public Relations* secara maksimal dan berhasil membangun *Brand Image* yang dicita-citakan.

