

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti mengenai “Strategi *Public Relations* Good News From Indonesia di Masa Pandemi COVID-19” peneliti menemukan terdapat strategi-strategi yang dilakukan oleh Good News From Indonesia di masa pandemi COVID-19. Pada masa pandemi, *public relations* Good News From Indonesia melakukan proses-proses didalamnya, sebagai berikut:

1. Pada tahapan *defining the problem*, *public relations* berperan sebagai peneliti. *Public relations* mencari info mengenai permasalahan-permasalahan yang terjadi terkait dengan menggali informasi terkait pada masa pandemi.
2. Pada tahapan *planning*, difokuskan pada kegiatan *online* dan diarahkan kepada program-program pemberian informasi, edukasi, dan mempererat *engagement* melalui media sosial. Informasi yang diberikan oleh Good News From Indonesia merupakan informasi yang memotivasi audiens.
3. Pada tahapan *action and communication* atau pelaksanaan program, melaksanakan program-program sesuai dengan rencana yang telah ditargetkan. Tahapan *action and communication* mencakup pada pemberian informasi, edukasi, dan mempererat *engagement*. Hal ini

dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* Good News From Indonesia di mata khalayak.

4. Pada tahapan *evaluation*, Good News From Indonesia meneruskan yang program-program yang baik dan menghilangkan program-program yang dianggap kurang efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan peneliti di atas, berikut beberapa saran dari segi akademis atau praktis :

1. Saran Akademis

Penelitian ini harapannya dapat memberikan kontribusi dari segi ide dan ilmu pengetahuan bagi peneliti-peneliti lainnya yang ingin meneliti di bidang yang sama, yaitu *public relations*. Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan strategi *public relations* dalam mempertahankan citra sebuah perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya, harapannya mampu untuk menganalisis hal lain dari pelaksanaan strateginya sehingga peneliti mendapatkan hasil dari implementasi strategi-strategi yang digunakan pada penelitian ini.

2. Saran Praktis

Beberapa saran dari peneliti yang ditujukan kepada Good News From Indonesia agar strategi *public relations* yang dijalankan semakin maksimal dalam mempertahankan citra perusahaan :

- Sebaiknya Good News From Indonesia lebih membuka kesempatan berkolaborasi lebih luas kepada perusahaan-perusahaan *startup* serupa. Dapat berbentuk webinar, *content collaboration*, dan *Instagram Live*.
- Adanya program-program baru selanjutnya yang bisa menarik perhatian lebih banyak audiens, seperti mengadakan program Good News From Indonesia ambassador, kompetisi *vlog* atau Tiktok.