

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Peneliti telah menjawab pertanyaan dari rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini, yaitu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Hutama Karya (Persero) dalam mempertahankan citra perusahaan. Strategi yang dijalankan oleh Hutama Karya sudah cukup bagus dan tetap konsisten dalam rencana yang telah ditetapkan. Dalam strategi komunikasi *public relations*, Hutama Karya melakukan perencanaan yang matang terlebih dahulu dengan menganalisis data segmentasi demografi pada media massa, lalu memilih beberapa pilihan tema konten untuk dipublish dengan memperhatikan dampak akibat adanya konten tersebut. Selain itu, *corporate communication* juga selalu menerapkan 5W1H pada konten – konten yang diunggah pada media sosial agar memudahkan followernya membaca informasi, dengan itu *followers* akan merasa puas dengan informasi yang diberikan melalui konten yang disajikan. Lalu setelah dilakukannya komunikasi, *corporate communication* mengevaluasi kegiatan tersebut sebagai menjadi masukan atau bahan pertimbangan untuk konten yang selanjutnya.

Hutama Karya juga memanfaatkan media massa sebagai wadah penyampaian informasi dari perusahaan ke masyarakat. Media massa yang digunakan Hutama Karya adalah Instagram, TikTok, Youtube, Whatsapp, Twitter dan Spotify. Corporate communication PT Hutama Karya (Persero) memiliki strategi dengan menyesuaikan gaya komunikasi tiap platform digital tersebut sehingga publik dapat memahami informasi yang diberikan dengan mudah. Dengan itu fungsi *public relations* terkait memiliki hubungan harmonis dengan publiknya dikatakan berhasil. Dampak dari strategi komunikasi yang dilakukan itu adalah menghasilkan citra yang positif di

mata publik. Publik lebih mempercayai akun – akun resmi perusahaan daripada berita – berita di luaran karena publik tertarik dengan konsep media sosial yang dilakukan oleh Utama Karya.

5.2. Saran-saran

5.2.1. Saran Teoritis

1. Untuk penelitian selanjutnya terkait strategi komunikasi public relations Utama Karya dalam mempertahankan citra perusahaan dapat diteliti dengan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui citra Utama Karya di mata publik atau stakeholders.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam terkait strategi komunikasi untuk mempertahankan citra.

5.2.2. Saran Praktis

1. PT Utama Karya (Persero) bisa membangun citra perusahaan melalui strategi komunikasi dengan memperkuat content pillar pada unggahan di media sosial Utama Karya.
2. PT Utama Karya (Persero) memaksimalkan penggunaan platform media sosial untuk membangun kredibilitas di mata stakeholders.

Sebelum menyajikan konten di media massa sebaiknya melakukan riset yang dalam terlebih dahulu untuk konten baru, seperti daily post yang menjadi salah satu cara dengan menyiapkan master narration yang dijabarkan menjadi beberapa konten tematik.