

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Pawon sudah melakukan ketujuh strategi *public relations* dalam bauran P.E.N.C.I.L.S. strategi *publication* merupakan strategi yang paling berhasil dalam membangun *brand image* Pawon Sinema. Sementara itu, strategi yang masih belum dilakukan secara maksimal, yakni strategi *event* karena baru dilaksanakan sekali.

Berkaitan dengan hal ini, Pawon Sinema menggunakan media sosial, khususnya Instagram sebagai media utama dalam melakukan strategi *public relations*, terutama *publication*. Hal ini dikarenakan Pawon Sinema sendiri merupakan *digital public relations* sehingga media sosial dianggap sebagai media yang paling tepat dan paling mudah dalam menjangkau Sasarannya. Pawon Sinema merupakan kategori jasa pembuatan video profil dan tidak mau masuk ke bisnis *wedding* karena hal ini sudah banyak pelaku usahanya, dan untuk jasa pembuatan video profil banyak yang dikerjakan oleh orang luar, maka dari itu Pawon Sinema hadir untuk menerjuni bisnis tersebut.

Pendiri memainkan peran utama dengan menggunakan elemen tradisional seperti batik dan blangkon sebagai identitas merek dengan memanfaatkan teknologi untuk mendukung branding kebudayaan. Keberhasilan strategi *public relations* Pawon Sinema dalam membangun

brand image dapat terlihat setelah ketujuh strategi dan indikator-indikator pendukungnya serta *personal selling* telah dilakukan secara maksimal dan signifikan. Akan tetapi, strategi *public relations* yang dilakukan Pawon Sinema sudah cukup baik dan sesuai dengan konsep utama yang digunakan. Meskipun begitu, Pawon Sinema harus terus melakukan evaluasi untuk melihat perkembangan dan kekurangan yang ada, serta meningkatkan strategi *public relations* dengan menciptakan terobosan dan inovasi baru.

B. Saran

1. Untuk *production house* Pawon Sinema berdasarkan hasil temuan penelitian yang mana banyak orang yang lebih tahu tentang *founder* dan strategi publikasi yang dilakukan melalui Instagram pribadi dapat mengaktifkan kembali sosial media resmi dari Pawon Sinema itu sendiri dan konsisten dalam menggunakan nama, dan dengan menambah sosial media baru lagi seperti TikTok yang sedang *trend* dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan sebagai dampak dari adanya inovasi teknologi yang terus berkembang untuk bersaing di era digital. Kekurangan ataupun masukan dari klien bisa dijadikan evaluasi kedepannya.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat topik strategi *public relations* dalam membangun *brand image*. Peneliti juga berharap agar selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur keberhasilan atau pengaruh strategi *public relations* terhadap *brand image* Pawon Sinema maupun perusahaan dibidang jasa lainnya.