

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini, merupakan tahap akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Dalam bab ini, peneliti akan menguraikan kesimpulan dari seluruh hasil penelitian, serta memberikan saran yang dianggap relevan untuk PT. Pindad Bandung dan bagi peneliti selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

1. Peran Public Relations Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung sebagai fasilitator dalam membangun hubungan baik dengan media massa merupakan aspek krusial dalam strategi komunikasi perusahaan. Dalam menjalankan fungsi ini, Departemen Komunikasi Korporat bertindak sebagai jembatan penghubung yang efektif antara perusahaan dan publik eksternal, khususnya media massa. Melalui kegiatan media relations yang terencana, seperti penyediaan press release, pengadaan press conference, dan penyelenggaraan media gathering, serta dukungan fasilitas seperti Media Center, departemen ini mampu memfasilitasi komunikasi yang responsif dan terbuka. Hasil dari upaya ini terlihat dari meningkatnya kuantitas dan kualitas pemberitaan mengenai PT. Pindad di berbagai media, yang pada gilirannya mendukung penciptaan citra positif perusahaan. Namun, meskipun telah ada berbagai langkah positif yang dilakukan, masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal menjembatani komunikasi antara perusahaan dan

media secara lebih luas. Public Relations Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung disarankan untuk lebih memperhatikan feedback dari pihak media guna meningkatkan strategi hubungan media, sehingga dapat menjangkau dan mengelola hubungan dengan berbagai platform media dengan lebih efektif. Secara keseluruhan, peran fasilitator yang dijalankan oleh Public Relations Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung menunjukkan pentingnya keberadaan mediator yang tidak hanya mengurus logistik, tetapi juga menjaga dan membangun komunikasi yang efektif. Dengan demikian, Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung telah berhasil memainkan peran penting dalam mendukung upaya perusahaan untuk membangun citra yang positif di mata publik melalui hubungan yang baik dengan media massa.

2. Publikasi pada penelitian ini adalah penyampaian informasi. Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung telah menunjukkan peran yang signifikan dalam menyampaikan informasi yang akurat dan terkini kepada publik, dengan mengedepankan prinsip transparansi dan kejelasan. Kolaborasi intensif dengan berbagai media, termasuk cetak, online, radio, dan televisi, merupakan strategi efektif untuk memahami dan mengelola situasi serta potensi perkembangan media selama pelaksanaan publikasi. Melalui strategi konvergensi media, departemen ini mampu mendistribusikan informasi dalam berbagai format, seperti teks, gambar, dan video, yang memungkinkan pesan-pesan perusahaan lebih mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas dan beragam. Pendekatan ini tidak

hanya memperluas jangkauan informasi tetapi juga memperkuat citra positif PT. Pindad di mata publik.

Meskipun upaya signifikan telah dilakukan untuk memastikan akurasi dan transparansi informasi, masih ada peluang untuk meningkatkan transparansi terkait proses internal perusahaan. Peningkatan transparansi ini penting untuk lebih jauh mendukung kepercayaan media dan masyarakat terhadap PT. Pindad. Kombinasi dari akurasi informasi, keterbukaan, dan strategi konvergensi media yang efektif mencerminkan komitmen berkelanjutan Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung dalam membangun saluran komunikasi yang inklusif, serta memperkuat pemahaman dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

3. Lobbying pada penelitian ini, Public Relations Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung memainkan peran penting dalam kegiatan lobbying untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa. Dengan mengedepankan komunikasi yang jelas, objektif, dan transparan, departemen ini berhasil menyampaikan informasi yang akurat dan terkini kepada publik serta pihak media. Lobbying yang dilakukan tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk mempengaruhi persepsi publik dan pihak berkepentingan melalui strategi komunikasi yang efektif dan persuasif. Sebagai perancang pesan, Public Relations memastikan bahwa informasi yang disampaikan selalu bersifat positif, relevan, dan mampu membentuk sudut pandang yang mendukung citra PT. Pindad. Dengan demikian, peran lobbying yang dijalankan tidak

hanya mendukung kegiatan jurnalistik tetapi juga memainkan peran integral dalam menciptakan pemahaman yang lebih baik antara PT. Pindad dan media massa, serta memperkuat citra positif perusahaan di mata publik.

4. Public Relations Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung memainkan peran krusial dalam membangun hubungan baik dengan media massa melalui 3 fungsi utama yaitu: fasilitator, publikasi, dan lobbying. Sebagai fasilitator, mereka berhasil menciptakan lingkungan komunikasi yang terbuka dan memotivasi, meskipun ada ruang untuk perbaikan dalam menjembatani komunikasi secara lebih luas dengan media. Dalam fungsi publikasi, departemen ini menunjukkan komitmen yang kuat untuk menyampaikan informasi yang akurat, transparan, dan menggunakan strategi konvergensi media untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam hal lobbying, Public Relations tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berperan sebagai perancang pesan yang mempengaruhi opini dan pandangan publik serta pihak berkepentingan. Pendekatan persuasif dan kolaborasi erat dengan berbagai platform media menunjukkan pemahaman mendalam akan pentingnya distribusi informasi yang efektif dan luas. Secara keseluruhan, upaya ini mencerminkan integralitas peran Public Relations dalam menciptakan saluran komunikasi yang inklusif, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat citra positif.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung

1. Meskipun Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad Bandung telah berhasil membangun hubungan baik dengan media massa melalui berbagai cara. Namun, masih ada ruang untuk meningkatkan transparansi, terutama terkait proses internal perusahaan. Dengan memberikan akses yang lebih luas dan informasi yang dapat dipilah lebih mendalam kepada media, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan media dan publik terhadap PT. Pindad. Keterbukaan ini juga dapat mendukung citra positif perusahaan dan meminimalkan potensi miskomunikasi.
2. Feedback dari pihak media merupakan aset penting dalam mengembangkan komunikasi yang lebih efektif. Departemen Komunikasi Korporat PT. Pindad sebaiknya secara rutin mengevaluasi dan memperhatikan masukan dari media untuk memperbaiki dan menyempurnakan pendekatan komunikasi mereka. Dengan menyesuaikan strategi berdasarkan feedback, departemen ini dapat menjembatani hubungan yang lebih erat dan produktif dengan media massa, yang pada akhirnya akan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya melibatkan beberapa aspek yang dapat meningkatkan kualitas dan efektivitas penelitian, dengan saran sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mendalami literatur dan mencari referensi yang relevan dengan topik penelitian. Ini bertujuan agar peneliti

memperoleh wawasan yang lebih luas dan mendalam mengenai masalah yang diteliti.

2. Penting bagi peneliti selanjutnya untuk mempersiapkan diri secara fisik dan mental sebelum melaksanakan penelitian. Kesiapan ini mencakup aspek kesehatan dan kesiapan mental agar dapat menghadapi tantangan dan tekanan yang mungkin muncul selama penelitian.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengelola waktu penelitian dengan baik. Dengan manajemen waktu yang efisien, penelitian dapat berjalan maksimal dan menghasilkan data yang berkualitas.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih gesit dalam mencari informan yang relevan dan gencar dalam mencari jawaban terkait dengan pertanyaan penelitian. Interaksi aktif dengan informan dapat memperkaya data dan mendukung kelengkapan yang dapat ditemukan selama penelitian.