



### **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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* pada proses *rebranding* PT Asuransi Jiwasraya (Persero). Dari hasil penelitian, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- *Rebranding* yang dijalankan terjadi pada tahap *complete changes* dimana adanya perubahan nilai-nilai perusahaan seiring dengan perubahan.
- Strategi *public relations* yang digunakan oleh PT Asuransi Jiwasraya (Persero) dalam *rebranding*-nya adalah strategi aksi proaktif dengan menggunakan *brand endorser* Manchester City yang dikembangkan dalam pelaksanaan beberapa *special events* dalam aktivasi *brand* dan juga pemberian sponsor terhadap peringatan hari Asuransi Indonesia.
- Adapun strategi komunikasi yang dilaksanakan adalah strategi komunikasi proaktif dengan memberikan informasi-informasi kepada publik melalui serangkaian taktik komunikasi seperti media organisasi dengan majalah internal, majalah dinding, maupun *website* perusahaan, iklan dan media promosi seperti *placement* pada beberapa media, *billboard*, maupun TVC.
- Implementasi pada publik internal perusahaan belum berjalan secara maksimal dimana sampai saat ini, program sosialisasi internal pada karyawan belum dilakukan.

- Kegiatan *rebranding* Asuransi Jiwasraya baru dijalankan pada pertengahan tahun sehingga beberapa program masih dalam tahap pembangunan. Hal ini menyebabkan evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan masih dalam tahapan *output* dengan kegiatan *media monitoring*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi umum maupun penelitian berikutnya.

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian dalam bidang strategi *public relations* maupun *rebranding*. Selain itu, peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menggugah rasa ingin tahu untuk melakukan penelitian lanjutan.

Diharapkan untuk penelitian lebih lanjut, difokuskan kepada efektivitas strategi maupun implementasi program yang telah dilakukan pada proses *rebranding* PT Asuransi Jiwasraya (Persero). Masukan yang dapat peneliti sampaikan bagi pihak universitas adalah untuk memperbanyak materi pembahasan mengenai *rebranding*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berikut merupakan masukan praktis yang dapat peneliti sampaikan bagi perusahaan:

- Penting bagi perusahaan untuk segera merumuskan dan menanamkan nilai-nilai baru perusahaan, terutama kepada publik internal yang menjadi *ambassador* perusahaan dalam memproyeksikan nilai-nilai Asuransi Jiwasraya kepada publik eksternal.
- Untuk mencapai hasil yang lebih terarah dan maksimal dalam kegiatan *rebranding* ini, disarankan agar perusahaan menentukan target spesifik yang menjadi sasaran dalam diadakannya kegiatan-kegiatan Asuransi Jiwasraya dalam proses *rebranding*-nya.
- Bagi Asuransi Jiwasraya maupun perusahaan lain yang menggunakan *brand endorser* dalam kegiatan *branding* maupun *rebranding*, ada baiknya apabila dilakukan riset mendalam apakah nilai-nilai dan target dari entitas atau personal tersebut telah sejalan dengan nilai-nilai perusahaan agar dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal.