

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

- a) Pengelolaan akun Instagram @rapspointid dijalankan secara terstruktur melalui koordinasi antara manajemen dan admin sebagai pelaksana teknis. Proses pengelolaan dimulai dari perencanaan konten yang diarahkan oleh tim manajemen, kemudian diterjemahkan oleh admin dalam bentuk konten promosi, edukasi game, hiburan, serta testimoni pelanggan. Gaya komunikasi yang digunakan cenderung santai namun tetap menjaga profesionalitas untuk menyesuaikan karakter audiens yang didominasi oleh kalangan remaja dan komunitas gamer. Selain itu, responsivitas admin melalui pesan langsung menjadi faktor penting dalam membangun interaksi dan kepercayaan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang menghubungkan perusahaan dengan audiens secara langsung.
- b) Identitas merek digital PT RAPS Maju Bersama dibangun melalui integrasi antara nilai internal perusahaan, elemen visual, serta praktik komunikasi yang ditampilkan pada akun Instagram @rapspointid. Identitas merek diarahkan pada karakter sebagai penyedia layanan jual beli akun game yang aman, terpercaya, profesional, dan responsif. Representasi identitas tersebut terlihat melalui penggunaan logo, konsistensi desain konten, gaya bahasa yang komunikatif, serta pelayanan yang cepat terhadap pelanggan. Identitas merek juga dipengaruhi oleh nilai budaya internal perusahaan seperti profesionalisme, tanggung jawab, dan konsistensi komunikasi. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi pesan identitas pada seluruh konten masih memiliki ruang untuk diperkuat agar ciri khas merek lebih mudah dikenali oleh audiens.

- c) Citra merek PT RAPS Maju Bersama terbentuk melalui interpretasi audiens terhadap identitas merek yang direpresentasikan di Instagram serta pengalaman komunikasi yang mereka alami. Pelanggan yang telah melakukan transaksi cenderung membangun citra merek yang lebih kuat dan positif karena didukung oleh pengalaman langsung, seperti kesesuaian informasi layanan, kecepatan respons admin, serta keberhasilan transaksi. Sementara itu, audiens yang belum melakukan transaksi membangun citra merek berdasarkan pengamatan terhadap tampilan visual, jenis konten, serta pola komunikasi yang ditampilkan pada akun Instagram. Secara umum, citra merek PT RAPS Maju Bersama dipersepsikan sebagai layanan yang cukup terpercaya, profesional, dan responsif. Namun demikian, citra tersebut masih bersifat dinamis dan dapat diperkuat melalui peningkatan konsistensi pesan identitas serta pengelolaan komunikasi digital yang lebih terarah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, baik secara praktis maupun akademis.

- a) Saran untuk PT RAPS MAJU BERSAMA

Untuk PT RAPS MAJU BERSAMA, disarankan agar perusahaan terus memperkuat konsistensi identitas merek digital melalui akun Instagram @rapspointid, baik dari segi tampilan visual, gaya komunikasi, maupun pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Konsistensi identitas merek menjadi faktor penting dalam membangun pengenalan dan kepercayaan publik, karena audiens cenderung lebih mudah mengingat serta menilai profesionalitas suatu merek dari keseragaman visual, pemilihan warna, penggunaan logo, serta pola penyampaian pesan yang ditampilkan secara berulang. Identitas yang ditampilkan secara konsisten juga membantu perusahaan membangun positioning yang jelas di

tengah persaingan industri digital yang semakin ketat, sehingga merek dapat lebih mudah dibedakan dari kompetitor yang menawarkan layanan serupa. Oleh karena itu, pengelolaan konten Instagram perlu dilakukan secara terencana dengan memperhatikan keselarasan antara desain visual, bahasa komunikasi, serta nilai merek yang ingin ditanamkan kepada audiens agar citra profesional dan terpercaya dapat terbentuk secara berkelanjutan.

Selain menjaga konsistensi identitas, perusahaan juga perlu meningkatkan strategi perlindungan reputasi digital, terutama dalam menghadapi keberadaan akun kloning atau akun yang menyerupai identitas merek. Keberadaan akun serupa dapat menimbulkan kebingungan di kalangan audiens serta berpotensi merugikan perusahaan apabila terjadi penyalahgunaan nama atau simbol merek. Oleh karena itu, langkah-langkah preventif perlu dilakukan, seperti memberikan edukasi kepada audiens mengenai akun resmi, menampilkan tanda autentik seperti logo, watermark, atau ciri khas visual yang konsisten, serta menyampaikan informasi secara berkala mengenai kanal komunikasi resmi perusahaan. Selain itu, penguatan sistem keamanan komunikasi, termasuk konfirmasi transaksi melalui prosedur yang jelas, juga penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Upaya perlindungan reputasi digital ini tidak hanya berfungsi untuk menghindari kesalahpahaman, tetapi juga untuk mempertahankan kredibilitas merek dalam jangka panjang.

Perusahaan juga disarankan untuk lebih mengoptimalkan komunikasi interaktif di ruang publik Instagram, khususnya melalui kolom komentar, direct message, dan fitur interaktif lainnya seperti story dan live. Respons yang cepat, ramah, dan konsisten terhadap pertanyaan maupun tanggapan audiens dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta menciptakan hubungan yang lebih dekat antara merek dan pelanggan. Interaksi yang aktif menunjukkan bahwa perusahaan hadir secara terbuka dan responsif terhadap kebutuhan audiens, sehingga dapat memperkuat kesan bahwa Rapspoint merupakan platform yang profesional, terpercaya, dan berorientasi pada pelayanan. Selain itu, komunikasi yang interaktif juga dapat menjadi sarana untuk membangun komunitas pengguna yang loyal, karena audiens

merasa dihargai dan diperhatikan dalam setiap proses komunikasi yang berlangsung.

Lebih lanjut, PT RAPS MAJU BERSAMA juga disarankan untuk terus melakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi digital yang telah dijalankan, baik dari segi efektivitas konten, tingkat keterlibatan audiens, maupun kesesuaian antara identitas merek yang ingin dibangun dengan citra yang terbentuk di kalangan pengguna. Evaluasi secara berkala dapat membantu perusahaan memahami respon audiens terhadap setiap bentuk komunikasi yang dilakukan, sehingga strategi yang digunakan dapat disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan dan perilaku pengguna media sosial. Dengan pengelolaan identitas merek yang konsisten, perlindungan reputasi digital yang kuat, serta komunikasi yang interaktif dan responsif, PT RAPS MAJU BERSAMA diharapkan mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan sekaligus memperkuat citra sebagai platform digital yang aman, profesional, dan terpercaya di ruang media sosial.

b) Saran untuk peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar penelitian berikutnya dapat mengembangkan kajian mengenai citra dan identitas merek digital dengan cakupan objek yang lebih luas dan variatif. Penelitian tidak hanya dapat difokuskan pada satu akun media sosial, tetapi juga dapat diperluas pada berbagai platform digital lain seperti TikTok, YouTube, atau marketplace yang juga memiliki peran penting dalam membangun persepsi merek di ruang digital. Selain itu, objek penelitian dapat dikembangkan pada perusahaan digital lain yang bergerak di bidang serupa, khususnya dalam industri game, layanan digital, maupun bisnis berbasis komunitas daring, sehingga hasil penelitian dapat memberikan perbandingan yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi digital yang digunakan dalam membangun citra dan identitas merek.

Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan pendekatan metodologi yang lebih beragam, seperti metode kuantitatif atau mixed methods, agar dapat memperoleh hasil yang lebih luas dan terukur. Pendekatan kuantitatif dapat

digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh komunikasi digital terhadap citra merek, loyalitas pelanggan, kepercayaan konsumen, serta keputusan pembelian. Sementara itu, penggunaan mixed methods dapat menggabungkan kelebihan pendekatan kualitatif dan kuantitatif sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam sekaligus didukung oleh data yang bersifat statistik. Dengan metode yang lebih bervariasi, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga dapat menjelaskan hubungan antar variabel secara lebih sistematis.

Selain itu, penelitian berikutnya dapat lebih menekankan pada sudut pandang audiens sebagai pihak yang secara langsung membentuk citra merek di media sosial. Kajian yang berfokus pada pengalaman pengguna, tingkat kepercayaan, persepsi terhadap keamanan transaksi, serta alasan audiens memilih suatu merek dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana citra merek terbentuk di ruang digital. Pendekatan ini penting karena dalam komunikasi bermediasi teknologi, audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang turut memengaruhi makna dan reputasi merek melalui interaksi, komentar, serta penyebaran informasi di media sosial.

Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji secara lebih mendalam mengenai strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan reputasi digital di era media sosial yang semakin terbuka dan kompetitif. Topik seperti penanganan akun kloning, manajemen krisis digital, strategi menjaga kepercayaan pelanggan, serta upaya mempertahankan konsistensi identitas merek di tengah persaingan yang tinggi menjadi hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dengan adanya penelitian lanjutan yang lebih beragam dari segi objek, metode, maupun sudut pandang, diharapkan kajian mengenai citra dan identitas merek digital dapat berkembang secara lebih komprehensif serta memberikan kontribusi yang lebih luas bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran digital dan branding di media sosial.