

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data dan analisis yang telah dilakukan yang mengacu pada tujuan komunikasi, sifat komunikasi, bentuk atau model komunikasi, dan sifat riset terkait model kehumasan, penulis menyimpulkan bahwa praktek kehumasan atau *public relations* yang dipraktekkan oleh UPT Malioboro memiliki kecenderungan pada model kehumasan *two-way asymmetrical* dan *public information*. Kecenderungan pada model kehumasan *two-way asymmetrical* dilakukan pada aktivitas *community relations* yang memiliki tujuan mempersuasi, sifat komunikasi dua arah, model komunikasi yang dua arah dengan *imbalanced effect*, serta sifat riset yang formatif dan evaluatif. Berbeda dengan kecenderuan model kehumasan *public information*, dimana model tersebut dilakukan pada aktivitas *community relations* yang memiliki tujuan menyampaikan informasi, baik berupa kebijakan atau regulasi dan perencanaan-perencanaan UPT Malioboro, sifat komunikasi satu arah, *feedback* dari publik yang diharapkan dalam model komunikasi sesuai dengan tujuan atau keinginan organisasi, tetapi tetap dalam konteks komunikasi satu arah, dan sifat riset dalam komunikasi satu arah tersebut tanpa didahului riset mengenai informasi apa yang paling baik untuk dikomunikasikan kepada publik.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis memiliki saran kepada para peneliti selanjutnya dalam lingkup penelitian yang sama agar dapat mengeksplorasi penelitian tersebut dengan menggunakan model-model *public relations* yang lebih beragam dan dapat menemukan model *public relations* atau kehumasan yang penerapannya efektif dan tepat di Indonesia.

Penulis juga menyarankan agar UPT Malioboro Yogyakarta dalam hal penyusunan program mempertimbangkan masukan atau *input* dari komunitas, sehingga program yang dilakukan tidak hanya memberikan keuntungan bagi UPT Malioboro dalam mencapai targetnya, tetapi program-program tersebut dapat berguna dan sesuai dengan kebutuhan tidak hanya bagi komunitas, melainkan juga bagi masyarakat. Hal ini dikarenakan kawasan Malioboro yang menjadi tanggung jawab UPT Malioboro merupakan kawasan wisata kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Baskin, O., Aronoff, C., dan Lattimore, D. 1997. *Public Relations: The Profession and The Practice*. IA: Mc Graw Hill.

Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations Tori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Cutlip, Scoot. M., Center, Allen H. dan Broom, Glen M. 2009. *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP

Daymon, Christine, dan Iramy Holloway. 2002. *Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbit Bentang.

Grunig, James E. dann Larissa A. Grunig. 1992. *Models of Public Relations and Communication* dalam Grunig, James E. (ed.). *Excellence in Public Relations and Communications Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknis Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.

Mardalis. 2014. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.

Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-metode baru*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Oemar, Abdurrachman. 1993. *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

Jurnal dan Penelitian

Yudarwati, G. Arum. 2004. *Community relations: bentuk tanggung jawab sosial organisasi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta (diakses 5 Maret 2015, dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=130715&val=5410>)

Matthee, Christelle. 2011. *Towards the two-symmetrical model: the use of social media to create dialogue around brands*. The Nelson Mandela Metropolitan University (diakses 6 Maret 2015, dari dspace.nmmu.ac.za:8080/jspui/bitstream/10948/1370/1/Christelle%20Matthee.pdf).