



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan dalam penelitian terkait peran *public relations/Corporate Communications* internal yaitu pada perusahaan PT Jasamarga (Persero) Tbk ditemukan bahwa peran *Public Relations* masih terbatas pada fungsi perencanaan, sementara pada bagian pelaksanaan hingga distribusi didelegasikan kepada pihak pengelola majalah dan vendor percetakan. Proses evaluasi belum menjadi perhatian dari pihak *Public Relations* perusahaan karena belum memiliki format untuk melakukan fungsi evaluasi terutama untuk mendapatkan feedback dari karyawan sebagai pembaca.

Hal tersebut tidak mengherankan memunculkan kendala ajalah Berita Jalan Tol sehingga sulit untuk melakukan perubahan terhadap konten, dan hanya bisa melakukan pendugaan saja, akan tetapi dugaan tersebut tidak akurat yang dibuat oleh pihak pengelola dan bukan oleh *Public Relations* perusahaan yang memahami fungsi fasilitator secara persis dan akurat.

Majalah Berita Jalan Tol sebagai media komunikasi internal untuk perusahaan di mata sebagian karyawan dinilai memberikan manfaat dan informasi terkait dengan kebijakan perusahaan dan sekaligus menjadi referensi bagi karyawan dalam pengambilan keputusan dan pemahaman mereka tentang

perusahaan. Peran *public relations/Corporate Communications* yang berperan sebagai jembatan untuk melakukan kegiatan komunikasi antara pihak perusahaan atau manajemen perusahaan dengan para karyawannya sayangnya masih terbatas pada level perencanaan dan belum menyentuh pada substansi konten dan manajerial pengelolaan majalah.

Untuk ke depannya majalah Berita Jalan Tol akan lebih baik mengubah formatnya menjadi media *online* sebagai respons atas perubahan gaya hidup masyarakat saat ini.

Dari hasil analisis isi konten kualitatif, *public relations/Corporate Communications* PT Jasamarga (Persero) Tbk, memiliki peran yang penting untuk menentukan konten yang masuk ke redaksi *Corporate Communications* untuk dimuat dalam majalah Berita Jalan Tol, konten yang sangat beragam tergantung dari tema dan edisi yang akan ditampilkan dari majalah Berita Jalan Tol tersebut dan juga *update* informasi dan kebijakan yang dari perusahaan ditandai dengan adanya SK direksi pada halaman majalah Berita Jalan Tol.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini yaitu:

- Majalah Berita Jalan Tol seharusnya lebih dibuat sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh karyawan dari perusahaan dimana mereka bekerja

- Membuat informasi ataupun tema yang semenarik mungkin bagi para seluruh karyawan internal PT Jasamarga (Persero) Tbk dalam majalah Berita Jalan Tol, agar seluruh kalangan internal perusahaan *interest* untuk mengetahui dan juga sekaligus membaca dari majalah Berita Jalan Tol.
- Mengubah format majalah menjadi majalah *online*.

5.2.2 Saran Akademik

Sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian baik menggunakan metode kualitatif ataupun kuantitatif dan dapat melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan pembahasan berupa peran dari *public relations/Corporate Communications*.

UMMN