# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Setelah melalui proses analisis, observasi dan berbagai pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian terhadap "Strategi Humas PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten Melalui Program *Sosialisasi Web and Call Center* dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat , adalah sebagai berikut :

1. Sebelum sosialisasi web and call center di lakukan PT PLN terlebih dahulu melakukan pengenalan khalayak, dengan cara mengetahui kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari :
    a. Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan
    b. Kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang di gunakan
    c. Pengetahuan khalayak terhadap pembendaharaan kata-kata yang di gunakan
    d. Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelopok dan masyarakat yang ada dan Situasi di mana khalayak itu berada.
2. Pesan yang terkandung dalam program Sosialisasi *Web and Call Center* ini adalah mengkomunikasikan dan memastikan khalayak di lapangan mengetahui, bahwa PT . PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten Mengadakan Pelayan terbaru yaitu Program *Web and Call Center* yang

tentunya dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses pelayanan yang terkait dengan PT.PLN DJBB.

3. Penetapan metoda yang di pakai oleh humas PT.PLN DJBB adalah metoda informatif dan persuasif, karena program sosialisasi *web and call center* ini adalah tempat di mana khalayak dapat memperoleh semua informasi terkait tentang pelayanan yang di sediakan oleh PT.PLN DJBB.Dengan penetapan metoda informatif dan persuasif ini , tentunya PT.PLN sudah meikirnnya terlebih dahulu , metoda seperti apa yang cocok dalam keberlangsungan program *web and call center* ini agar dapat menarik minat masyarakat dalam menggunakan *web and call center*,karena dapat dengan mudah di akses kapanpun dan di manapun.
4. Media yang digunakan oleh PT. PLN DJBB sudah tepat sasaran. Perencanaan yang matang terhadap suatu konsep iklan dan media apa yang digunakan sangat menentukan keberhasilan suatu kegiatan periklanan. Periklanan yang dilaksanakan oleh PT. PLN DJBB melalui media dimaksudkan untuk membuat Program Sosialisasi *Wen and Call Center* lebih dikenal dan di ingat terus oleh kahalayak tentunya dan mempertahankan pelanggan sudah dari dulu menjadiakn PT.PLN sebagai kepercayaannya. Dari proses periklanan yang dilaksanakan pada akhirnya adalah untuk mendatangkan pendapatan bagi PT. PLN DJBB.

   PT PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten menggunakan beberapa media dalam mendukung program Sosisialisasi *Web and Call Center* di antaranya adalah:

a) Televisi
b) Radio
c) Spanduk
d) Sticker
e) Flayer
f) Koran
g) Internet

5. Strategi Komunikasi Humas PT PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten Melalui Program Sosialisasi *Web and Call Center* sudah di lakukan sesuai dengan pengenalan khalayak,penyampaian pesan,penetapan metoda dan penggunaan mediayang di tetapkan. Dengan harapan dapat Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat.

## 5.2 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 :

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Di harapkan perusahaan PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten dapat meningkatkan lagi kinerja dan kerjasama dalam kegiatan yang akan datang.Karena hal ini dapat meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan tentunya akan berpengaruh bagi perusahaan.

2. Di harapkan agar terus selalu melayani masyarakat dengan pelayanan-pelayanan yang lebih mudah di akses dan cepat di terima oleh masyarakat.
3. Agar selalu menciptakan inovasi terbaru dalam bentuk pelayanan karena pelayanan bagi masyarakat adalah segala-galanya

### 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

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