

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dengan studi deskriptif kualitatif yang mana pengambilan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi pada seksi SPR Humas PT INALUM (Persero), maka dapat disimpulkan sebagaimana berikut ini:

1. Media massa, yang mana digunakan sebagai saluran pendistribusian informasi oleh organisasi, menjadi salah satu pola komunikasi yang diterapkan humas atau *public relations* untuk membina hubungan dengan publiknya.
2. Humas PT INALUM (Persero) memiliki dua bagian tugas, yaitu bagian Hubungan Masyarakat dan Administrasi. Humas menjalankan tugas dan fungsinya sebagaimana PR pada umumnya, beserta ruang lingkupnya.
3. Berbagai jenis relasi antara humas dengan khalayak perusahaan dapat ditinjau dari Teori Ruang Lingkup Komunikasi yang menjelaskan tentang hubungan ke dalam (pihak internal) serta hubungan keluar (pihak eksternal perusahaan). Teori ini juga sebagai penghubung aspek-aspek PR yang terbagi ke dalam dua saluran: publik internal dan publik eksternal perusahaan.
4. Dalam aspek PR, publik internal PT INALUM (Persero) mencakup ke dalam *employee relations* dan *shareholder relations* (terdiri dari karyawan serta para pemangku amanah-pemerintah). Sedangkan untuk publik eksternal mencakup *community, government, press, educational, dan banking relations*. Publik

eksternal adalah pembeli produk aluminium, komunitas, pemerintahan setempat (daerah), media lokal yang bekerja sama dengan INALUM, mitra penerima bantuan, serta bank yang bekerja sama.

Keberhasilan program kerja PR tidak dilihat dari seberapa banyaknya program tersebut dan berapa yang berhasil. Keberhasilan PR sebagai jembatan antara perusahaan dan publiknya (internal dan eksternal) diukur dari seberapa efektif, berpengaruh, dan bermanfaatnya program tersebut dalam hajat hidup orang banyak. PR PT INALUM (Persero) sudah memberikan bagian terbaiknya dalam menjalankan tugas pokok dan tanggung jawab PR dalam perusahaan PT Indonesia Asahan Aluminium (Persero).