

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. *Public Relation/PR* (hubungan masyarakat/organisasi/perusahaan).  
PR di PT Elnusa Tbk berfungsi dalam membantu perusahaan mempromosikan jasa dan membantu perusahaan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain guna mencari klien baru maupun memperpanjang kerjasama dengan klien lama yang sudah berlangsung. PR yang dilakukan Elnusa memiliki beragam fungsi yang terdiri dari :
  - a. *Marketing Operation Services* yang berfungsi melakukan aktivitas pengumpulan informasi kepada klien lama maupun klien baru dengan tujuan :
    - 1). Mencari informasi tender yang akan dijalankan

- 2). menggali informasi untuk mengetahui kebutuhan klien baru
  - 3). Mencari informasi mengenai peluang jasa yang dapat ditawarkan
  - 4). Memperpanjang kerjasama yang sudah berjalan dengan klien lama dan mulai menjalin kerja sama dengan klien baru.
- b. *Customer Relation*, membina hubungan dengan klien dan menggali informasi yang lebih detail mengenai kebutuhan klien dan menawarkan jasa yang dapat disediakan oleh perusahaan. kegiatan *customer relation* lainnya adalah kunjungan ke klien/*customer visit* dilakukan secara terencana dengan jadwal yang sudah disusun. Kunjungan ini dapat dilakukan baik untuk klien baru yang potensial maupun klien lama perusahaan.

Kegiatan yang dilakukan oleh PR perusahaan adalah program yang sudah dibuat dan direncanakan sedemikian rupa agar memberikan rasa kenyamanan, kepercayaan, keamanan klien terhadap perusahaan. Hal ini akan menimbulkan efek positif jika klien merasa terpuaskan ketika hasil kerja perusahaan maksimal dan memberikan keuntungan bagi klien. Ketika klien sudah merasa kinerja

perusahaan baik tinggal bagaimana perusahaan mengembangkan diri agar menjadi lebih baik dan tidak hanya mendapatkan keuntungan sementara namun mendapatkan keuntungan lebih dari yang sudah ditargetkan. Disaat seperti inilah PR hadir sebagai duta perusahaan untuk memberikan citra positif dan aura yang baik kepada klien.

2. Analisis matriks SWOT efektifitas PR dalam pemasaran jasa PT Elnusa Tbk adalah :

a. *Strenght + Opportunity*

Menunjukkan sikap, perhatian dan meyakinkan kepercayaan kepada klien ketika melakukan customer relation disaat mengikuti tender maupun disaat mengikuti event di bidang sejenisnya.

b. *Weakness + Opportunity*

Lebih rutin melakukan customer relation dan berpresentasi dengan membawa media sebagai sarana menyebarluaskan informasi kepada klien yang mungkin tidak bisa hadir

c. *Strenght + Threat*

Klien kurang mendapat informasi tentang perusahaan, dirutinkan membuat event sebagai penyelenggara sebagai sarana berpromosi silaturahmi dengan klien.

d. *Weakness + Threat*

Dengan Terbatasnya event, Presentasi yang dilakukan perusahaan harus menyertakan media agar informasi yang dilakukan dapat disebarluaskan kepada semua pihak yang ingin mengetahui profile perusahaan.

Teori yang dikemukakan oleh Cutlip, Scoot.M , tentang PR adalah :

1. Aktifitas yang disengaja, dibentuk untuk mempengaruhi, meraih pemahaman bersama, menyediakan informasi, dan mendapatkan umpan balik.
2. Aktifitas yang terorganisir pada kurun waktu tertentu, sistematis, menggunakan riset dan analisa.
3. Efektif didasarkan pada kebijakan actual dan kinerja
- 4 Aktifitas hendaknya didasarkan pada tujuan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya

5. Selain menginformasikan sesuatu, juga membutuhkan umpan balik dari khalayaknya sehingga tercipta model komunikasi dua arah.<sup>16</sup>

Melihat teori yang dikemukakan oleh Cutlip, Scoot.M Public Relation yang digunakan PT Elnusa Tbk efektif karena hampir semua yang disebutkan oleh Cutlip sangat berhubungan dengan apa yang PT Elnusa lakukan.

## B. Saran

Dari tabel 3.1 Matrix SWOT PT Elnusa Tbk halaman empat puluh lima tentang *weakness* dan *Threat* maka saran dari penulis adalah masih banyak hal yang harus dilakukan Oleh PT Elnusa Tbk selaku perusahaan yang bergerak di bidang Minyak Bumi dan Gas agar dapat mampu bersaing dengan para kompetitornya. Mengikuti atau membuat *event* untuk perusahaan di bidang sejenis juga sebaiknya dilakukan dengan juga mengikut sertakan media agar penyampaian ke klien lebih efektif dan lebih luas. Melihat pangsa pasar yang cukup besar perusahaan sudah sangat baik menerapkan sistem profesionalisme dalam pekerjaan, transparansi dalam setiap pengerjaan/proyek dan sistem keamanan terpadu baik kesehatan, keselamatan para pekerja dan klien.

---

<sup>16</sup> Cutlip, Scoot.M, *Effective Public Relation* (Prentice Hall: New Jersey) p.4-8