

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa dalam konteks industri 4ilm, khususnya rumah produksi independen seperti Palari Films, pembentukan citra bukan hanya perkara *branding* dan kampanye komunikasi semata, melainkan merupakan hasil dari praktik artistik, relasional, dan strategis yang saling berkelindan. Posisi penelitian ini mengadopsi pandangan bahwa citra bukan sesuatu yang dibentuk secara sepihak, tetapi lahir melalui relasi yang terus-menerus dibangun antara perusahaan dan publiknya. Maka, studi ini menempatkan *image building* sebagai proses dialogis yang berakar pada tindakan-tindakan konkret perusahaan.

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa citra Palari Films terbentuk melalui konsistensi dalam kualitas produksi, komunikasi yang otentik dan dua arah, serta relasi yang erat dengan komunitas 4ilm dan media. Citra tersebut bukan hasil konstruksi semata, melainkan refleksi dari nilai-nilai yang dijalankan dalam praktik keseharian rumah produksi ini. Palari Films secara sadar membentuk impresi publik yang selaras dengan visinya: menciptakan 4ilm yang berkualitas tinggi, estetis, namun tetap dapat diakses oleh penonton luas.

Adapun aspek-aspek utama yang membentuk citra Palari Films meliputi:

- (1) kurasi dan produksi 4ilm yang memiliki nilai artistik dan kedalaman naratif,
- (2) komunikasi yang organik, otentik, dan dua arah simetris dengan publik,
- (3) partisipasi aktif dalam ekosistem per4ilman melalui festival dan komunitas,
- (4) kolaborasi dengan pihak profesional seperti Poplicist untuk pengelolaan komunikasi strategis yang terintegrasi,

Upaya-upaya ini tidak bersifat tempelan, melainkan terintegrasi dalam siklus kerja perusahaan. Keikutsertaan dalam festival internasional, program pemutaran komunitas seperti *Nobar Nomat*, hingga kolaborasi dengan pihak profesional seperti Poplicist, menunjukkan bahwa Palari Films memandang kerja komunikasi dan relasi

bukan sebagai fungsi tambahan, tetapi sebagai bagian dari strategi eksistensi jangka panjang mereka.

Dalam kerangka teori manajemen reputasi Grunig dan konsep *the wished image* oleh Frank Je4kins, dapat disimpulkan bahwa Palari Films berhasil membangun *image* yang relatif konsisten dengan nilai-nilai yang mereka deklarasikan—yakni artistik, berkualitas tinggi, dan tetap dapat diakses oleh publik. Proses ini berjalan secara organik namun diarahkan dengan visi yang terstruktur.

Penelitian ini juga berusaha memberikan kontribusi pada kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Public Relations* dan studi tentang citra organisasi, dengan menawarkan perspektif kontekstual tentang bagaimana organisasi budaya—dalam hal ini rumah produksi film independen—membangun dan mengelola citra mereka di luar pendekatan-pendekatan korporat konvensional. Lebih lanjut, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang praktik PR dalam sektor ekonomi kreatif, yang sering kali tidak mengikuti pola-pola komunikasi formal atau institusional, melainkan bersifat *interpersonal*, berbasis jaringan, dan sangat bergantung pada kepekaan terhadap dinamika publik digital.

Dengan membedah kasus Palari Films, studi ini menunjukkan bahwa PR bukan semata urusan *corporate message control*, tetapi bisa menjadi instrumen untuk membangun kepercayaan dan nilai artistik secara simultan. Studi ini dilakukan untuk turut memberikan sumbangan bagi kajian tentang produsen produk budaya di Indonesia, yang kerap kali berada di antara tekanan pasar, tuntutan estetika, dan kebutuhan akan representasi. Palari Films menjadi studi kasus yang relevan untuk melihat bagaimana strategi komunikasi kultural dapat berperan dalam menciptakan *positioning* yang berkelanjutan di industri kreatif.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan ruang lingkup atau unit analisis, misalnya dengan membandingkan strategi komunikasi beberapa rumah produksi independen lainnya untuk menemukan pola yang lebih umum atau karakteristik yang khas dalam konteks lokal. Selain itu, studi dengan pendekatan kuantitatif seperti analisis sentimen media sosial atau survei persepsi publik juga dapat melengkapi studi kualitatif ini.

Secara praktis, rumah produksi lain yang ingin membangun *positioning* serupa dapat menimbang strategi relasional dan dialogis yang dijalankan Palari Films. Keterlibatan dengan publik melalui medium yang kontekstual dan peka terhadap perubahan budaya terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam menciptakan citra yang melekat dengan baik.

