

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara serta pembahasan dan uraian yang telah penulis sajikan maka, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan melalui *plant visit* di PT Krakatau Steel (Persero) Tbk sepenuhnya mengacu pada komunikasi yang efektif. Proses tersebut telah dijabarkan oleh Cutlip & Center yang mana pada proses ini terdiri dari *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluation*. Melalui proses pendekatan manajerial tersebut seluruh bentuk kegiatan akan dirumuskan oleh Divisi *Corporate Communication* selaku divisi yang akan memaksimalkan tugas dan fungsi Humas di PT Krakatau Steel (Persero) Tbk.

Melalui kegiatan *plant visit*, para tamu kunjungan dapat memperoleh informasi yang diharapkan sesuai materi yang disampaikan oleh *Public Relations External*. Sehingga dengan adanya informasi atau pesan yang diperoleh oleh para tamu kunjungan terhadap kegiatan *plant visit* tersebut dapat memberi kesan atau tanggapan positif/baik mengenai PT Krakatau Steel (Persero) Tbk.

5.2 Kritik

Dalam penelitian ini, kritik dan saran sangat dibutuhkan oleh pihak organisasi. Dengan demikian penulis mempunyai kritik yang akan disampaikan melalui laporan skripsi yang sekiranya menjadi masukan dalam upaya perbaikan kepada pihak PT Krakatau Steel (Persero) Tbk untuk menjadi lebih baik lagi dan unggul, yaitu sebagai berikut:

1. Kegiatan *plant visit* hanya dilakukan selama 1 kali dalam 1 minggu. Akan lebih baik apabila dilakukan selama 2 kali dalam 1 minggu karena banyaknya masyarakat yang sangat antusias terhadap kegiatan *plant visit* serta agar tidak terjadi penumpukan daftar tamu kunjungan yang ingin mengikuti kegiatan ini.
2. Kurangnya personel di lapangan yang turut membantu pada saat memandu jalannya kegiatan *plant visit*. Jika hanya mengandalkan 1 (satu) orang personel saja dirasa kurang mampu untuk mengawasi segala bentuk aktivitas para tamu kunjungan pada saat memasuki *plant* demi mencegah terjadinya kecelakaan atau insiden di lapangan karena banyaknya pabrik yang masih beroperasi.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Bagi Pihak Organisasi

- a. Pada kegiatan *plant visit*, sebaiknya pihak perusahaan lebih memperhatikan lagi saran yang diberikan oleh peserta tamu

kunjungan. Karena saran yang diberikan oleh tamu kunjungan akan sangat berarti untuk kegiatan *plant visit* selanjutnya sekaligus sebagai upaya strategi untuk pembentukan kegiatan atau program *plant visit* yang lebih baik lagi.

- b. Dengan adanya evaluasi sebagai bahan penilaian terhadap kegiatan *plant visit* agar segera diwujudkan dalam bentuk pemanfaatan aplikasi. Hal tersebut agar memudahkan para tamu kunjungan yang berjumlah ratusan orang.

5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih dapat melakukan observasi supaya memperoleh data yang dapat menguatkan penelitian.
- b. Pada penelitian ini, penulis hanya menjelaskan bagaimana strategi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan melalui *plant visit*, padahal penelitian ini bisa saja digunakan dengan metode kuantitatif agar dapat mengukur sejauh mana kepuasan para tamu kunjungan terhadap kegiatan *plant visit* di PT Krakatau Steel (Persero) Tbk.