BABV

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui proses analisis, observasi dan berbagai pembahasan, maka kesimpulan penelitian terhadap "Strategi Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung Untuk Meningkatkan Informasi Mengenai Kereta Api Keapada Setiap Divisi Melalui Penyebaran Kliping" adalah sebagai berikut :

1. Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung mempunyai perencanaan, baik perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang, dimana perencanaan tersebut menentukan tujuan dari segala sesuatu kegiatan yang dilakukan. Yakni meningkatkan pemahaman karyawan yang ada pada setiap divisi tentang apa itu kliping, apakah kegiatan penyebaran kliping yang dilakukan Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung mendapat respon yang baik atau tidak dari para karyawan pada setiap divisi khususnya mengenai penyebaran 'Kliping' tersebut.
2. Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung mempunyai suatu cara untuk meningkatkan informasi mengenai kereta api kepada setiap divisi. Bentuk daripada penyampaiannya dilakukan melalui penyebaran kliping kepada setiap divisi atau unit lain. Adapun informasi yang disampaikan melalui email/ website yang secara langsung dikirimkan kepada pejabat-pejabat PT. Kereta Api (Persero) Bandung.

3. Dengan adanya penyebaran kliping untuk meningkatkan informasi kepada setiap karyawan ada beberapa perspektif dari Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung. Menurutnya kliping sangat penting karena sebagai barometer atau alat kontrol mengenai baik buruknya berita mengenai perusahaan dan dengan adanya kliping informasi cepat untuk diterima oleh para karyawan yang ada pada setiap divisi, diharapkan pula adanya feedback (timbal balik) dari para karyawan yang ada pada setiap divisi mengenai berita-berita yang sudah dikemas dalam sebuah media komunikasi yaitu 'KLIPING'.
4. Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung melaksanakan strategi guna untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu untuk meningkatkan informasi mengenai kereta api kepada setiap divisi melalui penyebaran kliping.

4.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- **Bagi Perusahaan :**

1. Public Relations PT. Kereta Api (Persero) Pusat Bandung senantiasa membina hubungan baik dengan para karyawan pada setiap divisi, seperti lebih mengoptimalkan media komunikasi, baik media internal maupun media eksternal dengan lebih sering menyampaikan infomasi mengenai kereta api agar kebutuhan informasi para karyawan terpenuhi.
2. Untuk kedepannya penyebaran informasi mengenai kereta api diharapakan sudah menggunakan media online, agar bisa menghemat waktu dan lebih efektif dan informasi yang didapat oleh para karyawan pada setiap divisi lebih cepat diterima.
3. Adanya koneksi Internet di setiap ruang kerja yang belum optimal yang mengakibatkan pola kerja yang belum mencapai maksimal karena keterbatasan sarana internet.
4. Sebaiknya Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung lebih meningkatkan SDM (Sumber Daya Manusia), baik kualitas dan kuantitasnya dengan cara menambah

pengetahuan sesuai dengan spesifikasi keilmuan khususnya ilmu humas.

- **Bagi Peneliti Selanjutnya**

  Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi secara umum dan penelitian sejenis secara khusus.