

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan teknik kualitatif deskriptif yang kemudian menggunakan teori strategi komunikasi menurut Hafied Cangara pada data-data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi PT Marga Harjaya Infrastruktur Jombang dalam menjaga citra perusahaan dengan aktif di media sosial Instagram dan juga Radio untuk selalu bisa berkomunikasi dengan masyarakat luas. Public Relations PT Marga Harjaya Infrastruktur menggunakan dua strategi yaitu pendekatan persuasif dan edukatif serta pendekatan kerja sama dengan publik eksternal.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan. Maka peneliti ingin menyampaikan rekomendasi yang dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini.

Adapun rekomendasi yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

5.2.1 Rekomendasi Teoritis

1. Direkomendasikan untuk penelitian yang menggunakan penelitian ini sebagai rujukan dan acuan untuk

diperhatikan data yang digunakan penelitian direkomendasikan untuk menggunakan data yang memiliki kompleksitas yang lebih terkait faktor-faktor yang akan diteliti guna mempermudah dan banyak referensi hasil penelitian yang dilakukan nantinya.

2. Direkomendasikan untuk penelitian berikutnya bisa melakukan penelitian dengan data yang sama namun menggunakan sudut pandang komunikasi yang berbeda, karena dalam penelitian ini hanya dilihat dari strategi komunikasi dalam menjaga sebuah citra perusahaan.

5.2.2 Rekomendasi Praktis

Bagi perusahaan yang masih bingung dalam menentukan strategi komunikasi yang efisien dan tepat pada tujuan awal, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam melakukan evaluasi. Strategi yang digunakan pun juga melihat keadaan responden karena tidak semua responden memiliki keterikatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, I. H. (2017). *Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Positif Di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Afnan, D. (2020). Kegiatan Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 8–17. <https://doi.org/10.36787/jsi.v3i1.199>
- Angkasa, P. T., Ii, P., Dalam, P., Wati, L., Sos, S. I., & Ikom, M. (2019). *Program Corporate Social Responsibility (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Kepedulian Sosial 2019)*. 53–67.
- Chrysantin, L., Komunikasi, P. I., Kristen, U., Surabaya, P., & Responsibility, C. S. (2013). Strategi Public Relations Pt Pjb (Pembangkitan Jawa-Bali) Dalam Program Csr Bank Sampah. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(1980), 24–35. <file:///C:/Users/Dimas Rizaldi/Downloads/918-1650-1-SM.pdf>
- Harahap, B. H. (2019). Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Keislaman Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 54–67.
- Khairunnisa, Y., Dakwah, F., & Komunikasi, D. A. N. (2016). *Strategi Public Relations PT. Telkom Indonesia*.
- Kholisoh, N. (2015). Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 195–209. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1459>
- Mardiana, W. (2017). *Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur Untuk Meningkatkan Citra Di Mata Publik*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Mardiana, W., Hamim, H., & Widiyanto, K. (2018). Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur Untuk Meningkatkan Citra Di Mata Publik. *Representamen*, 3(02), 1–6. <https://doi.org/10.30996/.v3i02.1415>
- Sartika. (2018). *KETERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA (Studi Kasus PKL di Kec . Telanaipura Provinsi Jambi) OLEH : SARTIKA NIM : UR 140167 JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM UNIVERSITAS ISLAM*

NEGERI. ISLAM NEGERI SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI.

SITEPU, Y. R. (2019). *STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PUBLIC RELATIONS PT . CHAROEN POKPHAND DALAM MENJAGA CITRA PERUSAHAAN (Studi Kualitatif Mengenai Strategi Corporate Social Responsibility Public Relations PT . Charoen Pokphand dalam Menjaga Citra Perusahaan di Li.* UNIVERSITAS SUMATERA UTARA.

Wijaya, I. S. (n.d.). *Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan.* XVIII(1), 53–61.