

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada bab sebelumnya, penulis melakukan Praktek Kerja di Humas Perusahaan Daerah Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya terhitung dari tanggal 1 Oktober 2013 hingga 10 November 2013, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya tidak memiliki divisi khusus dalam menjalankan aktivitas media relations tetapi aktivitas media relations sepenuhnya dijalankan oleh staff humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya yang berada pada divisi corporate secretary
- b. Divisi HUMAS di PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya bersifat teknisi, bertugas meliput setiap kegiatan yang ada di KBS, membuat press release, menjalin hubungan yang baik dengan media dan menjalankan tugas yang diberikan oleh Kepala divisi corporate secretary yang telah berkoordinasi dengan Direktur Utama.
- c. Prinsip kerja *media relations* dari staff humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya sudah cukup baik, seperti dengan adanya kejujuran dan keterusterangan dalam peliputan media dan wawancara yang dilakukan kepada staff humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya, juga memberikan pelayanan yang baik terhadap para wartawan, selalu mengontrol pemberitaan media terkait dengan PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya
- d. Publikasi yang didapatkan oleh PD. Taman Satwa Kebun Binatang dapat dikatakan cukup berhasil karena banyak dimuat oleh berbagai media

- e. dengan banyaknya berita positif disbanding berita negatif dari PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya.
- f. Staff Humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya dapat selektif dalam memilih media yang digunakan untuk melakukan publikasi yaitu dengan melihat segmentasi dari PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya dan disesuaikan dengan media yang digunakan.
- g. Media relations yang dijalankan oleh staff humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya khususnya dalam publikasi yang telah terlihat di berbagai media baik elektronik, cetak dan online sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan antusias dan loyalitas karyawan PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya karena karyawan dapat melihat sendiri bahwa tempat perusahaan mereka bekerja masih sangat menjadi perhatian besar dari masyarakat dan lain sebagainya.
- h. Staff humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya selalu mempersiapkan data terlebih dahulu sebelum mendapat kunjungan dari media sehingga informasi yang akan diberikan sesuai dengan data yang *ter-update*.

IV.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil kerja praktek. Dengan adanya saran ini diharapkan PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya dapat akan semakin lebih baik lagi untuk ke depannya. Berikut saran yang dapat ditulis oleh penulis :

- a. PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya memang sudah berdiri sejak lama, namun tidak ada salahnya jika kita mengingat dan menanamkan kembali nilai-nilai yang dianut perusahaan yang nantinya akan menjadi budaya organisasi.
- b. Mempertahankan penerapan dan pengembangan strategi *media relations*, prinsip kerja *media relations*, dan cara menjalin hubungan PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya dengan berbagai media atau pers.
- c. Memaksimalkan Peran humas dalam menjalankan aktivitas media relations khususnya dalam menjalin hubungan dengan media dan mempublikasikan tentang PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya baik di media sosial maupun media media lainnya sangat penting untuk menciptakan citra baik perusahaan serta memberi ketertarikan dari masyarakat kepada KBS. Maka dari itulah peran penting PR harus lebih diposisikan secara strategis di PD.Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya.
- d. Memperbaharui setiap daftar identitas para wartawan dan media dengan baik. Alangkah baiknya untuk lebih merapikan data-data identitas para media, supaya tersusun dengan baik dan dapat mengingatnya dengan baik.
- e. Menempatkan staff humas sampai dalam strategi perusahaan khususnya untuk bisa meningkatkan minat dari masyarakat untuk tertarik dan berkunjung ke KBS. Contohnya dalam pembuatan event

event yang bersifat rutin bukan hanya pada hari hari besar dan hari-hari tertentu.

- f. Staff humas dari PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya alangkah baiknya selalu berada tempat di setiap waktu,karena sebagai seorang humas harus berada di tempat saat di perlukan,salah satu contohnya adalah pada saat rekan media datang untuk meliput dan mewawancarai staff humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya.
- g. Menjaga kebersihan dari area KBS bahkan sampai keamanan yang harus ditingkatkan. KBS merupakan tempat wisata yang menarik dan satu satunya tempat wisata yang bergerak dalam bidang perlindungan satwa serta sebagai paru-paru kota Surabaya karena berada di pusat kota Surabaya. Kelestariannya perlu dijaga, baik habitat maupun satwanya.,contohnya adalah keeper dari setiap kandang yang harus terus berada di setiap kandang hewan masing-masing dan menjaga agar hewan tidak diberi sembarang makanan oleh pengunjung dll.
- h. Memiliki sebuah WEB khusus untuk dapat diakses oleh masyarakat untuk semua kalangan seperti pada kebanyakan kebun binatang lainnya. Alangkah baiknya PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya karena media sosial seperti facebook masih sangat kurang apabila digunakan untuk PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya yang termasuk tempat konservasi dan perlindungan satwa yang cukup diunggulkan.
- i. Memberikan fasilitas khusus kepada para wartawan. PD.Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya lebih baik memberikan dari berbagai media yang hadir. Contohnya dalam memberikan fasilitas ruangan khusus dalam proses liputan dan terdapat internet yang dapat mendukung proses jalannya liputan.

- j. Mengaktifkan kembali Mading Citybank dan mading timur yang berada pada pintu masuk dan pintu keluar KBS karena mading tersebut merupakan salah satu media yang dapat dilihat langsung oleh pengunjung KBS dan dapat menjadi ketertarikan tersendiri bagi pengunjung yang melihat mading-mading tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Rumanti, Sr. Maria Assumpta. (2002). “Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik”. PT Grasindo. Jakarta

Iriantara, Yosol. 2005 *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbosa Rekatama Media

Greener, Tony. 1993. *Kiat Sukses Public Relations dan Pembentukan Citranya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Yulianita, Neni . , 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Unisba

Darmastuti, Rini 2012 . *Media Relations : Konsep, Strategi Dan Aplikasi* . Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

MEDIA ONLINE :

Humas. (2011). Kebun Binatang Surabaya Diakses dari : www.surabaya.go.id di akses tgl 13 agustus 2014 pkl: 18.00 WIB

Humas.(2014). Pemerintah serahkan pengelolaan kebun binatang Surabaya kepada walikota Diakses dari : www.setkab.go.id diakses tgl 13 agustus 2014 pkl: 18.30 WIB

WAWANCARA :

Bapak Agus Supangkat sebagai Staff Humas PD. Taman Satwa Kebun Binatang Surabaya. Wawancara dilakukan pada tanggal 5 Agustus 2014, pukul 10.00 WIB

Ibu Prametsa Febiola P. bagian Kepala Sekertariat PD. Taman Satwa Kebun
Binatang Surabaya Wawancara dilakukan pada tanggal 6 Agustus 2014, pukul
10.00 WIB