

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan berkaitan dengan analisis gaya kepemimpinan nimco indonesia dalam membangun *branding* bisnis, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepemimpinan yang digunakan oleh perusahaan Nimco Indonesia adalah dengan menggunakan pendekatan pengambilan keputusan kooperatif dengan karyawannya, saling bekerja sama. Tipe kepemimpinan yang digunakan oleh Nimco Indonesia adalah tipe pemimpin yang visioner dan inovatif. Tak hanya itu, karakteristik pemimpin inovatif yang ada di Nimco Indonesia adalah pengambilan keputusan yang diserahkan pada pejabat pimpinan lebih rendah dan kepada petugas operasional, status operasional tidak terganggu, kemampuan berpikir inovatif. Tipe tersebut dinamakan sebagai tipe pemimpin *Laissez Faire*. berdasarkan dua tipe itu nimco indonesia dalam pengambilan keputusan menggunakan kombinasi dari kedua tipe kepemimpinan yaitu visioner Dan (inovatif) *laissez faire*.
2. Pola komunikasi eksternal Nimco Indonesia adalah dengan memperhatikan komunikasi perusahaan dengan masyarakat, konsumen, dan pers atau media. Nimco Indonesia memanfaatkan media sosial seperti Instagram @nimcoindonesia, Tiktok@nimco_online, Shopee @nimco official store, Tokopedia @nimco official store. Media tersebut kemudian dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan konsumen dalam memberikan informasi tentang

produk baru, perubahan tarif, atau diskon yang ditawarkan serta event yang sedang berlangsung yang juga bisa dikunjungi oleh masyarakat umum. Komunikasi dengan media atau pers dilakukan melalui *media gathering* lalu membicarakan tentang informasi untuk membuat berita atau artikel yang akan diposting media tersebut.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang diberikan dalam penelitian ini, diantaranya:

5.2.1 Saran Akademis

1. Saran bagi akademis agar lebih menggali lagi mengenai strategi komunikasi pada gaya kepemimpinan dan pola komunikasi eksternal dalam membangun merek dan mengembangkan bisnis perusahaan.
2. Saran bagi akademis lainnya yaitu lebih mempelajari mengenai gaya kepemimpinan dan pola komunikasi eksternal lainnya. Tidak hanya tentang kedua konsep tersebut, tapi akademis diharapkan lebih menggali tentang strategi lainnya dalam mengembangkan bisnis sebuah perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi Nimco Indonesia diharapkan dapat memperhatikan strategi komunikasi dalam gaya kepemimpinan dan pola komunikasi eksternal dengan baik agar lebih mengembangkan bisnis dan mereknya. Selain itu, diharapkan perusahaan dapat lebih memperkaya lagi inovasi dalam strategi komunikasi yang dilakukan, baik internal maupun eksternal.

2. Bagi para pelanggan atau konsumen dan masyarakat umum, lebih selektif dalam memilih merek sebuah bisnis dan menggunakan media sosial dengan baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam dan lebih banyak sumber atau referensi yang berkaitan dengan gaya kepemimpinan dan pola komunikasi eksternal dalam membangun merek dan mengembangkan bisnis. Selain itu, peneliti selanjutnya yang akan mengambil penelitian dengan tema sama diharapkan dapat memberikan inovasi yang baru terkait tema tersebut sehingga menciptakan kolaborasi yang bisa dikaji dengan ilmu komunikasi dengan lebih baik lagi.

