BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil praktek kerja lapangan ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. PT. Pos Indonesia adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa khususnya pengiriman. Pengiriman ini berupa surat, dokemen, uang dan pengiriman berupa barang.
2. *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) berada dibawah naungan Sekretaris perusahaan. Artinya *Public Relations* perusahaan ini belum *state of being* karena divisi PR PT. Pos Indonesia (Persero) belum terbentuk dalam divisi tersendiri.
3. *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan pihak *eksternal* yaitu dengan melakukan publikasi perusahaan seperti penulisan *news release*, serta melakukan juga kegiatan sosial atau *Coorporate Social Responsibility* (CSR) seperti buka bersama anak yatim. Selain itu, *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) juga memilik kegiatan *internal* rutin yang dilakukan perusahaannya dimana bertujuan

untuk membina hubungan baik di *public internal* perusahaan seperti acara *Halal Bil Halal* antara pimpinan beserta semua staff karyawan.

4. Kegiatan selama melaksanakan praktek kerja lapangan di PT. Pos Indonesia (Persero) bagian *Public Relations* adalah *menginput* surat masuk, surat keluar dan disposisi dari perusahaan lain, menstempel amplop perusahaan, membuat *News Release*, menganalisa proposal masuk melalui S.W.A.T, mengikuti acara buka bersama anak yatim, mengikuti acara *Halal Bil Halal* pihak *internal* perusahaan, mendistribusi surat undangan dan membuat laporan evaluasi kegiatan buka bersama.
5. Kinerja dan komunikasi yang dijalankan *Public Relations* di PT. Pos Indonesia (Persero) sudah efektif serta baik dalam memberikan informasi perusahaan kepada *public internal* dan mapun juga *public eksternal*.

3.2 Saran

Adapun saran yang akan penulis berikan yaitu untuk perusahaan atau dalam kata lain untuk bagian *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) dan untuk mahasiswa PKL Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas yang selanjutnya.

3.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam laporan PKL ini, maka penulis memberikan saran-saran bagi pihak perusahaan sebagai berikut:

1. Sebaiknya *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) dibentuk sebagai divisi yang tersendiri tanpa dibawah naungan dari divisi lainnya sehingga dapat menjadi *state of being*. Tujuannya disini agar kinerja dari PR dapat terlaksana dengan maksimal untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan terhadap *public*, baik dari *public internal* maupun *public eksternal* sehingga citra baik dari perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) dapat tetap bertahan dan terus meningkat.
2. Sebaiknya *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) lebih aktif lagi dalam mengadakan acara bakti sosial atau *Coorporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih mendekatkan dengan khalayak umum. Banyak kegiatan yang menyangkut kegiatan tersebut seperti contohnya donor darah, gerak jalan, *fun bike*, penanaman pohon, serta bakti sosial bersama pemerintah dan masyarakat. Selain melakukan acara sosial, kegiatan tersebut juga bisa meningkatkan nama dan eksistensi dari perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) yang beberapa tahun belakangan ini namanya mulai meredup.
3. Sebaiknya *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) lebih aktif pula dalam hal pensponsoran di beberapa acara karena cara tersebut

cukup baik untuk meningkatkan pencitraan dan eksistensinya di mata publik terlepas dari acara CSR diatas.

4. Sebaiknya *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) lebih meningkatkan kegiatan *internal* bagi karyawannya seperti *coffee morning* yang dilakukan pada hari tertentu dengan sekedar meminum kopi dan teh dipagi hari sebelum jam kantor dimulai atau *get together* dengan pergi kesuatu tempat rekreasi seperti *outbond* dengan mengikut sertakan keluarga para karyawannya agar tercipta suasana kerja yang kondusif dan kekeluargaan serta tidak menimbulkan hal-hal *negative* di lingkungan *internal* perusahaan.
5. Sebaiknya letak kantor bagian *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) tidak terpisah dengan kantor pusatnya agar alur komunikasi antar setiap divisi dapat berjalan dengan lancar karena *Public Relations* merupakan bagian yang penting dalam sebuah perusahaan.

3.2.2 Saran Untuk Mahasiswa PKL

Penulis juga akan memberikan saran-saran bagi siapapun yang akan menjalani PKL di tempat yang serupa khususnya bagi keilmuan Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas. Saran tersebut antara lain:

1. Bagi mahasiswa PKL untuk selalu disiplin dalam melaksanakan PKL yaitu datang dan pulang tepat waktu sesuai dengan jadwal yang ditentukan oleh pihak perusahaan.
2. Bagi mahasiswa PKL, praktek kerja lapangan ini dapat dijadikan sebagai bahan aplikasi teori dan praktek yang didapat mahasiswa selama perkuliahan. Maka dari itu lakukanlah dengan serius dan sungguh-sungguh sebagai latihan kelatihan mental dan kepercayaan diri dalam memasuki dunia kerja yang sesungguhnya dimasa yang akan datang.
3. Bagi mahasiswa PKL harus lebih aktif lagi bertanya bila mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas yang diberikan, agar adanya kepuasan hasil dalam bekerja di tempat PKL.
4. Mahasiswa PKL harus teliti dan bertanggung jawab pada tugas yang diberikan, agar mendapatkan kredibilitas yang baik dari pihak perusahaan.
5. Mahasiswa PKL harus dapat bersosialisasi dengan baik dengan Divisi lainnya, agar terjalin relasi yang baik dan juga uji kemampuan untuk membangun percaya diri.
6. Bagi mahasiswa PKL yang telah menyelesaikan masa Praktek Kerja Lapangan untuk selalu menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan yakni dengan tetap menjalin silaturahmi.