

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana aktivitas Public Relations digital melalui akun Instagram @mustikaratuind berperan dalam memperkuat brand awareness PT Mustika Ratu Tbk. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dengan informan internal dan eksternal, serta analisis konten Instagram perusahaan, dapat disimpulkan bahwa Instagram telah dimanfaatkan oleh Mustika Ratu sebagai kanal Public Relations strategis yang mendukung komunikasi korporat di era digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas Public Relations digital yang dijalankan PT Mustika Ratu Tbk tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi lebih diarahkan pada pembentukan identitas merek dan hubungan jangka panjang dengan publik. Hal ini terlihat dari dominasi konten edukasi kecantikan berbasis bahan alami, publikasi event korporasi seperti Puteri Indonesia, penyampaian informasi perusahaan, serta aktivitas tanggung jawab sosial dan keterlibatan komunitas. Pola komunikasi tersebut mencerminkan peran Instagram sebagai media corporate storytelling yang memperkuat positioning Mustika Ratu sebagai brand heritage berbasis budaya Indonesia.

Jika ditinjau menggunakan model PENCILS, aktivitas PR digital Mustika Ratu di Instagram telah mencakup elemen-elemen utama yang relevan dengan konteks komunikasi digital. Elemen publication terlihat pada konten edukatif dan informatif yang disajikan secara konsisten. Elemen event tercermin melalui peliputan berkelanjutan ajang Puteri Indonesia yang menjadi ikon perusahaan. Elemen news tampak pada penyampaian informasi terkait aktivitas perusahaan dan peluncuran produk. Elemen community involvement dan social responsibility diwujudkan melalui konten pemberdayaan perempuan, pelestarian budaya jamu, serta program sosial lainnya. Implementasi elemen-elemen tersebut menunjukkan bahwa aktivitas PR digital Mustika Ratu telah berjalan secara terstruktur dan terintegrasi.

Selain itu, aktivitas Public Relations digital melalui Instagram juga berkontribusi dalam membangun kualitas hubungan organisasi publik sebagaimana dijelaskan dalam teori Relationship Management. Hubungan ini tercermin melalui komunikasi dua arah antara perusahaan dan audiens, baik melalui kolom komentar, direct message, maupun fitur interaktif Instagram. Dimensi trust terbentuk melalui konsistensi pesan dan identitas visual, commitment terlihat dari keberlanjutan program dan konten PR digital, satisfaction muncul dari konten edukatif yang memberikan nilai tambah bagi audiens, control mutuality tercermin dari ruang dialog yang diberikan kepada publik, serta mutuality terlihat dari aktivitas sosial yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Hubungan yang terbangun ini menjadi fondasi penting dalam memperkuat keterikatan audiens terhadap merek Mustika Ratu.

Dalam konteks brand awareness, hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas Public Relations digital melalui Instagram berperan signifikan dalam memperkuat brand recognition Mustika Ratu. Konsistensi visual, simbol budaya, dan narasi natural beauty memudahkan audiens mengenali merek ketika terpapar konten Instagram. Namun demikian, pada aspek brand recall, penguatan yang terjadi masih berada pada tingkat menengah, khususnya pada segmen audiens muda (Gen Z). Meskipun audiens mampu mengenali merek ketika melihat stimulus visual, Mustika Ratu belum sepenuhnya menjadi merek yang pertama kali diingat dalam kategori kecantikan lokal, mengingat dominasi brand digital-native yang lebih agresif dalam memanfaatkan tren, influencer, dan format konten interaktif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas Public Relations digital melalui akun Instagram @mustikaratuind telah berperan dalam memperkuat brand awareness PT Mustika Ratu Tbk, terutama pada tahap pengenalan merek dan pembentukan hubungan dengan publik digital. Namun, optimalisasi strategi PR digital masih diperlukan agar brand recall dan posisi top of mind dapat semakin kuat, sehingga Mustika Ratu mampu mempertahankan relevansi dan daya saingnya di tengah dinamika industri kecantikan yang semakin kompetitif.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, PT Mustika Ratu Tbk disarankan untuk terus mengembangkan aktivitas Public Relations digital melalui akun Instagram @mustikaratuind agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakter audiens media sosial saat ini, khususnya Generasi Z. Konten edukasi dan nilai budaya yang selama ini menjadi ciri khas Mustika Ratu sudah cukup kuat, namun cara penyampaian perlu dibuat lebih menarik, interaktif, dan mudah dipahami agar pesan yang disampaikan tidak hanya dikenali, tetapi juga lebih mudah diingat oleh audiens.

Perusahaan juga disarankan untuk lebih aktif membangun komunikasi dua arah dengan audiens. Tidak hanya sekedar mengunggah konten, tetapi juga merespons komentar, pesan, serta melibatkan audiens melalui fitur interaktif Instagram seperti polling, tanya jawab, atau siaran langsung. Interaksi yang konsisten ini penting untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara perusahaan dan audiens, sehingga kepercayaan dan keterikatan terhadap merek Mustika Ratu dapat terus meningkat.

Selain itu, PT Mustika Ratu Tbk perlu melakukan evaluasi secara rutin terhadap aktivitas Public Relations digital yang dijalankan. Evaluasi ini tidak hanya melihat jumlah unggahan atau tingkat interaksi, tetapi juga menilai apakah pesan yang disampaikan sudah sesuai dengan tujuan perusahaan dan mampu meningkatkan kesadaran merek di kalangan audiens. Dengan adanya evaluasi yang berkelanjutan, strategi Public Relations digital yang diterapkan dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan perkembangan media sosial dan persaingan industri kecantikan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas Public Relations digital. Peneliti berikutnya dapat mengkaji platform media sosial lain atau menambahkan variabel lain agar pemahaman mengenai peran Public Relations digital dalam membangun kesadaran merek menjadi lebih lengkap dan mendalam.