

## BAB III

### PENUTUP



#### 3.1 KESIMPULAN

1. Public Relations merupakan sebuah proses yang berkesinambungan yang dilakukan manajemen untuk mendapatkan pemahaman dan goodwill, baik dari konsumen, karyawan maupun masyarakat luas.
2. PT PLN merupakan suatu industri yang bergerak dibidang jasa tenaga listrik. merasa perlu adanya sentuhan-sentuhan kegiatan Humas dengan menerapkan strategi Humas.
3. Dalam struktur organisasi PT PLN (Persero) Distribusi Jabar dan Banten posisi Humas belum berdiri sendiri / belum state of being tetapi berada dibawah manajer administrasi hukum dan komunikasi.
4. Kliping dibuat dengan tujuan mengetahui apa yang selama ini dilakukan oleh perusahaan ditanggapi oleh masyarakat melalui media massa.
5. Fungsi iklan adalah memberikan penerangan dan informasi tentang sesuatu barang/jasa, gagasan yang lebih diketahui oleh suatu pihak dan dijual kepada pihak yang lain agar ikut mengetahuinya.

#### 3.2 SARAN

##### 3.2.1 Saran-saran

1. Fungsi Humas PT PLN (Persero) Distribusi Jabar dan Banten belum mendapatkan posisi yang terpisah dari bagian hukum dan komunikasi.

2. Media internal harus lebih ditingkatkan lagi dan disosialisasikan kepada para karyawannya.
3. Belum ada pejabat khusus yang menangani kegiatan Humas secara tersfesifikasi.

### **3.2.2 Saran-saran untuk mahasiswa PKL selanjutnya**

Untuk mahasiswa Praktek Kerja Lapangan selanjutnya agar mahasiswa tersebut melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di perusahaan yang bidang Humasnya telah melembaga atau state of being.

