

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari berbagai data dan fakta yang diperoleh dari lapangan dan yang telah dikonfirmasi dengan teori-teori yang menjadi acuan peneliti, dengan demikian dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Kesimpulan-kesimpulan ini meliputi berbagai upaya yang telah dilakukan Humas dengan media massa, tantangan serta peluang dalam menjalin media relations.

Upaya Humas PT Semen Indonesia dalam pencitraan perusahaan dengan media massa, dapat peneliti simpulkan bahwasanya upaya tersebut berupa berbagai kegiatan yaitu; press release, conference pers/ jumpa pers, beriklan, kunjungan media, pers tour, contingency plan, resepsi pers, dan kontak pribadi. Dalam kegiatan tersebut terjadi interaksi dan ada umpan balik antara Humas dan media, sehingga akan berlangsung secara terus menerus selama adanya komunikasi antar keduanya. Untuk mempermudah Humas dalam publikasi, Humas melakukan hubungan dengan media atau yang lazim disebut dengan *media relations*. Hal ini dikarenakan Humas adalah pusat dari segala informasi. Dia bertindak sebagai komunikasi korporat yang memiliki tugas untuk memberikan informasi perusahaan kepublik secara transparan, berupa kinerja perusahaan, seperti laporan tahunan, peningkatan mutu, peningkatan kapasitas, release, CSR, Laba rugi,

pembangunan pabrik baru, produk, dan lain sebagainya ataupun kegiatan yang ada diperusahaan. Media merupakan alat publikasi yang murah dan memiliki dampak yang besar kaitannya dengan pemberian informasi karena memiliki cakupan yang luas. Dalam menjalin hubungan dengan media, Humas memandang media ini dalam 2 sisi yaitu objektif (instansi) dan subjektif (personil media). Humas PT Semen Indonesia memberikan pelayanan baik berupa materi maupun sikap atau tindakan, ini sebagai wujud dalam menjaga hubungan antara keduanya dan sebagai wujud terima kasih karena media melakukan peliputan terhadap perusahaan. Humas PT Semen Indonesia menjalin hubungan dengan media apa saja baik cetak, elektronik, maupun online dengan mempertimbangkan wilayah dimana pabrik berdiri, dan wilayah pasar mereka. Upaya dan pelayanan yang diberikan Humas merupakan pembangunan jalinan kerja untuk menanamkan sikap sebagai orang yang dapat dipercaya, berjiwa sosialis, dan mewujudkan hubungan yang harmonis antar keduanya. Jika hubungan Humas dan media sudah terjalin dengan baik, dapat mempermudah kinerja Humas dalam publikasi ke publik, dan dapat memperkecil peluang berita negatif, sehingga citra perusahaan PT Semen Indonesia dapat dibentuk dan dipertahankan. Hubungan baik yang terjalin antara Humas dan media memungkinkan untuk tidak memuat berita dari isu-isu negatif sebelum mendapat konfirmasi dari Humas, sehingga akan timbul rasa saling menghargai

dan menghormati antar Humas dan media baik itu media sebagai instansi maupun media sebagai personal. Menjalin komunikasi timbal balik dengan media sangat penting dilakukan untuk menciptakan saling pengertian dan meredam konflik diantara keduanya, sehingga diharapkan dapat membentuk dan meningkatkan citra positif perusahaan dimata masyarakat. Citra itu mahal, dampaknya juga mahal jika dinilai dengan uang.

2. Tantangan Humas dalam pencitraan dengan media massa adalah media melihat news value dari informasi yang diberikan perusahaan. Wartawan lebih tertarik ketika ada berita negatif, karena berita negatif lebih menarik, dan lebih memiliki nilai jual. Kurangnya keterampilan wartawan dalam membuat berita, akan merugikan perusahaan, untuk itu Humas melakukan program edukasi melalui kegiatan liputan bersama, sehingga wartawan dapat mengembangkan potensi dalam membuat berita, bukan hanya berita negatif saja yang dimuat akan tetapi ada berita positif juga yang menarik dan memiliki nilai jual. Dengan Humas menjalin hubungan baik dengan media, peluang yang ada adalah mempermudah dalam mengembangkan perusahaan menjadi perusahaan yang lebih besar dan sukses. Citra perusahaan mudah dibentuk karena mudahnya publikasi melalui media massa ke publik. Sehingga laba perusahaan akan cepat meningkat dan perusahaan akan berkembang.

## B. Rekomendasi

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

### 1. Biro Humas PT Semen Indonesia

Humas merupakan kunci sukses perusahaan, dia sebagai penentu baik dan buruknya perusahaan, untuk itu Humas hendaknya mengadakan pelatihan seputar profesi kehumasan. Selain itu, Humas juga sebagai pusat informasinya perusahaan. Untuk itu Humas PT Semen Indonesia harus mengoptimalkan pemberian informasi kepada publik. Humas harus senantiasa *up to date* terkait informasi dan isu-isu yang berkembang dimasyarakat. Untuk menunjang kegiatan hubungan dengan media massa Humas perlu melakukan inovasi baru untuk menjadikan hubungannya dengan media lebih harmonis lagi, baik dari segi pelayanan yang diberikan maupun fasilitas. Humas hendaknya mengemas acara dalam bentuk yang semenarik mungkin, lebih berkreasi dan berinovasi, sehingga media tertarik untuk mengadakan peliputan berita positif.

### 2. Untuk pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi

Beberapa kegiatan hubungan dengan media merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh praktisi Humas. Termasuk Fakultas Dakwah dan Ilmu 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 maupun 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.

### 3. Untuk pengembangan hubungan sosial

Komunikasi merupakan penentu dalam menjalin hubungan sosial. Sebagai makhluk sosial orang saling membutuhkan dan saling berhubungan, begitu juga dengan organisasi ataupun instansi yang perlu mengadakan hubungan dengan media massa. dalam penelitian ini, menunjukkan betapa pentingnya hubungan dengan media itu dilakukan. Agar terjalin hubungan sosial yang baik antara perusahaan dengan publiknya, perusahaan perlu mengadakan pencitraan melalui media massa yang sifatnya cepat dalam pemberian informasi ke publik. Setiap masyarakat memiliki karakter yang berbeda, untuk itu juga dalam mengadakan hubungan sosial, pemilihan media dalam pemberian informasi pun harus tepat agar tepat sasaran.