

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen *public relations* dalam mempertahankan citra lembaga RRI Yogyakarta dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan, sebagaimana dalam teori manajemen PR Cutlip, Center, dan Broom: mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, tindakan dan komunikasi, dan evaluasi program.

Pada tahap **mendefinisikan masalah**, RRI Yogyakarta menyadari adanya tantangan dalam menjangkau khalayak muda, menjaga relevansi kelembagaan di tengah dinamika media digital dan perubahan pola konsumsi informasi, serta memperkuat identitas kelembagaan yang masih sering disalahpahami oleh sebagian masyarakat, khususnya terkait perbedaan peran antara RRI dan TVRI. Pemahaman terhadap masalah tersebut menjadi dasar bagi RRI dalam merumuskan strategi komunikasi yang adaptif dan responsif terhadap tuntutan zaman.

Tahap **perencanaan dan pemrograman**, RRI Yogyakarta merancang strategi komunikasi berbasis segmentasi audiens, riset nasional, serta kolaborasi dengan stakeholder dan media partner. Kanal Pro 2 difokuskan untuk menjangkau segmen Gen Z melalui struktur program yang sesuai preferensi mereka. Perencanaan juga mencakup transformasi digital melalui aplikasi RRI Digital, serta kegiatan off-air menjadi bagian dari perencanaan untuk memperkuat partisipasi publik dan mendukung citra lembaga.

Tahap **tindakan dan komunikasi** menunjukkan keberhasilan implementasi strategi melalui program siaran yang responsif dan partisipatif. Kanal Pro 2 menampilkan pendekatan segmentatif yang konsisten, sedangkan kerja sama off-air dan media partner memperkuat eksistensi RRI di berbagai platform. Pelibatan masyarakat dan pemanfaatan teknologi mencerminkan praktik komunikasi dua arah simetris.

Tahap **evaluasi program**, RRI Yogyakarta menerapkan evaluasi partisipatif berbasis umpan balik dari pendengar, mitra kerja sama, dan pelaporan internal. Evaluasi ini dilakukan baik secara formal melalui forum koordinasi maupun secara informal melalui interaksi audiens di media sosial. Hal ini mencerminkan praktik evaluasi yang adaptif, meskipun belum sepenuhnya terdokumentasi secara kuantitatif.

Secara keseluruhan, manajemen strategi public relations yang dilakukan oleh RRI Yogyakarta mencerminkan prinsip-prinsip komunikasi strategis yang berorientasi publik. Melalui integrasi antara pendekatan berbasis data, kemitraan, transformasi digital, dan keterlibatan masyarakat, RRI mampu mempertahankan citra sebagai lembaga penyiaran publik yang relevan, terbuka, dan adaptif terhadap dinamika sosial dan teknologi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Penguatan Identitas dan Edukasi Publik terhadap Citra RRI

RRI Yogyakarta disarankan untuk meningkatkan upaya edukasi publik dalam memperjelas identitas kelembagaan, terutama dalam membedakan peran RRI dengan lembaga lain seperti TVRI. Strategi ini penting untuk mengurangi kebingungan publik serta memperkuat citra RRI sebagai lembaga penyiaran publik yang independen, informatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

### 2. Peningkatan Dokumentasi dan Evaluasi Berbasis Data Kuantitatif

Meskipun evaluasi telah dilakukan secara partisipatif, RRI perlu mengembangkan sistem evaluasi berbasis data kuantitatif yang terdokumentasi secara sistematis. Langkah ini penting untuk memperkuat akuntabilitas komunikasi publik dan mendukung pengambilan keputusan berbasis bukti.

### 3. Arah Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini berfokus pada strategi PR di level kelembagaan. Untuk penelitian lanjutan, disarankan dilakukan kajian persepsi audiens secara langsung, misalnya melalui survei kuantitatif terhadap Gen Z di wilayah Yogyakarta, guna melengkapi perspektif dari sisi penerima pesan.