

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mengenai Aktivitas *Public Relations* PT. Nestle Indonesia dalam *Hybrid Event* pada Program Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021 dimasa pandemi, maka peneliti dapat memperoleh kesimpulan mengenai penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Aktivitas *Public Relations* di PT Nestle Indonesia yang pertama adalah riset. Melakukan riset sebelum membuat acara penting dilakukan. Dengan data riset melalui media maka tim *Public Relations* akan mampu memprediksi dan membuat perencanaan yang matang untuk membuat sebuah program perusahaan agar diminati masyarakat dan mendapatkan respon yang baik dari khalayak. Data riset dapat juga digunakan sebagai pembanding ketika akan dilakukan evaluasi, terlebih acara atau *event* dilaksanakan dengan situasi pandemic, tentu acara yang diselenggarakan memerlukan perhatian lebih, dan strategi yang berbeda, agar acara tetap berjalan, namun tetap memperhatikan protokol Kesehatan yang masih diterapkan pemerintah.
2. Aktivitas *Public Relations* di PT Nestle Indonesia yang kedua adalah Perencanaan. Perencanaan yang baik didalam sebuah program menjadi satu keharusan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Hal ini juga dilakukan oleh PT Nestle Indonesia dalam menjalankan Program *Hybrid Event* pada Program

Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021 dimasa pandemi. Tim *Public Relations* melakukan perencanaan yang matang mulai dari konsep acara, pengisi acara di masa pandemi, timeline, sampai dengan pengumuman pemenang kompetisi foto serta publisitas acara melalui media media partner. Hal ini dilakukan dengan terstruktur dan dijalani sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga *Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021* dapat di gelar dengan sukses dan memberikan value kepada perusahaan.

3. Aktivitas *Public Relations* di PT. Nestle Indonesia yang ketiga adalah komunikasi & *action*. Komunikasi yang efektif serta *action* yang tepat sasaran menjadi aktivitas *Public Relations* yang harus dilakukan dalam menyelenggarakan sebuah program kerja. Seperti yang telah dilakukan oleh tim *Public Relations* PT. Nestle Indonesia. dalam menyelenggarakan program *Hybrid Event* pada Program Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021 dimasa pandemi. Mereka terus berupaya menjalin kerjasama yang baik kepada semua kalangan yang terlibat walaupun terkadang sering ditemukan kendala kendala dalam pelaksanaannya. Hal ini dapat dijadikan bahan evaluasi di kemudian hari untuk lebih meningkatkan kualitas program yang akan datang.
4. Aktivitas *Public Relations* di PT. Nestle Indonesia yang keempat adalah evaluasi. Dalam aktivitas ini tim sudah melakukan evaluasi program dengan baik dengan menggunakan data observasi langsung, hanya saja sebaiknya dapat menggunakan data survey kepuasan untuk lebih mendapatkan data yang akurat dari harapan dan saran yang diberikan peserta maupun pihak yang terlibat

didalamnya. Namun dari segi target *launching products, event* yang diselenggarakan ini di nilai bedampak kepada pengenalan konsumen terhadap produk baru nescafe ala café ini, karena bila dilihat dari data penjualan, terlihat pertubuhan dari penjualan setelah *event* ini di selenggarakan.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini Peneliti memberikan saran, masukan atau pertimbangan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Disarankan kepada peneliti berikutnya agar melakukan penelitian menggunakan pendekatan metode kuantitatif untuk mengukur efektivitas aktivitas *Public Relations*.
2. Disarankan penelitian ini menjadi acuan bagi peneliti yang akan datang dalam menentukan topik penelitian yang lebih spesifik kepada unsur salah satu aktivitas *Public Relations* seperti *media relations, customer relations* dan *marketing communications*.

5.2.2 Saran Praktisi

1. PT. Nestle Indonesia dapat memperluas informasi program *Hybrid Event* pada Program Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021 selanjutnya melalui media partner lain untuk memperbanyak penonton streaming. Selain itu konsep acara yang dibuat bisa dikembangkan lagi dengan hal hal menarik sehingga dapat mengundang ketertarikan

masyarakat untuk mengikutinya. Seperti menambah kegiatan social, kegiatan keluarga secara virtual, dan kegiatan kompetisi lainnya yang dapat melibatkan keluarga di dalam masyarakat. Hal ini penting ditengah tingkat kebosanan dirumah pada saat pandemi Covid-19 yang masih melanda.

2. PT. Nestle Indonesia dapat menggunakan data survey kepuasan untuk dijadikan bahan evaluasi program *Hybrid Event* pada Program Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021 selanjutnya. Data survey tersebut dapat menggambarkan harapan harapan yang muncul dari peserta maupun pihak pihak yang terlibat didalamnya sehingga nantinya akan ada perbaikan di pagelaran selanjutnya.

