

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan, strategi-strategi yang diterapkan oleh @OfficialFastron dalam pengelolaan akun Instagramnya telah berhasil meningkatkan citra perusahaan. Strategi *Public Relation* sangat berkaitan erat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap akun *Instagram* @OfficialFastron. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. Konten yang dibuat oleh akun Instagram @Officialfastron sudah cukup berkualitas
2. Akun *Instagram* @Officialfastron membangun ketertarikan dengan *followers* dengan cara membangun komunikasi dan kedekatan dengan mereka. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan memberi panggilan khusus untuk *followers*, yaitu *fastlovers*.
3. Akun *Instagram* @Officialfastron memang membagikan konten inspiratif namun dalam frekuensi yang jarang.
4. Akun *Instagram* @Officialfastron jarang membagikan *link* yang menarik
5. Akun *Instagram* @Officialfastron sering memanfaatkan tombol pada laman situs organisasi dengan memanfaatkan fitur *story*, video, foto, *reels* pada akun instagramnya.
6. Akun *Instagram* @Officialfastron sering melontarkan pertanyaan terbuka kepada *followers* dengan membagikan konten teka-teki dan kuis.
7. Postingan gambar atau video yang dipilih oleh @Officialfastron sangat menarik bagi *followers*
8. Instagram @Officialfastron sering memperbaharui *posting-an* pada laman media sosial instagramnya secara teratur setiap harinya.

Dengan menyediakan konten berkualitas, seperti informasi yang mendidik dan visual yang menarik, Fastron mampu menarik perhatian dan mempertahankan pengikutnya. Melalui interaksi aktif dengan *followers*, termasuk memberikan

tanggapan yang cepat dan baik, serta melontarkan pertanyaan terbuka, Fastron berhasil membangun kedekatan dan keterlibatan yang positif.

Selain itu, dengan menyajikan kisah inspiratif dan menyajikan informasi produk terbaru, Fastron memberikan nilai tambah kepada pengikutnya. Meskipun masih perlu perbaikan dalam frekuensi konten inspiratif dan pembagian *link* yang menarik, strategi ini telah membantu meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengikut. Penambahan elemen seperti perbarui laman media sosial secara teratur dan berbagi berita dan acara terkait juga memberikan variasi dan *up-to-date* informasi kepada pengikut.

Melalui keseluruhan strategi ini, @OfficialFastron berhasil membangun citra perusahaan yang kuat dan profesional. Pengelolaan yang baik terhadap media sosial, konsistensi dalam memperbarui konten, serta komunikasi yang aktif dengan pengikutnya mencerminkan dedikasi perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada pengikutnya. Dalam menghadapi tantangan dan umpan balik dari pengikut, Fastron juga memperlihatkan kesediaan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan, menunjukkan komitmen dalam menjaga dan meningkatkan citra perusahaan.

Dengan cara ini, @OfficialFastron telah berhasil membangun citra perusahaan yang positif melalui *Instagram*. Penggunaan strategi-strategi yang efektif dalam pengelolaan media sosial ini menjadi bukti keseriusan Fastron dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengikut, serta mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan dan mitra bisnis.

5.2 Saran

Saran untuk PT Pertamina Lubricants (Fastron):

1. Meningkatkan frekuensi konten inspiratif yang dibagikan kepada pengikut.
2. Lebih aktif dalam membagikan link yang menarik terkait industri minyak dan pelumas.
3. Terus memperbarui laman media sosial secara teratur dengan informasi terkini.
4. Membangun kerjasama yang lebih erat dengan mitra dan pelanggan dalam membagikan konten atau mengadakan acara bersama.

Saran untuk mahasiswa selanjutnya:

1. Menggunakan penelitian ini sebagai sumber inspirasi dan referensi dalam melakukan penelitian tentang pengelolaan media sosial perusahaan.

2. Menyelidiki lebih lanjut mengenai aspek-aspek strategi *Public Relation* dan pengelolaan media sosial yang *relevan* untuk pengembangan karier di bidang komunikasi perusahaan atau pemasaran digital.
3. Melakukan penelitian dan eksperimen lebih lanjut untuk menggali potensi penggunaan media sosial dalam membangun citra perusahaan yang lebih kuat dan meningkatkan interaksi dengan pengikut.

Dengan menerapkan saran-saran ini, PT Pertamina Lubricants (Fastron) dapat terus meningkatkan kualitas dan efektivitas strategi pengelolaan media sosialnya, sementara pihak universitas dan mahasiswa dapat berkontribusi dalam pengembangan pengetahuan dan praktek terkait pengelolaan media sosial dan strategi *Public Relation*.