

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran humas dalam komunitas *La Grande Indonesia* memiliki dampak yang signifikan dalam membangun citra positif komunitas supporter. Kampanye *#NoAtributLokal* yang digagas oleh humas menjadi strategi utama dalam memperbaiki reputasi komunitas, sesuai dengan teori Pemulihan Citra dari William Benoit yang menekankan pentingnya strategi komunikasi dalam menangani krisis dan membangun kembali citra organisasi.

Strategi yang diterapkan oleh humas mencakup penyampaian informasi yang jelas kepada anggota komunitas, edukasi tentang pentingnya menjaga identitas nasional saat mendukung timnas, serta koordinasi dengan koordinator lapangan untuk memastikan aturan diterapkan dengan baik. Keberhasilan kampanye ini terlihat dari meningkatnya kesadaran supporter tentang pentingnya menghindari penggunaan atribut klub lokal dalam mendukung timnas, yang membantu menciptakan suasana yang lebih kondusif dan meminimalisir potensi konflik akibat rivalitas antar klub.

Meskipun strategi komunikasi humas terbukti efektif melalui berbagai media seperti media sosial, flyer, dan himbauan langsung sebelum pertandingan, penelitian ini juga mengungkap adanya tantangan, terutama dalam penyampaian informasi yang masih kurang jelas bagi sebagian supporter. Oleh karena itu, diperlukan penyempurnaan strategi komunikasi agar informasi lebih mudah dipahami oleh seluruh anggota komunitas.

Selain strategi komunikasi, inovasi seperti pembuatan koreografi tribun juga membantu memperkuat citra komunitas *La Grande Indonesia* sebagai kelompok supporter yang kreatif dan solid. Hal ini memberikan dampak positif, meningkatkan

apresiasi publik terhadap komunitas, serta memperluas pengaruh *La Grande Indonesia* di berbagai daerah.

5.2 Saran

Disarankan agar humas meningkatkan keterbukaan terhadap kritik dan saran, serta terus mengembangkan metode komunikasi yang lebih efektif, termasuk melalui media sosial dan forum diskusi dengan supporter. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas *La Grande Indonesia* telah berjalan dengan baik, sejalan dengan teori Pemulihan Citra Benoit. Keberhasilan kampanye ini tidak hanya berdampak pada komunitas *La Grande Indonesia*, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi ekosistem supporter sepak bola nasional, memperkuat posisi komunitas sebagai kelompok supporter yang profesional dan dihormati.

A. Saran Teoritis

Pada saran teoritis peneliti berharap penelitian kali ini dapat menjadi referensi tambahan untuk penelitian yang lebih dan lebih mengembangkan kajian dalam membangun citra komunitas melalui media sosial dan secara langsung, paling khusus untuk komunitas supporter sepakbola. Pada penelitian berikutnya lebih disarankan memilih teori yang sesuai dengan judul yang ingin diteliti dan relevan sama penelitian yang akan diteliti. Berharap dimasa mendatang penelitian dapat memperluas informasi dan bisa menganalisis lebih lagi

B. Saran Praktis

Untuk meningkatkan peran humas dalam memperkuat citra komunitas *La Grande Indonesia* melalui kampanye #NoAtributLokal, beberapa upaya yang dapat dilakukan meliputi:

1. Meningkatkan Kualitas Konten Media Sosial

Humas *La Grande Indonesia* perlu memperbaiki kualitas dan konsistensi unggahan di berbagai platform digital untuk memastikan pesan kampanye #NoAtributLokal menarik dan mudah dipahami.

2. Memperluas Jangkauan Kampanye

Selain menggunakan Instagram, humas dapat memanfaatkan platform lain seperti Twitter, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau lebih banyak supporter dan masyarakat.

3. Meningkatkan Keterlibatan dengan Supporter

Humas harus lebih aktif berinteraksi dengan anggota komunitas melalui sesi tanya jawab, polling, dan diskusi daring untuk meningkatkan partisipasi dan pemahaman mengenai kampanye.

4. Melakukan Sosialisasi Langsung di Stadion

Kampanye dapat diperkuat dengan edukasi langsung di stadion melalui spanduk, selebaran, atau pengumuman sebelum pertandingan berlangsung.

5. Menjalinkan Kolaborasi dengan Pihak Eksternal

Bekerja sama dengan komunitas supporter lain, media olahraga, atau federasi sepak bola dapat membantu mempercepat penyebaran dan penerimaan pesan kampanye.

6. Melakukan Evaluasi dan Penyempurnaan Strategi

Humas perlu secara berkala meninjau efektivitas kampanye serta menyesuaikan strategi komunikasi untuk memastikan hasil yang dicapai lebih optimal.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, diharapkan citra positif *La Grande Indonesia* semakin meningkat, serta kampanye *#NoAtributLokal* dapat berjalan dengan lebih efektif dan berkelanjutan.