

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penggunaan strategi *Public Realties* sangat berguna bagi *Public Relations* PT.Calvary Abadi dalam proses pembebasan lahan yang dilakukan di Desa Kalikatir Kecamatan Gondang kabupaten Mojokerto. *Public Relations* disini memiliki peran sebagai penghubung antara masyarakat maupun pemilik lahan dengan perusahaan untuk melancarkan kegiatan pembebasan lahan berjalan tanpa adanya hambatan maupun konflik pada saat kegiatan berlangsung. Dengan menggunakan Strategi *Public Relations* pihak perusahaan mendapatkan pengaruh yang sangat positif dalam kegiatan pembebasan lahan dalam hal berkomunikasi dengan baik dengan masyarakat maupun pemilik lahan sehingga membantu berjalannya kegiatan pembebasan lahan dengan baik.

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti sejauh ini yaitu, penggunaan strategi *Public Relations* yang sudah diterapkan oleh *Public Relations* PT.Calvary Abadi adalah Strategi Operasional (pendekatan masyarakat melalui *social cultural* dan nilai-nilai yang ada di masyarakat), pendekatan edukatif / persuasif (menyampaikan komunikasi timbal balik yang mendidik dan peberangan kepada masyarakat), pendekatan tanggung jawab sosial (sikap tanggung jawab dengan tujuan dan sasaran yang sama-sam menguntungkan dari pihak manapun), pendekatan Kerjasama (menjalin kerjasama dengan masyarakat maupun ormas sehingga terbentuk komunikasi yang baik), teori pendekatan Negosiasi (penanganan konflik yang terjadi di tempat kegiatan agar dapat berjalan dengan baik), teori pertukaran sosial (perubahan individu yang terjadi dari interaksi hasil dari negosiasi yang menguntungkan maupun merugikan).

Pada penelitian ini dapat di simpulkan bahwa penggunaan Strategi *Public Relations* dalam kegiatan pembebasan lahan telah sesuai dengan kerangka berfikir yang dibuat oleh peneliti dengan menggabungkan tiga teori berbeda, dapat dilihat dari hasil penelitian ini dengan menggunakan strategi maupun pendekatan *Public Relations* tersebut lebih efisien dalam kegiatan pembebasan lahan maupun kegiatan yang berlokasi di desa dengan Strategi Operasional melalui indikator *social cultural* dan Pendekatan Edukatif dan Persuasif sebagai faktor penting dan strategi maupun pendekatan lainnya sebagai faktor pendukung dalam strategi/pendekatan yang digunakan *Public Relations* PT.Calvary Abadi dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat maupun pemilik lahan dengan pendekatan/strategi tersebut, Sehingga kegiatan pembebasan lahan dapat berjalan dengan baik.