

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi humas dalam membangun *brand image* pasca *covid-19* di Taman Pintar Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa strategi humas adalah bagian dari efektifitas, untuk meningkatkan citra perusahaan maupun lembaga terkait. Saat ini sosial media menjadi media informasi yang banyak digunakan masyarakat, oleh karena itu sosial media menjadi salah satu bagian strategi humas untuk dijadikan sebagai media promosi dan *branding*. *Brand image* yang diinginkan dapat diwujudkan melalui media-media baru yang kini sedang berkembang seperti Instagram, Tiktok yang kini memiliki banyak pengguna.

Menurut keempat informan yang ikut serta dalam membangun *brand image* di taman pintar yogyakarta. Strategi humas yang kini dijalankan untuk meningkatkan ataupun membangun *brand image*, sudah memiliki peningkatan dan efektif dalam penyampaian informasi, strategi dalam peningkatan *brand image* saat ini lebih mengarah pada kegiatan masyarakat yang berarti banyak melibatkan masyarakat, seperti perlombaan dan lainnya, tidak hanya kegiatan-kegiatan atau *event*. Dalam meningkatkan *brand image* tentunya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, seperti opini publik, *feedback* positif, inovasi, dan hubungan harmonis dengan publik, internal bahkan eksternal yang harus selalu terjaga, melalui empat hal tersebut, suatu lembaga bisa dikatakan memiliki *brand image* baik dan positif jika telah melakukan empat hal tersebut. Melalui kesimpulan ini Taman Pintar Yogyakarta bisa dikatakan memiliki *Brand Image* yang baik karena empat poin yang disebutkan tadi sudah terimplementasikan secara keseluruhan.

Sosial media instagram menjadi salah satu media informasi dan komunikasi bagi Taman Pintar Yogyakarta. Instagram menjadi bagian dari strategi humas bagi

Taman Pintar Yogyakarta, dalam hasil pembahasan dengan beberapa informan dari tim Humas Taman Pintar dan beberapa *customer*, dapat ditarik kesimpulan bahwa kini sosial media yang dipergunakan oleh Taman Pintar sudah sangat efektif dalam melakukan dokumentasi dan publikasi, selain itu juga menjadi media informasi komunikasi bagi publik. Melalui sosial media, tim humas Taman Pintar dapat melihat keberhasilan strategi humas yang dijalankan, melalui interaksi konsumen terhadap sosial media taman pintar, dan juga melihat respon atau *feedback* positif yang diberikan konsumen kepada pihak taman pintar.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan diatas yang sudah dijelaskan oleh penulis, maka penulis akan memberikan saran dan masukan. Terkait kendala yang dimiliki, dan harapannya saran ini nantinya dapat berguna dan bermanfaat bagi Tim Humas untuk lebih efektif dalam menjalankan strategi humas melalui sosial media Instagram untuk meningkatkan *brand image* Taman Pintar Yogyakarta. Maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Media sosial menjadi peran penting dalam mempromosikan dan penyajian informasi, oleh karena itu memaksimalkan pengolahan sosial media sehingga mampu memberikan efektifitas yang lebih dari biasanya.
2. Penelitian ini dapat menjadi acuan penelitian berikutnya tentang strategi humas dalam meningkatkan *brand image* melalui sosial media, sehingga dapat memberikan dampak pada Tim Humas sendiri.
3. Terkait pengelolaan sosial media, penulis memberikan saran untuk lebih memperhatikan pengolahan sosial media yang lebih baik lagi, terkait interaksi-interaksi yang terjadi dalam sosial media.
4. Mempertahankan kekompakan tim humas dengan pihak internal, eksternal, dan publik agar dapat menjadi lembaga yang harmonis, tidak hanya untuk masyarakat tetapi untuk semua orang yang ada dalam lembaga.

5. Sebaiknya tim humas tetap menjaga citra perusahaan dengan strategi saat ini, bila perlu diinovasikan lagi, supaya menjadi lebih efektif dari yang biasanya.

