

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil wawancara dengan key informan (narasumber kunci) dan informan (narasumber) disertai dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan diperoleh hasil penelitian bahwa:

1. Relasi yang didapat dari *cyber public relations* Herman Suherman dalam kampanye politik bupati Cianjur 2020 dalam cakupan aspek *historic, trustworthy dan capability* adalah relasi terkait dengan media, stake holder maupun konstituennya selama sebelum dan selama masa kampanye bahkan setelah terpilih sebagai bupati. Relasi yang terbina baik dan terbentuk sebelum masa kampanye hanya perlu dilakukan fungsi mitigasi untuk menjaga popularitas dan elektabilitas kandidat selama masa kampanye hingga terpilih sebagai bupati Cianjur.
  
2. Reputasi yang didapat dari *cyber public relations* Herman Suherman dalam kampanye politik bupati Cianjur 2020 dalam cakupan aspek *historic, trustworthy dan capability* adalah reputasi sebagai wakil bupati dan bupati plt sebelumnya. Reputasi sebagai hasil dari *cyber publik relations* Herman Suherman sudah mulai digunakan sebagai pembentukan brand image ketika masih sebelum masa kampanye hingga kampanye berlangsung dalam berbagai aspek yang mencakup *trustworthy, competency* dan *historic* baik di situs resmi kabupaten Cianjur maupun akun sosial media Instagram. Reputasi yang baik dan terbentuk

sebelum masa kampanye terutama berhubungan dengan sejarahnya (historis) dan (kompetensinya) hanya perlu dilakukan fungsi mitigasi untuk menjaga popularitas dan elektabilitas kandidat selama masa kampanye hingga terpilih sebagai bupati Cianjur.

3. Relevansi yang didapat dari *cyber public relations* Herman Suherman dalam kampanye politik bupati Cianjur 2020 dalam aspek *trustworthy dan capability* adalah Relevansi *cyber publik relations* Herman Suherman sudah mulai digunakan sebagai pembentukan brand image ketika masih sebelum masa kampanye hingga kampanye berlangsung dalam berbagai aspek yang mencakup *trustworthy, competency* dan *historic* baik di situs resmi kabupaten Cianjur maupun akun sosial media Instagram.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah didapatkan dan dipaparkan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan oleh peneliti kepada tim *cyber public relations* bapak H Herman Suherman :

1. Pengaplikasian konsep *cyber publik relations* dalam konteks kampanye politik masa pra atau selama kampanye berlangsung agar lebih terbina dengan baikterlebih pada era digital dimana keberadaan unsur terkait untuk mensosialisasikan program terkait visi misi dan kebijakan selayaknya dapat berjalan dalam koridor yang benar. Upaya ini agar tetap dipertahankan selain

terus menumbuhkembangkan dan mengasah keterampilan praktisi – praktisi publik relations di dalamnya khususnya Cyber PR yang menggunakan media baru berbasis teknologi digital yang terus berinovasi ke masa depan.

2. Dalam upaya memperoleh hasil berkesinambungan yang sesuai dengan visi misi agar dapat dikawal dengan memberikan dukungan lebih baik lagi dan cakap sehingga pemimpin terpilih dapat menjalankan tugasnya dengan lebih baik lagi untuk memakmurkan masyarakat kabupaten Cianjur sesuai dengan tagline sesuai janji kampanye politik melalui media baik itu media mainstream ataupun media baru seperti media sosial, internet dan turunannya.