

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dan pelaksanaan praktik pengalaman lapangan, maka penulis menarik simpulan sebagai berikut.

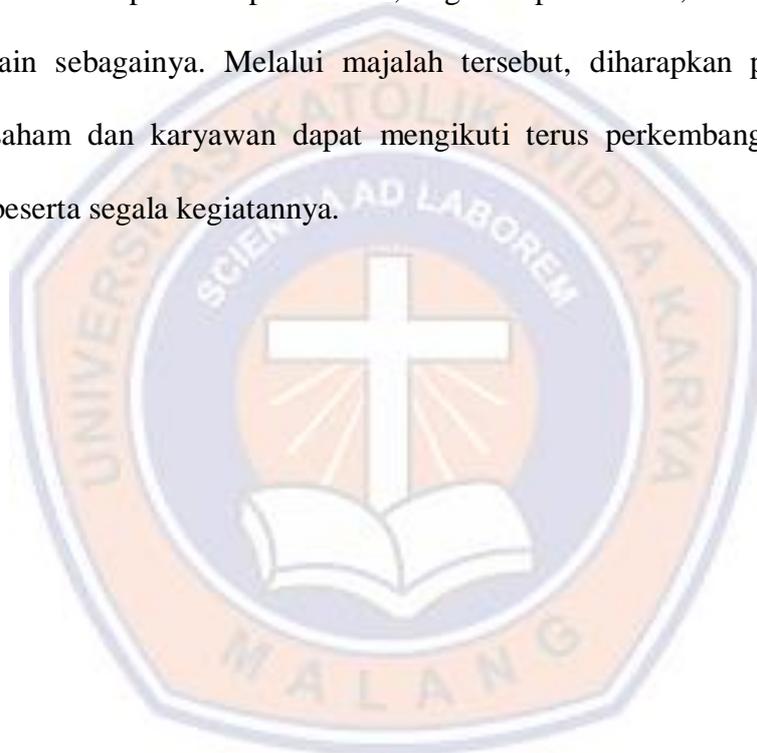
1. Peran *Public Relations* dalam menjalin hubungan dengan pihak internal di Kusuma Agrowisata *Resort and Convention Hotel* sudah berjalan dengan baik, terlihat dari keakraban dan solidaritas antar karyawan yang terbentuk. Hal ini dibuktikan dengan sikap terbuka perusahaan dalam penyediaan informasi dan diadakannya kegiatan yang melibatkan karyawan seperti pengambilan keputusan, liburan perusahaan, dan lain-lain. Melalui hubungan yang terjalin harmonis tersebut, produktivitas karyawan pun meningkat sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai.
2. Dalam pelaksanaannya, peran *Public Relations* dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal di Kusuma Agrowisata *Resort and Convention Hotel* sudah berjalan lancar namun menurut penulis kurang terstruktur karena belum ada divisi khusus yang menangani *Public Relations* atau humas di dalamnya. Alangkah lebih baik apabila dibentuk divisi yang bertanggung jawab di bidang kehumasan.

5.2 Saran

Setelah melaksanakan kegiatan praktik pengalaman lapangan selama satu bulan, penulis hendak memberikan saran bagi Kusuma Agrowisata *Resort and Convention Hotel* Batu sebagai berikut.

1. Membentuk divisi humas, divisi humas memiliki peran penting dalam perusahaan. Melalui divisi ini, peran *Public Relations* akan lebih terstruktur dan fokus dalam menjalin hubungan dengan pihak internal dan eksternal.
2. Menyelenggarakan program beasiswa bagi siswa berprestasi. Tidak hanya pemerintah, perusahaan swasta sudah selayaknya memiliki andil dalam pemberian beasiswa. Selain untuk menjalin hubungan yang makin baik dengan masyarakat, program ini juga bertujuan untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas.
3. Penggunaan media sosial secara maksimal, media sosial banyak menawarkan fitur yang menarik dan mempermudah kita dalam mendekati diri dengan masyarakat luas. Beberapa media sosial tersebut yakni *instagram* dan *facebook*. Selain menggunakan *instagram* atau *facebook* sebagai media untuk mengiklankan dan mempromosikan produk-produk yang dihasilkan perusahaan, kita pun juga dapat memanfaatkan media sosial ini sebagai alat untuk mendukung terjalinnya hubungan yang baik dengan khalayak luas. Caranya dengan menambah konten di dalamnya yang informatif dan edukatif bagi masyarakat seperti memposting *quotes* yang menginspirasi, memberikan trivia dari sumber terpercaya, dan atau membuat kuis tanya jawab dengan konteks ringan.

4. Menerbitkan majalah organisasi, majalah organisasi yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan salah satu media yang baik sebagai sarana membina hubungan yang harmonis dengan para pemegang saham dan karyawan. Pembuatan majalah tidak lagi harus menggunakan kertas, kita dapat memanfaatkan teknologi digital yaitu dengan membuat majalah elektronik. Konten dalam majalah tersebut dapat berisi rubrik prestasi-prestasi yang sudah dicapai oleh perusahaan, kegiatan perusahaan, rubrik hiburan, dan lain sebagainya. Melalui majalah tersebut, diharapkan para pemegang saham dan karyawan dapat mengikuti terus perkembangan perusahaan beserta segala kegiatannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, Keith. 2014. *Pengantar Public Relation Teori dan Praktik*. Jakarta :
PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung :
Penerbit Mandar Maju
- Gassing S., Syarifuddin dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta : CV
Andi Offset
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta :
Penerbit PT Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*.
Bandung : Remaja Rosda Karya
- Suwatno, H. 2018. *Pengantar Public Relations Kontemporer*. Bandung : PT
Remaja Rosdakarya