

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil aktivitas dan analisis penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan mengenai praktek *public relations* di PT. KAI Daop 6 Yogyakarta dan faktor pembentuknya.

Humas dipahami sebagai wakil, corong perusahaan, dan sarana komunikasi. Hal ini diartikan humas menjalankan fungsi komunikasi yaitu menjadi pihak kedua setelah kepala daerah operasi untuk menyampaikan *statement* kepada media dan masyarakat, menyampaikan informasi kepada internal dan eksternal perusahaan, serta menerima dan mengelola keluhan yang diterima dari masyarakat pengguna jasa kereta api. Dalam struktur organisasi, humas setara dengan divisi lainnya dan berada langsung di bawah kepala daerah operasi dengan adanya pembinaan dan memiliki garis komando langsung dengan kepala daerah operasi. Tetapi dengan kondisi tersebut, humas tidak menjalankan fungsi manajemen secara sepenuhnya. Karena humas hanya menjalin hubungan baik dengan publik dan membantu manajemen dalam mengelola keluhan yang ada. Hal ini juga memiliki pengaruh terhadap kesuksesan perusahaan tetapi humas tidak terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan karena hal tersebut merupakan tugas dari direksi perusahaan.

Proses komunikasi yang dilakukan humas pada intinya bersifat fleksibel yaitu tergantung dengan materi dan target pembicaraannya. Dalam perusahaan, humas berperan sebagai pendokumentasi, memberikan informasi serta mengelola keluhan. Humas mendokumentasikan seluruh kegiatan humas dan menyebarkan kepada seluruh karyawan. Sedangkan pada pihak eksternal, humas menyampaikan informasi berkaitan dengan kebijakan dan produk yang dimiliki perusahaan. Humas juga berperan membantu manajemen perusahaan untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.

Selain itu, dapat disimpulkan pula bahwa faktor pembentuk praktek *public relations* di PT KAI Daop 6 Yogyakarta yaitu karena PT KAI merupakan perusahaan BUMN, yang modal dan kepemilikan adalah milik negara. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah memiliki pengaruh bagi kegiatan perusahaan. PT KAI Daop 6 Yogyakarta sebagian besar wilayahnya berada di Karisidenan Surakarta dan Kesultanan Jogjakarta, melihat budaya sekitar masih terasa kental dengan adat *kejawen*. Hal inilah yang menjadikan proses, strategi dan taktik komunikasi dilakukan dengan mengedepankan kebudayaan setempat. Keberadaan media dianggap sangat penting oleh perusahaan karena media memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi opini publik untuk membentuk citra positif, penyebaran informasi serta sosialisasi produk perusahaan kepada masyarakat. Selain itu, adanya persamaan kepentingan dari *public relations* yang menggunakan media untuk meningkatkan publisitas perusahaan sedangkan media membutuhkan berita sebagai bahan industri perusahaan. Keterkaitan ini, humas sudah selayaknya menjaga hubungan baik dengan media. Dengan

adanya hubungan yang baik dengan media, tentu akan memiliki pengaruh dalam pemberitaan. Hubungan perusahaan yang baik dengan media bisa saja membawa pemberitaan yang positif bagi perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang sudah diuraikan, maka diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi akademisi

Penelitian ini menggunakan analisis faktor pembentuk praktek *public relations* menurut Sriramesh dan Vercic (2003) yang meliputi infrastruktur negara, budaya dan media. Teori ini dirasa cukup detail dalam melihat faktor pembentuk praktek *public relations* yang ada di PT. KAI Daop 6 Yogyakarta. Namun disarankan dalam perkembangannya, teori ini tidak hanya digunakan pada perusahaan BUMN saja. Hal ini dikarenakan faktor kepemilikan perusahaan BUMN hanya akan menjadi *point* penting dalam infrastruktur negara. Oleh karena itu, disarankan perlu dilakukan penelitian dengan target perusahaan non BUMN. Karena hal tersebut dapat mengembangkan faktor pembentuk praktek *public relations* lainnya, di luar ke tiga *point* penting yang sudah dijelaskan dalam teori ini yaitu infrastruktur negara, budaya dan media.

2. Bagi humas PT. KAI Daop 6 Yogyakarta

Peran humas dalam fungsi manajemen dirasa belum sepenuhnya dilaksanakan. Humas melaksanakan fungsi manajemen dengan menjalin hubungan baik dengan publik dan membantu manajemen dalam mengelola

keluhan dari masyarakat. Hal ini termasuk dalam fungsi manajemen karena memiliki pengaruh terhadap kesuksesan perusahaan. Namun humas tidak terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan. Karena hal tersebut merupakan tugas dari direksi perusahaan. Humas merupakan pihak yang berkaitan langsung dengan masyarakat pengguna kereta api dengan begitu humas mengetahui kondisi masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Maka diharapkan humas juga ikut berperan dalam proses pengambilan keputusan agar nantinya keputusan yang diambil juga melihat aspek dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, Center, Broom. 2007. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, Scott M, Allen H Center, dan Glen M Broom. 2006. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Daymon, Christine. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang.
- Daymon, Christine and Immy Holloway. 2011. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. New York: Routledge.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo
- Herimanto, Bambang. 2007. *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta.
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Edisi keempat, terjemahan Drs Haris Munandar. Jakarta: Erlangga.
- Jeffkins, Frank. 2004, *Public Relations. Edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Keyton, Joann. 2006. *Communication Research Asking Question*. USA: McGrawHill
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Lattimore, Dan., Otis Baskin., Suzette T. Heiman & Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relations : Profesi & Praktik*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Reksohadiprodjo, S. & Handoko, H. 1987. *Organisasi Perusahaan Teori Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (konsep dan aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sriramesh, K. & Vercic, D. 2003. *The Global Public Relations Handbook : Theory, Research, and Practice*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Usman, Hussaini.,Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Skripsi tidak dipublikasikan

Rismayanti, Rebekka. 2013. Analisis Dinamika Komunikasi Tim kerja *Public Relations* berdasarkan *Groupthink Theory*. Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Kerja Tim *Public Relations* dalam Perencanaan *Event* malam Pergantian Tahun Baru 2013 di Hotel Jayakarta Lombok: Sarjana Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Skripsi tidak dipublikasikan

Anggraini, Dewi. 2014 *Kualitas Media Relations PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.*: Sarjana Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Kuliah Kerja Lokasi tidak dipublikasikan

Wijaya, Daniel. 2013. Aktivitas *Public Relations* di PT KAI DAOP VI Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Kementerian BUMN. 2013. Definisi BUMN (diakses tanggal 11 November 2013) dari (<http://www.bumn.go.id/tentang-kami-bumn/definisi-bumn/>)

Kementerian BUMN. 2013. Tujuan Keberadaan Kementerian BUMN (diakses tanggal 11 November 2013) dari (<http://www.bumn.go.id/37997/galeri/video/tujuan-keberadaan-kementerian-bumn/>)

Kementerian BUMN. 2013. Tujuan Keberadaan Kementerian BUMN (diakses tanggal 11 November 2013) dari (<http://www.bumn.go.id/37997/galeri/video/tujuan-keberadaan-kementerian-bumn/>)

Kementerian BUMN. 2013. Visi Misi (diakses tanggal 11 November 2013) dari (<http://www.bumn.go.id/tentang-kami-kementerian-bumn/visi-misi/>)

Firmanzah. 2012-2023. BUMN dan Daya Saing Nasional (diakses tanggal 11 November 2013) (<http://www.setkab.go.id/artikel-6036-bumn-dan-daya-saing-nasional.html>)

PT Kereta Api Indonesia (Persero). 2013. Logo dan Visi Misi (diakses tanggal 11 November 2013) dari (<http://www.kereta-api.co.id/>)

Kementerian BUMN. 2013. Tujuan Keberadaan Kementerian BUMN (diakses tanggal 11 November 2013) dari (<http://www.bumn.go.id/37997/galeri/video/tujuan-keberadaan-kementerian-bumn/>)

Marketeers. 2013. Inilah Daftar BUMN Terbaik Tahun 2013 (diakses tanggal 3 April 2014) dari <http://www.the-marketeers.com/archives/inilah-daftar-bumn-terbaik-tahun-2013.html#.U2stJPmSw7F>