



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 adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Surya Institute atas *event* APCYS 2012 dalam membangun *brand image*. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Surya Institute adalah strategi proaktif. Dalam strategi proaktif menurut Ronald D. Smith terdapat *action strategies* dan *communication strategies*. *Action strategies* yang digunakan oleh Surya Institute adalah *special event*, tepatnya penyelenggaraan *event* APCYS 2012 yang dilaksanakan pada tanggal 2–7 September 2012 di Palangkaraya, Provinsi Kalimantan Tengah.

Publicity yang digunakan oleh Surya Institute yaitu melalui media promosi *below the line* atau BTL berupa baliho, *backdrop*, *X-banner*; Melalui media massa (TV, cetak, koran *online*); Melalui media *online* (*E-mail*, *website* APCYS dan Facebook); Melalui *press conference*, *press release*, *fact sheet* dan *feature*.

Newsworthy information yang diangkat atau disosialisasikan oleh Surya Institute adalah *Science issues* (isu-isu sains); Adanya lima kategori sains pada *event* APCYS 2012; 12 negara yang mengikuti APCYS 2012;

mengundang siswa sekolah menengah dari daerah-daerah khususnya di Indonesia; serta Kompetensi tiap *key note speakers*.

Evaluasi secara keseluruhan *event* APCYS 2012 adalah bahwa kegiatan ini termasuk sukses bahkan dapat dikatakan antusiasme dan tanggapan positif yang diperoleh memang diluar ekspektasi, baik memperoleh antusiasme dari para peserta dari negara-negara di wilayah Asia dan Pasifik untuk nantinya kembali berpartisipasi dalam APCYS berikutnya, maupun antusiasme masyarakat luas secara umum. Serta antusiasme rekan-rekan media untuk meliput *event* APCYS berikutnya.

Maka, melalui strategi komunikasi yang dilakukan Surya Institute itu peneliti melihat bahwa strategi komunikasi yang digunakan tersebut efektif dan dapat tepat sasaran untuk mencapai tujuan komunikasi, yakni meningkatkan *awareness* masyarakat luas terhadap Surya Institute sehingga dapat terbangun *brand image* Surya Institute.

5.2. Saran

5.2.1. Praktis

Event atau *special event* dapat menjadi suatu strategi dalam meningkatkan *image* (citra) organisasi/perusahaan. Karena itu perencanaan-perencanaan program *event* atau *special event* ke depannya disarankan agar dapat lebih terencana dengan lebih baik, memiliki tolok ukur yang lebih konkret dan evaluasi-evaluasi sehingga selain dapat dijadikan *lesson learning*

(pembelajaran), juga dapat berdampak lebih baik lagi dalam meningkatkan *awareness* masyarakat luas terhadap Surya Institute.

5.2.2. Akademis

Penelitian ini dapat menstimulasi penelitian-penelitian lanjutan tentang komunikasi yang lebih interaktif (dua arah) di mana publik juga dapat memberikan *feedback* karena sekarang ini perkembangan komunikasi, termasuk *Public Relations*, menjadi lebih interaktif dengan adanya *new media* (media baru), misalnya seperti kehadiran *social media*.

UMMN