

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Karya ilmiah ini membahas tentang berbagai pandangan mengenai *public relations*, dimana *public relations* sebagai fungsi manajemen. Pelaksanaan pekerjaan *public relations* akan menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas-tugasnya.

Public relations merupakan titik terpenting dalam sebuah perusahaan dalam melakukan serta berperan sebagai jembatan perusahaan terhadap dunia luar maupun sebaliknya yaitu komunikasi *internal* dan *eksternal*.

Public relations setiap perusahaan akan berbeda dalam pelaksanaan fungsi dan perannya, akan disesuaikan dengan sistem kerja maupun struktur organisasi perusahaan.

Public relations media strategic communications juga demikian, sebagai perusahaan maka *public relations media strategic communications* melakukan peran dan fungsinya sesuai kebutuhan perusahaan, secara konseptual akan sama dengan beberapa perusahaan lainnya, namun terdapat karakteristik manajemen *public relations* yang akan membedakannya dengan perusahaan yang bergerak dibidang barang maupun jasa. Terlebih PT IDeA KeNDILIMA UTAMA menyampaikan informasi kepada khalayak, sehingga *public relations* pun kondisional dalam membaca atmosfer perusahaan.

Public Relations merupakan metode komunikasi yang meliputi berbagai teknik komunikasi. Dimana didalam kegiatannya terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau perusahaan dengan publiknya. Dengan demikian *public relations* merupakan suatu fungsi manajemen. Selain itu, *public relations* sesungguhnya sebagai alat manajemen modern secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya *public relations* bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut, namun melekat pada manajemen perusahaan. Hal tersebut menjadikan *public relations* dapat menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi atau lembaga yang diwakilinya dengan publiknya. Peranan itu turut menentukan sukses atau tidaknya misi, visi dan tujuan bersama organisasi tersebut. Dalam manajemen *public relations*, praktisi humas professional dalam melaksanakan program humas harus terdiri atas empat langkah kegiatan atau sering juga disebut dengan empat langkah pemecahan masalah humas. Keempat langkah kegiatan inilah yang menjadi fungsi manajemen humas. Keempat langkah itu yaitu, menentukan masalah (*defining the problem*), perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*), melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*) dan evaluasi program (*evaluating the program*). Hal ini selaras dengan teori utama yang akan menjadi pedoman peneliti dalam menyusun peneliti, dimana *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA sudah menjalankan langkah- langkah yang disebutkan dalam teori manajemen *public relations* tersebut. Setelah

melakukan penelitian dan wawancara mendalam terkait manajemen *public relations* yang diaplikasikan PT IDeA KeNDILIMA UTAMA, langkah-langkah yang dilakukan sudah sesuai dengan teori manajemen *public relations* meskipun dalam aktivitasnya berbeda-beda. Setiap sistem manajemen dan organisasi atau perusahaan yang satu dengan lainnya akan berbeda dalam bentuk strukturalisasi manajemen dan operasi usaha produk dan pelayanan jasa tertentu, sistem manajemen pemasaran, keuangan, struktur organisasi sumber daya manusia, dan sebagainya. Termasuk peran dan fungsi *public relations* dalam manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya, saling berbeda satu sama lain.

a. Definisi permasalahan

Mendefinisikan permasalahan oleh *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA dilihat dari dampak dan tanggapan dari sebuah isu, selain mengadakan pendekatan secara human *relationship* guna mencegah hal-hal yang tidak diinginkan dan tahap pencegahannya dilakukan sesuai dengan aturan yang ada serta penjelasan langsung.

b. Perencanaan dan program

Target dari *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA minimal tiap bulan ada proyek yang dilaksanakan untuk pihak *eksternal* dan menciptakan *image* yang lebih baik.

c. Aksi dan komunikasi

Aksi dan komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA berupa komunikasi *internal* dan *eksternal*. *Internal*

biasanya berhubungan dengan karyawan dan terkadang bekerjasama dengan HRD, sedangkan *eksternal* biasanya dilakukan *track release* untuk media dan masyarakat terkait proyek-proyek unggulan PT IDeA KeNDILIMA UTAMA.

d. Evaluasi

Evaluasi *public relations* pada PT IDeA KeNDILIMA UTAMA dilakukan dengan pengumpulan fakta terlebih dahulu lalu definisi masalah. Pengumpulan fakta dari sumber-sumber seperti media, baik media cetak dan juga *online* merupakan upaya untuk evaluasi diri.

B. Saran

1. *Public Relations* pada PT IDeA KeNDILIMA UTAMA seharusnya berfungsi melaksanakan penelitian (*research*) yang berupa tahap penelitian dalam *Public Relations*, baik dalam memperoleh data primer dan sekunder, maupun penelitian bersifat *opinion research*, secara kualitatif dan kuantitatif. Kegiatan ini bersifat *motivation research*, yaitu penelitian yang tertuju pada jiwa manusia yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan (*needs & wants*) yang paling mendasar dengan adanya perencanaan (*planning*) untuk penyusunan suatu program acara (*event*) atau agenda *setting* dan program kerja Humas. Penyusunan tersebut berdasarkan data dan fakta di lapangan, kebijakan, prosedur, tema dan kemampuan dana serta dukungan dari pihak terkait. Dilanjutkan dengan adanya pengoordinasian (*coordinating*), maksudnya adalah mengoordinir

satu tim kerja dengan menentukan kerja sama dan keterlibatan dari instansi atau personil lainnya ke dalam satu koordinasi tim yang solid sebagai upaya pencapaian tujuan lembaga organisasi. Ditambahkan lagi dengan administrasi (*administration*) dalam menyangkut masalah administrasi perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dokumentasi, sistem pengarsipan dan pencatatan keluar atau yang masuknya uang, dan sekaligus merupakan suatu bukti tertulis/tercatat dalam sistem administrasi yang baik. Suatu produksi (*production*) juga dibutuhkan, hal ini merupakan bentuk produk publikasi dan promosi yang dikelola oleh Humas, dalam upaya mendukung perluasan/pemasaran produk atau nama dan pengaruh pada sebuah organisasi dan lain sebagainya. Merencanakan media *plan, publication or publicity, audio visual, special events & regulars events* untuk tujuan berkampanye. Dibutuhkan juga partisipasi komunitas (*community participation*) yang maksudnya adalah partisipasi Humas dalam melakukan suatu komunikasi timbal balik dengan komunitas masyarakat/publik lingkungan tertentu untuk mencapai saling pengertian dan citra positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Misalnya, kegiatan peduli bidang *social marketing* dan *social care* (kepedulian *Public Relations* terhadap aspek kepentingan social). Setelah semua itu dijalankan, maka PT IDeA KeNDILIMA UTAMA juga membutuhkan nasihat (*advisory*) untuk memberikan sumbang saran kepada manajemen dan pimpinan perusahaan berkenaan dengan kebijakan organisasi tentang penyesuaian berdasarkan kepentingan publik eksternal/internal, `maupun

berdasarkan hasil pengidentifikasian keinginan dan reaksi opini publik terhadap tujuan perusahaan.

2. PT IDeA KeNDILIMA UAMA diharapkan lebih teliti lagi dalam melakukan aktivitas Humas yang terpenting pada pencarian fakta/permasalahan (*fact finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*) dan evaluasi (*evaluation*) supaya proyek yang diharapkan tetap berjalan kontraknya.
3. PT IDeA KeNDILIMA harus berusaha bisa menjadi “*the right man and the right place or the right man behind the gun*”, yaitu upaya Humas untuk mencapai *efektivitas* dalam berhasil untuk mencapai tujuan, seraya untuk memuaskan semua pihak yang terkait dan *efisiensi* dalam ketepatan mengelola keuangan/dana secara tepat.
4. Kerjasama yang sudah berjalan dengan baik sebaiknya tetap dipertahankan sehingga pekerjaan terkoordinasi secara rapih dan baik sesuai dengan peraturan yang berlaku didalam perusahaan.
5. PT IDeA KeNDILIMA UTAMA mempunyai Direktur Utama yang sangatlah baik hati dan menurut praktikan beliau adalah sosok pemimpin yang bisa membuat perusahaan dapat semakin berkembang. Maka dari itu, untuk keseluruhan karyawan PT IDeA KeNDILIMA UTAMA cobalah contoh beliau dan belajar lebih banyak lagi dari sikap maupun sifat beliau, dengan tujuan supaya karyawan PT IDeA KeNDILIMA UTAMA tidak terlalu banyak aksi daripada prestasi.