

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh SIG dalam kegiatan *rebranding* harus bisa menyampaikan informasi tersebut dalam semua bentuk komunikasi. Dari hasil pembahasan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Rebranding* yang dilakukan oleh SIG ini adanya perubahan – perubahan Strategi yang dilakukan diberbagai media dengan melakukan perubahan yang pertama yaitu posisi perusahaan pada benak masyarakat (*repositioning*) yang awalnya sebagai perusahaan produsen semen berubah menjadi perusahaan penyedia solusi bahan bangunan, kedua melakukan perubahan nama perusahaan (rename) dari PT Semen Indonesia (Persero) Tbk menjadi SIG, ketiga perubahan tagline dari “*Together We Build Better Future*” menjadi “*Go Beyond Next*”, ketiga perubahan pada visi dan misi perusahaan yang awalnya memiliki visi “Menjadi Perusahaan Persemenan Internasional yang terkemuka di Asia Tenggara” berubah jadi “Menjadi Perusahaan Penyedia Solusi Bahan Bangunan Terbesar di Regional”, kemudian yang ke-empat yaitu perubahan pada logo perusahaan (*redesign*) dengan yang awalnya SEMEN INDONESIA menjadi SIG.
2. *Rebranding* tersebut dikomunikasikan melalui media internal dan media eksternal perusahaan, adapun media internal yang digunakan diantaranya aplikasi SMILE, WA Group Corporate dan Email perusahaan. Adapun media

eksternal perusahaan seperti media sosial perusahaan, SIG juga melakukan kerjasama dengan rekan media massa dan media sosial eksternal perusahaan. Agar masyarakat mengetahui terkait informasi adanya rebranding yang dilakukan oleh SIG, dilakukannya kegiatan sosialisasi dan publikasi dengan mengundang media dalam bentuk *press conference*.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapat, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan referensi. Adapun saran yang penulis berikan sebagai berikut:

### **5.2.1. Saran Praktis**

1. SIG dapat memperluas *rebranding* dengan memaksimalkan media sosial, seperti menggunakan media sosial TikTok yang sedang hype, dengan memberikan konten – konten yang sedang trend dengan memasukkan unsur SIG dan juga menyertakan hastag, sehingga dapat menarik audiens lebih banyak lagi.
2. SIG juga dapat mengadakan kegiatan atau event yang banyak melibatkan masyarakat secara luas, hal tersebut dilakukan dapat mendekatkan perusahaan perusahaan dan masyarakat.

### **5.2.2 Saran Teoritis**

1. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian hal serupa mengenai strategi *rebranding* perusahaan sebaiknya memahami mengenai bagaimana teknik pengambilan data seperti observasi, wawancara serta teknik pemilihan

informan agar dapat menjawab pertanyaan penelitian yang diharapkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan melakukan pengembangan teori atau konsep agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baru. Pengembangan teori atau konsep yang dilakukan peneliti selanjutnya bertujuan mendapatkan perspektif yang lebih luas.