

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Pada hasil dalam penelitian ini yang telah dideskripsikan pada bab sebelumnya mengenai analisis data dari permasalahan yang diajukan. Maka secara umum dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram @aksesmu.id dalam cita-cita sebagai media publikasi digital guna memperkuat citra perusahaan PT Sumber Trijaya Lestari. Dari pengelolaan media sosial instagram aksesmu.id menunjukkan bahwa pengelolaan memiliki perubahan dan pembaruan objektivitas pola yakni dengan menyesuaikan turunan konten dengan fokus kepada content pillar yakni konten yang memiliki goals followers dan melalui algoritma Instagram. Dari pembaruan ini ditemukan bahwa adanya kenaikan *Engagement* di Instagram @aksesmu.id melalui instagram analitik sehingga berpengaruh terhadap semakin menguatnya citra perusahaan. Adapun diperoleh dalam hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan juga data lainnya yang didapatkan dari Aksesmu dilakukan sesuai dengan indikator, yakni:

##### 1. *Share* (Berbagi)

PT Sumber Trijaya Lestari atau Aksesmu mengelola Instagram sebagai media digital dalam mempublikasikan berbagai informasi perusahaan dan aplikasi kepada para member dan audiens nya guna memperkuat citra perusahaan. Dalam dimensi *Share* ini, tiga hal yang ditekankan Luttrell memiliki poin-poin penting lainnya yakni connect dengan membentuk divisi Marketing Communication. Build trust dengan konsistensi mempublikasikan konten. Identity channel dengan mengklasifikasikan

jenis konten dan melakukan verifikasi konten sebelum di upload Hal ini membuktikan bahwa Instagram @aksesmu.id menjadi ruang dalam memperkuat citra perusahaan dengan terus mengolah pembaruan melalui strategi pengelolaan oleh divisi Marketing Communication.

## **2. *Optimize* (Pengoptimalan)**

Aksesmu mengelola akun Instagram sebagai media publikasi dan memperkuat citra perusahaan. Dalam dimensi *Optimize* ini Luttrell menekankan pada tiga hal penting yang mencakup poin didalamnya yakni Messaging atau pesan dapat tereduksi dengan menggunakan bahasa yang dapat dengan mudah dipahami. Brand dengan membuat konten yang bervariasi juga mempublikasikan berbagai kegiatan. Value atau nilai dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram. Citra perusahaan semakin terbentuk dan terbangun melalui bagaimana perusahaan dapat mengambil langkah pasti untuk membentuk sebuah perubahan baik dalam segi konten dan pesan yang disampaikan sebagai bentuk pengelolaan yang efektif.

## **3. *Manage* (Mengelola)**

Dalam mengelola Instagram @aksesmu.id, tim divisi Marketing Communication menyesuaikan pengelolaan dengan perkembangan analisa, sehingga dimensi ini juga berfokus kepada tahap monitoring. Sehingga dalam tahap ini yakni menggunakan Instagram analitik guna menganalisis perkembangan Instagram dan menentukan publikasi dari konten Instagram @aksesmu.id. Dengan menggunakan Instagram analitik ini, semakin mendalami bagaimana keakuratan interaksi yang dapat

mempengaruhi penguatan citra perusahaan kepada publik. Hasil dari performance antara akun Instagram @aksesmu.id dan audiens juga memiliki peningkatan yang dapat dilihat melalui Instagram analitik tersebut.

#### **4. Engage (Melibatkan)**

Pengelolaan media sosial Instagram sebagai media publikasi digital guna memperkuat citra perusahaan ini melibatkan pihak eksternal perusahaan, bertujuan sebagai upaya dalam menarik ketertarikan audiens. Namun daripada itu, tidak hanya pihak eksternal yang menjadi faktor utama pihak internal juga berkontribusi besar sebagai influencer pada dimensi ini. Yakni Aksesmu melibatkan seluruh tim divisi Marketing Communication diantaranya Manajer divisi, *Social Media Specialist*, Vidio Creative Content Creator: Vidiographer & Vidio Editor, dan *Graphic Designer*. Selain itu, para member dan audiens dapat menyampaikan berbagai keluhan dan pendapat melalui akun Instagram @aksesmu.id.

Kolaborasi bersama pihak eksternal dan internal perusahaan ini membuat para audiens dan member meningkat dibuktikan dengan antusiasme yang mengikuti berbagai kegiatan maupun event, sehingga dengan hal ini citra perusahaan semakin menguat karena strategi interaksi audiens dapat dikatakan cukup berhasil dengan pula event yang terus berjalan dan berkelanjutan.

## 5.2 SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan dari peneliti kepada pihak perusahaan yakni PT Sumber Trijaya Lestari atau Aksesmu dan penelitian selanjutnya. Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti yakni:

1. Untuk pihak perusahaan PT Sumber Trijaya Lestari (Aksesmu) dalam pengelolaan media sosial terkhusus pada Instagram @aksesmu.id untuk selalu memberikan informasi terbaru dan turut aktif dalam mencari formula terbaru agar Instagram @aksesmu.id dan media sosial Aksesmu lainnya dapat terus menaikan *Engagement*. Sehingga juga dapat memperkuat citra perusahaan kepada publik dan member OBA (Outlet Binaan Aksesmu).
2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti harapkan dapat mencari sumber data lainnya dari beberapa sumber dan melalui perusahaan secara langsung, sehingga dapat melihat bagaimana pengelolaan dari Instagram Aksesmu guna mendorong keterbukaan informasi kepada publik.