

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, aktivitas manajemen *public relations* dalam mengelola reputasi pada organisasi PERHUMAS dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada proses identifikasi dan perencanaan, PERHUMAS memanfaatkan media sosial untuk memantau tren, baik positif maupun negatif, dengan bantuan NoLimit, dan mengembangkan strategi yang berlandaskan visi-misi, core value, dan kode etik. Pendekatan ini mencerminkan reputasi integritasnya, memastikan bahwa setiap keputusan dan strategi selaras dengan prinsip-prinsip etika dan transparansi. Rencana jangka pendek berfokus pada pengawasan anggota untuk menjaga citra, sementara rencana jangka panjang memposisikan PERHUMAS sebagai wadah dan edukator utama di bidang humas di Indonesia, memperkuat kepercayaan publik dan mitra.
2. Pada proses aksi dan komunikasinya, PERHUMAS memperkuat reputasi kredibilitas dan reliabilitasnya melalui berbagai program bermanfaat, seperti forum komunikasi gratis yang mempertemukan praktisi humas dan mahasiswa, serta program sertifikasi dan akreditasi yang membantu calon praktisi humas. Dengan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, baik dalam maupun luar negeri, dan mengadopsi sistem komunikasi yang transparan, tertata, dan berkelanjutan, PERHUMAS menunjukkan komitmennya terhadap edukasi, pengembangan profesional, serta kepercayaan publik terhadap keahlian dan integritasnya sebagai otoritas di bidang hubungan masyarakat di Indonesia.
3. Pada proses evaluasi, PERHUMAS menggunakan AMEC Integrated Evaluation Framework dan tools seperti Customer Satisfaction Index untuk mengumpulkan feedback dari stakeholder dalam proses evaluasi reputasi. Proses ini mencerminkan tanggung jawab PERHUMAS dalam mengidentifikasi dan merespons kebutuhan audiens, memastikan keterlibatan, transparansi, dan pemenuhan kewajiban etis, serta menjaga hubungan baik dan reputasi organisasi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, aktivitas manajemen *public relations* dalam mengelola reputasi pada organisasi PERHUMAS, terdapat beberapa saran yang dapat digunakan oleh PERHUMAS untuk meningkatkan manajemen *public relations* khususnya dalam mengelola reputasi, sebagai berikut:

1. Berdasarkan temuan rendahnya *engagement* pada akun Instagram PERHUMAS, sebaiknya PERHUMAS melakukan studi lebih lanjut mengenai apa yang diinginkan audiens dengan menggunakan survei atau *focus group*. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap konten yang telah diposting untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang mungkin tidak efektif. Penelitian juga sebaiknya membandingkan strategi PERHUMAS dengan praktik terbaik dari organisasi lain yang berhasil meningkatkan *engagement*. Selanjutnya, uji coba berbagai pendekatan baru dalam konten dan frekuensi posting dapat membantu menentukan metode yang paling efektif. Akhirnya, pengembangan strategi komunikasi yang lebih terintegrasi dengan berbagai saluran dapat membantu memperbaiki *engagement* secara keseluruhan. Saran ini akan mendukung identifikasi masalah dan perencanaan strategi dalam meningkatkan efektivitas media sosial PERHUMAS.
2. Sebaiknya PERHUMAS memperluas fungsinya dari sekadar organisasi praktisi menjadi konsultan komunikasi yang menawarkan jasa kepada perusahaan atau instansi yang menghadapi masalah komunikasi. Dengan berperan sebagai konsultan, PERHUMAS dapat aktif menerapkan solusi strategis untuk masalah komunikasi, serta memberikan rekomendasi dan bimbingan praktis. Hal ini akan meningkatkan dimensi aksi dan komunikasi dalam manajemen *public relations* dengan menyediakan solusi nyata, dan memperkuat dengan mempromosikan keahlian mereka secara lebih luas. Pendekatan ini tidak hanya memperluas peran PERHUMAS tetapi juga memperkuat reputasi mereka sebagai pemimpin dalam industri komunikasi.