BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian dari indicator variabel yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Analisis** *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) melalui situs jejaring sosial *Facebook* dalam menyampaikan informasi kepada pelanggannya yaitu melalui dua tahap, tahap pertama yaitu pada saat merencanakan pembuatan program *Facebook* Pos Indonesia. Analisis tersebut dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap perkembangan di lingkungan masyarakat. Tahap berikutnya adalah menganalisis mengenai informasi yang disampaikan. Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan. Adapun analisis dilakukan terhadap respon yang diberikan oleh pelanggan.
2. **Konseling** *Public Re*lations PT. Pos Indonesia (Persero) melalui situs jejaring sosial *Facebook* dalam menyampaikan informasi kepada pelanggannya adalah berkonsultasi dengan bagian-bagian terkait dalam PT. Pos Indonesia (Persero), di antaranya yaitu Bagian Marketing, Bagian Pelayanan Pelanggan, dan UPT-UPT. Konseling berkaitan dengan

pembuatan keputusan, di mana akan dilaksanakannya program *Public Relations* berdasarkan analisis yang telah dilakukan.

3. **Komunikasi** *Public Relations* (PT. Pos Indonesia (Persero) melalui situs jejaring sosial *Facebook* dalam menyampaikan informasi kepada pelanggannya yaitu berupa penyampaian informasi melalui *Facebook* Pos Indonesia yang dilakukan setiap harinya. Informasi yang disampaikan berupa produk-produk, kegiatan perusahaan atau *corporate event*, maupun kegiatan sehari-hari Pos Indonesia seperti jadwal kantor dan lain sebagainya.
4. **Evaluasi***Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) melalui situs jejaring sosial *Facebook* dalam menyampaikan informasi kepada pelanggannya berupa penilaian terhadap informasi yang telah disampaikan, bagaimana penyampaiannya, bagaimana isi serta kejelasannya, serta bagaimana tanggapan dari pelanggan terkait informasi tersebut maupun keluhan dari pelanggan. Evaluasi juga dilakukan terhadap jumlah pelanggan yang tergabung dengan *Facebook* Pos Indonesia. Hal ini dilakukan untuk menilai apakah informasi yang disampaikan telah sesuai serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Setelah itu juga melakukan evaluasi terhadap penanganan keluhan pelanggan.
5. **Peranan** *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan melalui situs jejaring sosial Facebook dinilai dari langkah-langkah yang disebutkan di atas, yakni analisis, konseling, komunikasi, dan evaluasi. Dengan melihat langkah-

langkah yang telah dilakukan oleh*Public Relations*, menunjukkan bahwa *Public Relations* telah berperan sesuai dengan tanggungjawabnya yaitu dalam menyampaikan informasi yangsesuai dengan kebutuhan pelanggan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Untuk *Public Relations*PT. Pos Indonesia (Persero)

1. Kiranya *Public Relations* dalam hal ini Admin lebih aktif lagi dalam memberikan tanggapan atau jawaban terkait dengan pertanyaan atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.
2. *Public Relations* juga perlu meningkatkan frekuensi penyampaian informasi secara detail dilihat dari setiap reaksi pelanggan yang berantusias untuk mengetahui informasi tersebut, di samping agar pelanggan selalu diingatkan mengenai produk dan pelayanan dari Pos Indonesia.
3. Kiranya dapat mengadakan program seperti kuis melalui *Facebook* Pos Indonesia di mana dapat meningkatkan minat pelanggan untuk mencari informasi melalui *Facebook* Pos Indonesia.
4. Terkait dengan keluhan pelanggan, kiranya *Public Relations* dapat memberikan informasi yang tepat dan jelas kepada pelanggan tersebut agar tidak menimbulkan salah pengertian.
5. Diharapkan *Public Relations* untuk merancang program-program yang dapat meningkatkan kedekatan atau hubungan

yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya melalui *Facebook* Pos Indonesia.

5.2.2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Pada penelitian ini sebaiknya peneliti selanjutnya **menyiapkan waktu yang panjang** mengingat kondisi di lapangan tidak selamanya sama seperti yang diperkirakan, sehingga perlunya **mengatur waktu** dalam mengerjakan bab-bab sebelumnya yakni 1, 2, dan 3 agar akan ada waktu yang cukup untuk mengadakan penelitian di lapangan.
2. **Pergunakan waktu** semaksimal mungkin untuk pengolahan data serta pembahasannya karena meskipun data sudah terkumpul kita perlu lagi mengkaji pustaka untuk membandingkan dengan teori-teori yang sesuai yang telah ada.