

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi kepada DPP (Dewan Pengurus Pusat) Panser Biru periode 2015-2021 yang menjadi subjek penelitian mengenai proses komunikasi massa suporter Panser Biru melalui media sosial *instagram* (@panserbiru2001) dalam mempromosikan *brand image* Panser Biru dapat ditarik kesimpulan. Kesimpulan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Data yang diperoleh oleh penulis dari hasil penelitian diatas, memiliki kesimpulan bahwa DPP Panser Biru sering melakukan kegiatan sosial dimana tujuannya untuk mempromosikan *brand image*-nya dan kemudian memilih menggunakan media sosial *instagram* sebagai salah satu sarana untuk membangun *brand image*-nya.

Instagram dipilih karena media sosial ini paling banyak digunakan di kota Semarang khususnya Panser Biru. *Instagram* merupakan salah satu media komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri memiliki peran dan fungsi yang berbeda. Peran komunikasi massa berupa (1) pembawa atau penghantar dan (2) jaringan interaktif. Sementara fungsi komunikasi massa yakni (1) fungsi informasi dan (2) fungsi mempengaruhi.

Peran komunikasi massa berupa pembawa atau penghantar, artinya media sosial *instagram* dapat menjadi sarana Panser Biru dalam mengutarakan informasi

serta pendapat. Sementara peran jaringan interaktif, artinya Panser Biru dapat melakukan interaksi secara langsung dengan pengikutnya melalui kolom komentar media sosial *instagram*.

Lain hal dalam fungsi informasi, artinya Panser Biru ingin memberikan informasi kepada para pengikutnya dan khalayak umum bahwa Panser Biru itu selain melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan sepakbola juga melakukan kegiatan-kegiatan sosial.

Sementara fungsi mempengaruhi yakni Panser Biru ingin mengajak dan mendorong secara tidak langsung kepada seluruh kelompok suporter lain untuk juga ikut peduli terhadap persoalan sosial, tidak hanya sepakbola saja. Oleh karena itu supaya dapat bisa dijangkau pesannya maka Panser Biru memilih menggunakan media sosial *instagram*.

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan dalam hasil penelitian ini, diantaranya:

1. Untuk Dewan Pengurus Pusat (DPP) Panser Biru khususnya tim media, agar tetap konsisten dalam memberikan informasi melalui media sosial. Selain melalui *Instagram*, diharapkan juga aktif di media sosial lainnya seperti *Youtube, Twitter dan Facebook*.
2. Untuk tim media Panser Biru diharap melakukan evaluasi terhadap postingan-postingan yang telah di *upload* di media sosial *instagram* Panser Biru. Agar mengetahui apa saja kekurangan yang ada di dalam postingan. Entah itu desain yang kurang menarik atau caption yang kurang pas sehingga menimbulkan kontroversi.

3. Penulis berharap kepada DPP Panser Biru agar semua media sosial Panser Biru di *verified* (centang biru) entah itu *Instagram*, *Youtube*, *Twitter*, *Facebook*. Agar meningkatkan rasa kepercayaan publik/khalayak umum terhadap akun media sosial Panser Biru.
4. Untuk pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan komunikasi massa suporter Panser Biru dalam media sosial *Instagram*. Sekiranya nanti terdapat penelitian komunikasi massa untuk mempromosikan *brand image*, dapat melakukan penelitian yang besumber dari berita televisi, berita media cetak dan portal media online.

