BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari data dan fakta yang di peroleh dari lapangan yang telah dikonfirmasi dengan teori-teori yang menjadi acuan peneliti, dengan demikian dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Kesimpulan-kesimpulan ini meliputi berbagai aktivitas yang telah dilakukan Humas dengan media massa, dan bentuk media relations yang digunakan Humas PT Petrokimia Gresik.

1. Media relations yang digunakan Humas PT Petrokimia Gresik dalam membangun citra perusahaan adalah berupa;
   a. Media elektronik berupa televisi; Metrotv dan Global tv. Sedangkan radio; Suara Merdeka
   b. Media cetak berupa surabaya pagi, radar gresik, harian bangsa, memo, koran DOR, duta masyarakat, Jawa Pos, Surya, Inverstor Daily, Koran Sindo, Bisnis Indonesia, Republika.
   c. Media online berupa mediajatim.com, beritajatim.com, beritapelabuhan.com, bisnis.com, surabayapagi.com warta online, republika.co.id, beritajatim.com, bhirawa online. Beritapelabuhan.com, kompas.com, surya online, okezone.com metrotvnews.com, inilah.com, merdeka.com, beritajatim.com, kabargresik.com, tempo.com, antara jatim.com

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Aktivitas Humas PT Petrokimia Gresik dalam pencitraan perusahaan dengan media massa, peneliti dapat simpulkan bahwasanya aktivfitas tersebut dapat berupa hubungan secara kelembagaan dan hubungan secara personal. Hubungan secara kelembagaan dapat berupa; Media Visit, Press Tour, Press Conference, Sponsorship. Sedangkan dalam hubungan secara personal dapat berupa; human relations, Resepsi Pers, Media Award. Dalam kegiatan tersebut terjadi komunikasi timbal balik antar keduanya. Aktivitas dan pelayanan yang diberikan Humas merupakan media pembangun jalinan kerja untuk menanamkan sikap dipercaya, berjiwa sosialis, dan mewujudkan hubungan yang harmonis antar keduanya. Jika sudah terjalin hubungan yang baik antara kedua akan mempermudah untuk melakukan publikasi ke masyarakat luas. Dan dapat memperkecil peluang berita negatif, sehingga citra PT Petrokimia Gresik dapat dibentuk dan dipertahankan.

B. Rekomendasi

Dari hasil penelitian dan uraian di atas, maka peneliti memberikan beberaoa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dari beberapa pihak, seperti:

1. Departemen Humas PT Petrokimia Gresik

   Humas merupakan kunci sukses perusahaan, humas sebagai corporate image dan juga sebagai pusat informasinya perusahaan kepada publik melalui media. Humas harus senantiasa *up to date* terkait informasi dan isu-isu yang berkembang di masyarakat. Untuk menunjang kegiatan hubungan dengan media massa perlu melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

inovasi baru untuk menjadikan hubungan dengan media lebih harmonis lagi, baik dari pelayanan maupun fasilitas. Humas hendaknya mengemas acara atau kegiatan wartawab dalam bentuk yang semenarik mungkin, lebih berkreasi dan berinovasi, sehingga media tertarik untuk mengadakan peliputan berita positif. Seperti:

1) Kunjungan media ke PT Petrokimia Gresik secara rutin

Kunjungan media ini merupakan cara perusahaan dalam mengundang wartawan untuk berkunjung ke perusahaannya. Tujuan kegiatan ini adalah membuka informasi tentang apa yang ada di perusahaan kepada meddia, dimana hal itu dimaksudkan untuk memberitahu publik tentang kondisi perusahaan, kemajuan perusahaan seperti laba perusahaan ataupun kebijakan baru perusahaan yang patut diketahui oleh masyarakat luas.

2) Contigency Plan

Kegiatan ini merupakan wawancara dengan pimpinan/direksi lembaga perusahaan. Kegiatan ini belum pernah peneliti temukan selama peneliti melakukan kegiatan magang dan penelitian di PT. Petrokimia Gresik. Kegiatan ini bisa dilakukan untuk penanggulangan atas suatu kejadian sedini mungkin agar masyarakat umum dapat melihat secara langsung tanggapan dari direksi/pimpinan perusahaan secara langsung.

2. Untuk pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi

Beberapa kegiatan hubungan dengan media merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh praktisi Humas. Termasuk Fakultas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dakwah dan komunikasi untuk memperkenalkan dirinya juga harus menerapkan prinsip Humas yaitu menjalin hubungan dengan media massa sebagai alat publikasi, termasuk Program Studi Ilmu Komunikasi. menjalin hubungan dengan media merupakan aspek penting dalam proses publikasi dan promosi kepada publik. Untuk itu setiap kegiatan yang dilakukan oleh Fakultas maupunh prodi, hendaknya bisa diliput oleh media untuk pencitraan mengingat media memiliki manfaat yang besar dalam pemberian informasi ke publik yang dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Dan juga khususnya untuk prodi ilmu komunikasi harusnya menambah mata kuliah untuk praktikum *media relations*. Jadi mahasiswa diajarkan secara langsung bagaimana menciptakan komunikasi interpersonal dengan media. Sehingga mahasiswa yang melakukan magang profesi di dunia kerja dapat mengaplikasikannya dengan baik dan benar.

3. Kaitannya dengan aspek keislaman

Media Relations PT Petrokimia Gresik dalam kaitannya dengan aspek keislaman adalah sesuai dengan ayat sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمۡ فَاسِقُۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوۡمَۢا
بِجَهَٰلَةٖ فَتُصۡبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلۡتُمۡ نَٰدِمِينَ ٦

"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."[1]

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ

"Cukuplah seseorang dikatakan berdusta, jika ia mengatakan apa yang setiap dia dengar" **(HR Al Bukhori dan Muslim)**[2]

Maksud dari kedua ayat tersebut adalah menyampaikan sebuah berita harus sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya sedang terjadi. Dan bagi telitilah kebenaran sebuah berita sebelum mempercayai berita yang telah beredar di masyarakat.

[1] Departemen Agama Republik Indonesia, 1992. Al-Qur'an dan Terjemahnya. PT. Tanjung mas Inti Semarang. QS. AL-Hujurat 6

[2] Dikutip dari: https://abuzuhriy.wordpress.com/2010/04/17/telitilah-terhadap-berita-yang-sampai-padamu/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id