

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang Strategi *Public Relations* Program Bina Kampung dalam Membangun Citra di Era Pandemi Covid-19, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Fact Finding* (Permasalahan) : penemuan fakta yang terjadi pada Program Bina Kampung adalah permasalahan masifnya penyebaran virus Covid-19 di wilayah BSD City. Virus Covid-19 yang dari awal kemunculannya hingga saat ini masih masif, sehingga perlu adanya program yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa penyebaran Covid-19 dapat ditekan dengan baik. Dengan masalah tersebut *Public Relations* PT BSD Tbk., berupaya membantu masyarakat dengan meningkatkan pelayanan melalui Program Bina Kampung.
2. *Planning* (Perencanaan) : Dengan melakukan perencanaan yaitu kerjasama. hal tersebut juga dilakukan PT BSD Tbk., dengan cara membangun hubungan yang baik dengan Para *Stakeholder*. Terbangunnya hubungan yang baik dapat membangun citra perusahaan.
3. *Communicating* (Komunikasi) : Dari pengamatan dan perencanaan yang telah ditetapkan maka penanganan yang harus dilakukan adalah dengan: (1) Melakukan kerjasama dengan *stakeholder*. (2) bekerjasama dengan pers atau media untuk peliputan media pada saat program Bina Kampung berlangsung untuk memperoleh citra positif. Sedangkan strategi komponen komunikasi: menentukan komunikator yang memiliki kredibilitas untuk membuka acara, seperti Walikota Tangerang Selatan, komisaris/CEO PT BSD Tbk., atau tokoh masyarakat, memilih pesan yang informatif, persuasif dan edukatif mengenai Program Bina Kampung agar memiliki daya tarik yang tinggi pada *audience* yang dijadikan sasaran dan menimbulkan efek kognitif, atraktif, dan perilaku sehingga mengambil keputusan untuk

memercayai dan memberikan penilaian sehingga terjadi *mutual understanding*.

4. *Evaluating* (Evaluasi) : Kegiatan-kegiatan yang dijalani oleh PT. BSD Tbk., dalam strategi *Public Relations* Program Bina Kampung dalam membangun citra di era pandemi covid-19 dalam evaluasinya meliputi secara internal dan eksternal. Secara internal : Memaksimalkan Pelayanan yang Prima kepada Konsumen menjadi Motivasi PT. BSD Tbk dalam menjalankan program Bina Kampung dan bahwa PT. BSD Tbk memiliki tanggung jawab besar terhadap kenyamanan masyarakat, seperti yang diungkap pada wawancara sebelumnya.

Sedangkan secara eksternal membangun kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari pemerintah setempat sampai pada masyarakat di wilayah proyek PT BSD Tbk. Pada program CSR pengembangan masyarakat ini PT BSD Tbk bekerjasama bersama masyarakat dan pemerintah sehingga dapat menjadikan program CSR berjalan dengan baik karena antara masyarakat dan perusahaan sama-sama bertanggungjawab atas program yang berlangsung.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dari kesimpulan diatas, saran yang ingin peneliti berikan mengenai Strategi *Public Relations* program Bina Kampung dalam Membangun Citra Perusahaan, adalah :

1. Praktisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan agar PT BSD Tbk terus mempertahankan pelayanan untuk menciptakan hubungan eksternal juga menciptakan serta memelihara iklim yang kondusif, pada seluruh *stakeholder* agar kepercayaan dan citra perusahaan tetap baik, dari dalam, maupun luar. Kegiatan seperti program Bina Kampung ini pun perlu diadakan menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi di masyarakat dengan sosialisasi dan pendekatan kepada masyarakat.

2. Akademisi

Bagi para akademisi yang akan melakukan penelitian mengenai *strategi Public Relations*, agar dapat memahami bahwa setiap permasalahan yang dihadapi *Public Relations* perusahaan dalam upaya membangun sebuah citra akan selalu berbeda dan memiliki cara yang berbeda pula dalam penanganannya.