

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, RevivaLTV menerapkan *three ways strategy marketing public relations* dalam membangun *brand image* melalui Instagram @revivaltvid, telah sesuai dengan teori yang dinyatakan Harris dalam Ruslan (2020). Hasil penelitian ini, ditemukan bahwa strategi *push*, *pull* dan *pass* saling berkombinasi atau berkesinambungan untuk mencapai tujuan yaitu membangun *brand image* positif bagi RevivaLTV. Implementasi strategi *push* yang diterapkan pada Instagram @revivaltvid terdapat beberapa penerapan seperti *content pillar*, *optimasi ads*, dan *konvergensi media*. Sedangkan pada strategi *pull*, Instagram @revivaltvid menerapkan *content marketing* dan *keeping up with audiences*. Terakhir, yaitu strategi *pass*, dimana Instagram @revivaltvid menerapkan langkah *corporate social responsibility*, *community management*, *organic and credible content*, *algorithm trial and error*.

Peneliti menyimpulkan bahwa strategi *marketing public relations three ways strategy (push, pull, pass)* pada Instagram @revivaltvid dalam membangun *brand image* sudah sesuai dengan konsep 3P dari Thomas L. Harris dalam Ruslan (2020). Hal ini juga telah dikonfirmasi oleh *Key Informan* peneliti yaitu Kevin Sanly Putera M.I.Kom yang merupakan Praktisi Media Sosial dan Akademisi selama 8 tahun di bidang Ilmu Komunikasi. Bahwasannya, analisa peneliti terkait strategi *marketing public relations three ways strategy* Instagram @revivaltvid sudah sesuai dengan konsep-konsep ilmiah yang ada. Terbukti dari strategi 3P yang telah dilakukan RevivaLTV yakni *push*, *pull*, *pass* yang menjadi satu kesatuan menghasilkan kombinasi yang berkesinambungan dengan titik berat pada strategi *pass* sehingga RevivaLTV mendapatkan penghargaan “*Best Media Use of Social*”. Walaupun terdapat faktor penghambat dalam penerapannya, hal ini bukan menjadi penghalang. Penerapan konsep tersebut menjadi bukti dapat membangun *brand image* yang baik dalam sosial media Instagram @revivaltvid.

5.2 Saran

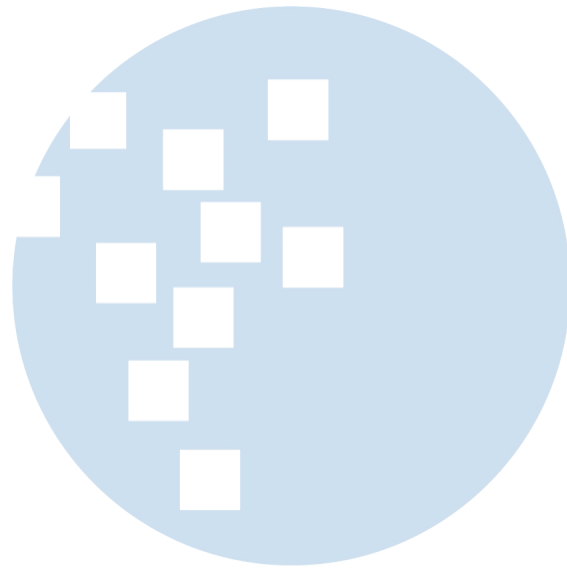
5.2.1 Saran Akademis

- 1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menggali lebih dalam lagi mengenai strategi promosi di Instagram menggunakan konsep/teori *marketing* lainnya seperti *digital marketing*.
- 2) Penelitian selanjutnya bisa lebih mendalami konten selain RevivaL News, RevivaL Ask, RevivaL Games dan RevivaL Cekrek yang juga menghasilkan *engagement* tinggi.
- 3) Penelitian selanjutnya dapat mengkaji media sosial lain selain Instagram, salah satunya Tiktok @revivaltvid yang juga memiliki banyak *followers*.
- 4) Penelitian ini berkontribusi terhadap komunikasi pemasaran media *E-Sports* yang lain karena dapat mempelajari *three ways strategy marketing public relations* RevivaLTV dari hasil penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

- 1) RevivaLTV diharapkan dapat mengemas segala bentuk kegiatan *marketing* PR menjadi sebuah konten menarik yang diunggah di @revivaltvid guna membangun dan mempertahankan *brand image* yang baik.
- 2) Selain di *feeds*, RevivaLTV dapat mengembangkan konten RevivaL Games di *instastory* dengan memanfaatkan fitur *polling*.
- 3) Meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan *hard selling/paid content* dari *developer* agar mendapatkan *engagement* yang sama dengan *organic content*.
- 4) Menekankan pada *pass strategy* yaitu pengembangan

komunikasi dan kegiatan dengan komunitas karena sesuai dengan visi dari RevivaLTV yaitu sebagai *One Stop Solution E-Sports* yang tetap diiringi dengan *push and pull strategy*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA