

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian mengenai Implementasi *Marketing Public Relations* di PT Kapitol Era mas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

A. Publications

Publications Marketing Public Relations di PT Kapitol Era Mas, inovasi yang dipake saat proses *publications* yang berjalan lebih dengan mengembangkan secara *online* seperti aktif dalam pembuatan *reels* di Instagram, Upload Story Instagram, Post Feeds Instagram, Official Website, bekerja sama dengan brand lain dan *Influencer* hingga aktif. Dengan melakukan proses *publications* secara *online* untuk menyesuaikan dengan target konsumen yang ada, Kegiatan *event* PT Kapitol Era Mas yang bertujuan memperkenalkan produk dan berkolaborasi dengan brand lain, mengerjakan *event* besar maupun *event* harian, Media Identitas PT Kapitol Era Mas sangat melekat dengan masyarakat yang terdapat di logo, Berita dalam PT Kapitol Era Mas memberikan informasi yang lengkap dengan struktur 5W+1H dan juga memberikan manfaat bagi para pembaca, berita yang disampaikan beragam terdapat dalam *press release*, poster lowongan internship, berita promo dan lainnya, Pidato yang ditulis bertujuan untuk membangun nilai positif perusahaan dan kredibilitas perusahaan..

B. Event

Kegiatan *event* PT Kapitol Era Mas yang bertujuan memperkenalkan produk dan berkolaborasi dengan brand lain, mengerjakan *event* besar maupun *event* harian seperti *campaign promo* yang terdapat dalam *social media* hingga event besar new product launch sehingga masyarakat lebih mengetahui dan mengenal produk-produk yang ada dan tentunya untuk mempengaruhi opini publik,

C. Identity Media

Media Identitas PT Kapitol Era Mas sangat melekat dengan masyarakat yang terdapat di logo, pemilihan warna dan nama brand dan berani menampilkan sesuatu yang beda serta unik sehingga banyak orang akan menyukai produk mereka.

D. News

Berita dalam PT Kapitol Era Mas memberikan informasi yang lengkap dengan struktur 5W+1H dan juga memberikan manfaat bagi para pembaca, berita yang disampaikan beragam terdapat dalam *press release*, poster lowongan internship, berita promo dan lainnya yang tentu berkaitan dengan pihak ketiga maupun media. Proses berita berlangsung adalah ingin membuat nama perusahaan naik yang dilengkapi dengan pemberitaan yang positif, menarik perhatian konsumen dengan berita yang ditampilkan dan ingin memperkenalkan produk yang ada kepada masyarakat.

E. Speech

Pidato yang ditulis bertujuan untuk membangun nilai positif perusahaan dan kredibilitas perusahaan. Kegiatan tersebut terbukti dapat menaikkan promosi yang ada dan juga mengundang media partner untuk dapat melakukan pemberitaan positif yang akan ditampilkan di social media.

F. Public Service Activities

PT Kapitol Era Mas ketika melakukan kegiatan sosial yang dimana maksud dan tujuan juga berbincang dengan masyarakat supaya lebih dekat lagi dan mempunyai banyak konsumen yang loyal.

G. Sponsorship

Pada proses *sponsorship* untuk kedua belah pihak akan saling menguntungkan karena terdapat *feedback positif* timbal balik untuk keduanya. Jika PT Kapitol Era Mas di sponsori oleh produk lain maka tidak hanya nama produk dari PT Kapitol Era Mas yang naik, tetapi produk yang memberikan *sponsor* juga akan naik karena adanya *followers* aktif pada *social media* di setiap brand PT Kapitol Era Mas. Konsumen PT Kapitol Era Mas tentunya mengikuti semua postingan yang ditampilkan oleh

perusahaan seperti aktif *likes* dan *comment* postingan, aktif mengikuti *giveaway* dan lainnya. Dengan hal seperti itu nilai merek dari brand semakin bertambah.

H. Press Relations

Meningkatkan promosi yang ada sehingga dapat mengiring pengunjug ke toko, untuk mendapatkan liputan yang positif dari media massa dan mendapatkan bintang terbaik dari masyarakat atas prestasi yang telah diraih tertulis dalam *Press Relations*.

I. Product and Brand Publicity

Public Relations telah berperan dalam membangun dan memelihara kesukaan terhadap proses berjalannya *product & brand publicity*, tidak hanya itu *Public Relations* juga memegang kesetiaan pelanggan dengan menjalin relationship yang focus pada pengembangan proses kreatif pesan produk dan penempatannya di media.

1.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan terkait dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Sebagai rekomendasi, disarankan agar dalam proses *publication* dimedia mengenai informasi yang di post bisa lebih terstruktur lagi dan menyesuaikan dengan tema yang ada supaya terlihat rapih, tidak lupa mengingatkan untuk selalu pengecekan dua kali pada saat ingin menghubungi media partner dan juga *influencer* supaya tidak ada *miss communication*.