

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari pemaparan yang tertera pada bab sebelumnya penulis melakukan kerja praktik sebagai Tim Ad Hoc Corporate Communication PT Jasamarga Surabaya Mojokerto terhitung sejak 07 Agustus 2023 sampai dengan 07 Oktober 2023. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan dan dikaitkan dengan teori aktivitas Humas yang dijelaskan oleh Kriyantoro (2021:pp, 93-95) mengenai pekerjaan selama kerja praktik sebagai seorang Humas. Salah satu tujuan dari aktivitas Humas PT Jasamarga Surabaya Mojokerto salah satunya adalah memiliki tujuan untuk mengenalkan perusahaan yang dimuat secara gratis pada akun media sosial milik pribadi perusahaan.

Dalam hal ini tertulis beberapa poin penting dalam aktivitas Humas pada Tim Ad Hoc Corporate Communication PT Jasamarga Surabaya Mojokerto meliputi publikasi dengan dokumentasi seperti meliput seluruh rangkaian kegiatan yang ada pada PT Jasamarga Surabaya mulai dari adanya kegiatan CSR lalu kegiatan kunjungan komisaris perusahaan hingga kegiatan HUT perusahaan yang nantinya juga akan dipublikasi dalam bentuk membuat berita (press release). Selain itu dalam hal publikasi selama kerja praktik penulis melakukan pembuatan narasi sekaligus brainstorming untuk konten media sosial, membuat design gambar atau video untuk konten media sosial. Dalam kegiatan publisitas dan dokumentasi Tim Ad Hoc Corcom PT Jasamarga Surabaya Mojokerto selalu melakukan perencanaan dan penyortiran sehingga informasi yang akan dipublikasi ke media massa berasal dari data yang relevan dan dapat dipertanggung jawabkan, relevan dan akurat. Selain kehumasan pada perusahaan ini sangat menerapkan untuk menjalin hubungan yang baik dengan media ketika adanya media gathering bersama khalayak maka pemberitaan pada media akan tersampaikan dengan baik yang membuat citra perusahaan menjadi lebih baik.

## **IV.2 Saran**

Adapun saran yang dapat disampaikan penulis berdasarkan hasil dari kerja praktik yang telah dipelajari untuk PT Jasamarga Surabaya Mojokerto agar menjadi perusahaan yang lebih baik lagi untuk kedepannya. Adapun saran yang penulis sampaikan meliputi PT Jasamarga Surabaya Mojokerto diharapkan untuk tetap melakukan dan menjalankan segala aktivitas kehumasan khususnya dalam hal publikasi dan dokumentasi baik pada media sosial maupun media massa, yang mana dalam hal tersebut akan berdampak pada mempertahankan citra perusahaan kepada publik. Selain itu, juga diharapkan mampu untuk melakukan lebih lagi dalam melakukan kegiatan dengan melakukan evaluasi bersama anggota agar tidak terjadinya terbengkalaiannya pada jobdesk pekerjaan kehumasan terutama dalam hal monitoring upload baik konten media sosial maupun pembuatan press release.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Asummpta Maria. (2013). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. PT Grasindo.

Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis DAN Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing*. Kencana.

Morissan, M. (2013). *Manajmen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Prenada Media Group.

Nurthjahjani Fullchis & Shinta M. (2018). *Public Relations Citra & Praktek*. Polinema Press

### **Jurnal :**

Evawani Elysa. (2013). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Volume 12, (1), 1 – 73*.

Kumariyah, T. (2016). PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus di Perusahaan Pringsewu Baturraden Purwokerto) SKRIPSI. *Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan, 1–35*.

Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2(2), 137–149*. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>

Wahid, F. H. (2013). PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA RELATIONS (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Media Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Positif Hotel Ibis Solo). *ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA*.