

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi wawancara dan pembahasan penelitian dari BAB V yang telah dikemukakan sebelumnya maka peneliti mengambil kesimpulan penelitian tentang Peranan Humas PT Kereta Api Indonesia Kantor Pusat Melalui Media Monitoring Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan BUMN Bandung), yaitu sebagai berikut :

1. **Tahap Pencarian Data** yang dilakukan Humas PT Kereta Api Indonesia

Untuk Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan BumN Bandung adalah : Melakukan Media Monitoring untuk mencari fakta dan data, mencari data secara manual memanfaatkan aset sdm, mencari data melalui mesin pencari untuk memudahkan dalam pencarian berita, melakukan pengumpulan data untuk menganalisis pemberitaan yang telah dicari, melakukan content planing untuk memudahkan dalam membuat konten dan agenda setiting untuk mengumpulkan berapa banyak berita yang telah dikumpulkan, mempunyai 3 media monitoring media online, media cetak dan media sosial, isu positif: melakukan *go with the current*, isu negatif : *Early Warning*

2. **Tahap Perencanaan** yang dilakukan Humas PT Kereta Api Indonesia

Untuk Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan BumN Bandung adalah : Melakukan tracing pemberitaan agar memudahkan dalam

pemberitaan , melakukan komunikasi krisis untuk memberikan informasi yang akurat

3. **Tahap Komunikasi** yang dilakukan Humas PT Kereta Api Indonesia Untuk Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan Bumh Bandung adalah : Mencari Fakta yang Aktual untuk memastikan informasi, menjalankan Komunikasi persuasif untuk informasi yang relevan
4. **Tahap Evaluasi** Komunikasi yang dilakukan Humas PT Kereta Api Indonesia Untuk Mempertahankan Citra Perusahaan Di Kalangan Bumh Bandung adalah : melakukan koordinasi untuk mendapat informasi, mengambil inisiatif untuk memantau kondisi, memastikan semua alat/unit berfungsi dengan baik.
5. peranan humas dalam media monitoring, sebagaimana dijelaskan pentingnya humas dalam memantau dan mengelola citra perusahaan melalui pengawasan media. Media monitoring memberikan humas kemampuan untuk terus mengikuti tren dan isu yang berkembang di masyarakat terkait perusahaan, baik dari media cetak, online, maupun sosial. Dengan informasi yang akurat dan tepat, humas dapat merespons isu negatif secara cepat serta memanfaatkan pemberitaan positif untuk memperkuat citra perusahaan. Peran Humas yang didasarkan pada analisis data dari media monitoring lebih efektif dalam mencapai audiens yang tepat. Dengan memahami tren dan pola dari data media, humas dapat menyusun pesan yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik audiens.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya ada beberapa saran yang mungkin bisa bermanfaat untuk Humas PT.KAI sebagai masukan antara lain:

- a. Humas PT KAI sebaiknya mengembangkan evaluasi yang lebih mendalam dan berkelanjutan berdasarkan hasil monitoring media. Evaluasi ini tidak hanya mencakup komunikasi yang dilakukan, tetapi juga harus mencakup analisis isu-isu yang muncul dari data monitoring media. Dengan demikian, Humas PT. KAI dapat menyesuaikan media monitoring untuk lebih sesuai dengan citra perusahaan dikalangan BUMN Bandung.
- b. Untuk memastikan efektivitas monitoring media, penting bagi Humas PT KAI untuk meningkatkan koordinasi antar tim-tim terkait, terutama dalam tahap pengumpulan data, tahap perencanaan, tahap komunikasi dan tahap evaluasi. Kerja sama yang baik akan membantu dalam memperoleh informasi yang lebih akurat dan relevan, serta dalam menjalankan komunikasi krisis secara lebih efektif