

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Branding media online adalah suatu proses yang didalamnya meliputi seluruh kegiatan strategi yang berawal dari perencanaan, perumusan, pelaksanaan hingga tahap evaluasi yang mengimplementasikan tercapainya suatu tujuan dari branding media online tersebut. Berdasarkan penelitian dan analisis yang sudah dikerjakan , dibawah ini adalah hasil dari kesimpulan dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi branding yang diterapkan awal.id yakni proses mengenalkan sebuah brand, semakin gencar promosi yang dilakukan maka perusahaan tersebut akan semakin mudah dikenal (Rahmadhani, 2017). Awal.id merupakan media masih tergolong sangat baru dalam perjalanannya maka dari itu promosi yang dilakukan harus konsisten terus menerus dan untuk menjangkau masyarakat yang membutuhkan produk berita yang kita hasilkan. Keempat narasumber yang berhasil diwawancarai sepakat dengan adanya kegiatan tersebut bisa mendapatkan dampak yang baik untuk media yang tergolong baru ini, sehingga pengenalan merek harus bisa ditanamkan kepada mereka. Setelah itu strategi yang sudah diatur sedemikian rupa awal.id memanfaatkan digital media sebagai sarana yang bisa memunculkan brand awarness publik terhadap media online awal.id sebagai media pengabar berita terpercaya.

2. Implementasi branding awal.id sebagai media pengabar berita terpercaya menekankan pada unsur produk dan publikasi. Produk-produk berita yang dihasilkan menjadi image untuk awal.id, maka dari itu setiap jurnalis harus menjaga ideologis yang dimiliki industri media Awal.id. Sosial media memiliki pengaruh penting sebagai sarana penyampaian kepada khalayak serta mampu memunculkan brand awareness dan menjaga loyalitas pembaca berita Awal.id. Hal tersebut harus selalu ditekankan dalam menghasilkan program atau konten yang akan disajikan ke khalayak.
3. Evaluasi dan monitoring yang dilakukan awal.id berjalan dengan baik. Monitoring yang dilakukan setiap seminggu sekali dilakukan untuk mengetahui kendala saat proses branding tersebut berlangsung. Adanya Evaluasi sebagai bentuk pertanggung jawaban setiap karyawan untuk melaporkan kegiatan branding yang sudah dilakukan selama ini.

5.2. Saran

Selanjutnya merupakan saran dari segala aktivitas penelitian yang telah dilakukan untuk keberlangsungan suatu perusahaan agar menjadi masukan dan bisa berguna, antaranya sebagai berikut:

1. Mengembangkan komunikasi baik offline maupun online. Offline dengan cara memperluas pendekatan dengan banyak komunitas dengan mengikuti event atau kegiatan yang mereka selenggarakan sekaligus mengenalkan awal.id kepada banyak orang. Online menekankan ketajaman digital dengan

memperluas penyebaran kebanyak platform digital seperti tiktok, twitter dan youtube yang sedang banyak dikunjungi orang.

2. Awal.id juga sebaiknya mempertahankan sejumlah relasi yang dimiliki mau di kalangan pemerintahan atau perusahaan dengan cara membantu kegiatan yang mereka miliki seperti kegiatan publikasi.
3. Awal.id juga dengan ini harus memperkuat komunitas yang telah terjalin, harapannya bisa membuat kegiatan yang lebih “keren” dan bisa memberikan wadah para komunitas untuk bisa lebih eksis lagi melalui media Awal.id.