BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Merujuk pada kegiatan praktek kerja lapangan di PT Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung, maka Penulis akan mencoba memberikan beberapa kesimpulan, sebagai berikut :

1. Penulis dapat mengetahui dan memahami mengenai kinerja Humas PT Kereta Api (Persero) Daop 2 Bandung, baik itu kegiatan internal maupun eksternal. Kegiatan Humas adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya berfungsi untuk membina hubungan baik dan meningkatkan citra positif. Berdasarkan jenis publiknya, kegiatan Humas terbagi menjadi dua, yaitu :
    - Kegiatan Internal merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi/perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya. Melalui kegiatan Internal Humas diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar. Kegiatan internal humas PT Kereta Api Daop 2 Bandung

meliputi Senam pagi, *house journal* perusahaan dan distribusi hasil kliping media cetak kepada seluruh divisi perusahaan.

- Kegiatan eksternal ini ditujukan untuk publik eksternal organisasi/perusahaan, yaitu keseluruhan elemen yang berada di luar perusahaan yang tidak berkaitan secara langsung dengan perusahaan, seperti masyarakat sekitar perusahaan, pers, pemerintah, konsumen, pesaing dan lain sebagainya. Melalui kegiatan eksternal ini, diharapkan dapat menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik eksternal kepada perusahaan. Dengan begitu maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara organisasi/ perusahaan dengan publik eksternalnya, sehingga dapat menimbulkan citra baik atas perusahaan dimata publiknya. Kegiatan eksternal humas PT Kereta Api (Persero) Daop 2 Bandung, meliputi :
    - *Media Relations* : Kliping media cetak, analisis kliping media cetak, dan Peluncuran tiket online.
    - *Government Relations* : Kunjungan kerja Dinas Perhubungan
    - *Customers Relations* : Poster layanan masyarakat, pelayanan tiket online, dan ricek harga tiket lebaran 2010.

2. Penulis mendapat pembelajaran mengenai media informasi perusahaan atau *house journal*. Media informasi PT Kereta Api (Persero) ini bernama KONTAK terbit tiap minggu, KONTAK ini merupakan media informasi atau media internal yang dapat menghubungkan antara karyawan dengan pemimpinnya.

3. Penulis dapat mengaplikasikan ilmu photografi yang di dapat dari bangku kuliah untuk mendokumentasikan kegiatan humas Daop 2 Bandung selama praktek kerja lapangan.
4. Penulis dapat mengetahui produk dan jasa dari PT Kereta Api (Persero), yaitu berupa informasi harga tiket Lebaran 2010 dan jadwal keberangkatan kereta api.
5. Praktek kerja lapangan ini dapat menjadi pengalaman yang pertama dan sangat menarik, karena Penulis dapat mengaplikasi ilmu *public relations* yang di dapat dari bangku kuliah pada lingkungan pekerjaan *public relations* secara nyata.
6. Melalui kegiatan praktek kerja lapangan ini, maka dapat terjalin suatu hubungan baik dan harmonis antara Penulis dengan karyawan humas PT Kereta Api Daop 2 Bandung.

3.2 Saran -Saran

3.2.1 Saran untuk Humas PT Kereta Api Daop 2 Bandung

- Pada kegiatan kliping media cetak, sebaiknya waktu yang digunakan lebih efisien dan tepat waktu, agar divisi lain daop 2 Bandung tidak telat dalam mendapatkan berita terkini tentang perusahaan dari media cetak.
- Pelayanan tiket *Online,* sering dikeluhkan masayarakat atau pengguna kereta api, terkait dari aplikasi yang kurang dapat dimengerti masyarakat umum. Sebaiknya PT Kereta Api menyederhanakan dan mempermudah pelayanan tiket online.

- Humas Daop 2 Bandung, harus memiliki sikap tegas terhadap peserta praktek kerja lapangan agar mematuhi peraturan kehadiran dan jam kerja perusahaan.
- Humas Daop 2 Bandung sebaiknya mengikutsertakan juga peserta praktek kerja lapangan dalam kegiatan humas perusahaan, agar kegiatan peserta praktek kerja lapangan tidak mononton.
- Untuk kuota penerimaan peserta praktek kerja lapangan, sebaiknya diperhatikan dengan situasi tempat kerja perusahaan.

3.2.2 Saran untuk Mahasiswa (Peserta Praktek kerja lapangan)

- Sebelum melaksanakan praktek kerja lapangan, peserta wajib mempelajari tujuan tempat praktek kerja lapangan dan tugas yang akan dilaksanakan.
- Peserta praktek kerja lapangan harus mempelajari *attitude*, *softkill*, budaya kerja, dan ilmu yang diperlukan untuk menunjang kegiatan praktek kerja lapangan.
- Peserta praktek kerja lapangan harus berperan aktif dalam kegiatan perusahaan, membina hubungan baik dan mematuhi aturan yang berlaku atau disiplin.
- Setelah melaksanakan praktek kerja lapangan, peserta praktek kerja lapangan dapat memberikan kenang-kenangan atau tanda jasa sederhana sebagai tanda ucapan terima kasih atas kerjasama yang telah diberikan.