

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik yang dilakukan penulis selama 5 bulan dan 15 hari, sebagai bagian dari tim *Community Associate* Yummy Jakarta, penulis menarik kesimpulan bahwa aktivitas *Community Relations* Yummy Jakarta bahwa aktivitas *Community Relations* yang dilakukan *Community Associates* Yummy dalam melakukan setiap aktivitasnya telah sejalan dengan Cutlip dimana Yummy telah melakukan pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemograman, aksi dan komunikasi, serta evaluasi. Aktivitas yang telah melibatkan komunitas di Yummy antara lain adalah Yummy Course, BABY (Bala-Bala Yummy), *Cooking Class*, dan aktivitas di dalam Yummy App (Tips & Trik Hunt). Aktivitas tersebut sangat berkaitan dengan teori *Community Relations* yang digunakan oleh peneliti. Yummy juga terus aktif dalam melibatkan komunitas (Sobat Yummy) dalam setiap aktivitasnya.

IV.2 Saran

Saran bagi perusahaan IDN Media (Yummy) terkhusus pada divisi *Community Associate* di Yummy Jakarta oleh penulis:

1. Aktivitas pengelolaan *community relations* yang dilakukan Yummy sebagai *community associate* sudah cukup baik, tetapi alangkah baiknya apabila tim Yummy membuat/membagikan workload secara terstruktur.
2. Membuat divisi baru untuk menangani Yummy *Creator Network* sehingga *Community Associates* dapat terfokus pada *workload* dan komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt Rinehart and Winston.

Jurnal

- Devita, & Sumartono. (2010). Hubungan Manfaat Kegiatan Community Relations Dengan Citra Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk. Pada Masyarakat Kragilan Serang Banten. *Jurnal Komunikologi*, 7(2), 175–194.
- Iriantara, Y. (2004). *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iriantara, Y. (2013). *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Praswary, D. S., & Darma, G. S. (2021). Community Relations Millennial Content Creator in Forming a Brand Image. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4), 295–303. Retrieved from <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3833>
- Salim, M. (2014). Tahapan Community Relations dalam Kegiatan CSR Konservasi Lingkungan (Studi Kasus terhadap Kegiatan CSR PT Djarum pada Konservasi Lereng Gunung Muria). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 7(1).
- Yudarwati, G. A. (2004). Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Zubair, F. (2020). Pemahaman Komunitas Terhadap Program Community Relations di Palimanan dan Citeureup. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 98–120. Retrieved from <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.25901>