

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *Cyber Public Relations* yang diterapkan oleh Pemuda Peduli Yogyakarta melalui akun Instagram @pemudapeduli.djogja sangat efektif dalam membangun citra positif organisasi. Strategi ini didasarkan pada tiga pilar utama teori Bob J. Onggo: relasi, reputasi, dan relevansi. Dalam aspek relasi, organisasi berhasil menjalin hubungan kuat dengan berbagai stakeholder eksternal melalui kolaborasi nyata dan komunikasi emosional, serta membangun kedekatan dengan pengikut Instagram melalui interaksi responsif dan personal.

Sementara itu, reputasi positif dibangun melalui konten yang aktual, transparan, dan edukatif, didukung oleh testimoni positif dari para relawan dan penanganan isu negatif yang profesional. Relevansi pesan dijaga dengan adaptasi terhadap tren digital, pemahaman mendalam tentang target audiens, dan evaluasi konten berbasis data. Keseluruhan pendekatan ini menegaskan Instagram sebagai alat komunikasi yang tidak hanya meningkatkan interaksi dan kepercayaan publik, tetapi juga memperkuat citra Pemuda Peduli Yogyakarta sebagai organisasi yang adaptif, kredibel, dan berdampak positif di ruang digital maupun di tengah masyarakat.

5.2 SARAN

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, Pemuda Peduli Yogyakarta disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi *Cyber Public Relations* mereka di Instagram. Organisasi dapat meningkatkan kualitas dan variasi konten, serta memperluas jangkauan relasi dengan menjajaki kolaborasi bersama influencer yang memiliki nilai-nilai sejalan, sehingga dapat memperkenalkan Pemuda Peduli kepada khalayak yang lebih luas dan beragam.

Selain itu, penting bagi praktisi humas atau PR untuk lebih aktif dalam interaksi langsung dengan audiens di Instagram, tidak hanya untuk promosi tetapi juga dalam merespons dan mengelola isu. Pengembangan berkelanjutan bagi tim media sosial dan PR dalam memahami dinamika komunikasi digital terkini akan semakin memperkuat posisi organisasi dalam membangun dan mempertahankan citra positif di era digital. Tidak ada hambatan yang signifikan bagi mereka dalam membangun citra melalui Instagram, hanya saja terkadang lupa untuk merepost story dari kolaborator maupun audiens yang mention.