

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Usaha untuk meningkatkan branding dari Widya Mandala Hall tidak lepas dari peran para staff. Setelah penulis menjalankan kerja praktik selama enam bulan di Widya Mandala Hall sebagai *Public relations*, penulis mengetahui bahwa seorang *Public relations* memiliki peran yang cukup banyak.

Berbagai Peran *Public relations* telah dikerjakan dan berjalan baik di Widya Mandala Hall. Semua yang dikerjakan oleh *Public relations* sesuai dengan teori Peranan *Public relations*, namun masih belum melaksanakan ke empat teori tersebut. *Public relations* Widya Mandala Hall telah melakukan upaya yang baik untuk menjalin hubungan dengan publik dan menjaga citra perusahaan.

Berbagai aktivitas peran *Public relations* sudah dilakukan dengan baik oleh Widya Mandala Hall mulai dari menjalankan event, melakukan penanganan krisis, ikut menghadiri event perusahaan lain, hingga membuat press release serta membuat konten-konten untuk media sosialnya. Selama menjalankan kerja praktik, penulis juga sudah mendapat banyak pelatihan dan mengerjakan banyak tugas yang sesuai dengan peran *Public relations*.

IV.2 Saran

Berikut merupakan saran dari penulis mengenai kerja praktik yang penulis lakukan selama menjadi *Public relations* di Widya Mandala Hall agar kedepannya dapat menjadi masukan untuk mengembangkan peran *Public relations* Widya Mandala Hall yaitu menambah divisi khusus yaitu *Staff Public relations* atau humas, sehingga pekerjaan yang dilakukan oleh divisi lain dapat dijalankan dengan baik dan peran-peran *public relations* dapat dilakukan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusniadji, Suherman. (2017). Kontribusi Penggunaan Personal Selling dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. Volume 9 nomor 2.
- Prayudi, M. Agus. 2012. Peranan *Public relations* Dalam Bisnis Hospitality. Volume 3 nomor 3.
- Ruslan, R. (2017). Manajemen *Public relations & Media* Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi.
- Silviani, I. (2020). *Public relations* Sebagai Solusi Komunikasi Krisis. PT Scopindo Media Pustaka.
- Silviani, I. (2020). *Public relations* Sebagai Solusi Komunikasi Krisis. PT Scopindo Media Pustaka.
- Sumarto, Rumsari Hadi. (2016). Komunikasi Dalam Kegiatan *Public relations*. Volume 46 nomor 1.