



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 IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Selama periode kurang lebih sekitar lima bulan sejak bulan Agustus sampai Desember 2017 penulis melaksanakan Praktik Kerja Magang, penulis dapat mempelajari secara langsung bagaimana aktivitas *External Public Relations* di NGO HOPE Banten. Aktivitas utama yang dilakukan *External Public Relations* di NGO HOPE Banten yakni adalah membangun gerakan sosial melalui kampanye PR “Gerakan 50 Ribu” untuk membantu penggalangan dana atas pengembangan program CTC (*Computer Training Center*) di Banten. Aktivitas tambahan yang dilakukan yakni tidak terlalu jauh dari aktivitas utama, yakni persiapan *Special Event* yang diadakan tahunan dalam bentuk *Awarding Ceremonies*, khusus ditujukan bagi target khalayak HOPE di Banten. Aktivitas tambahan lain yang mendukung aktivitas-aktivitas tersebut, yakni adalah *Thankyou Letter* dalam bentuk “Tulisan Inspiratif” yang ditujukan pada pihak-pihak yang telah tergabung sebagai pendonor maupun *community partner* HOPE Banten.

Melalui pembekalan semasa perkuliahan, penulis dapat melakukan pekerjaan yang diberikan secara percaya diri saat melakukan Praktik Kerja Magang di NGO HOPE Banten. Penulis dapat mengetahui bahwa peran dan posisi seorang PR di NGO HOPE Banten secara nyata belum terlalu dimanfaatkan dengan baik sesuai dengan konsep maupun teori yang selama ini penulis dapatkan dalam perkuliahan. Namun penulis melihat bahwa fungsi dan peranan seorang PR yang ditempatkan di dalam NGO HOPE Banten pada dasarnya sangat dibutuhkan dan dapat dijadikan acuan dalam mengomunikasikan program-program HOPE di Banten kepada masyarakat luas. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil yang terlihat melalui aktivitas *External Public Relations* berupa proses perencanaan kampanye PR “Gerakan 50 Ribu” yang sesuai dengan konsep tahap perencanaan PR *Campaign*. Melalui strategi

dan taktik komunikasi dan saluran komunikasi yang tepat, kampanye PR yang dilakukan dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi HOPE di Banten dengan membuat target khalayak jauh lebih *aware* bahkan bersedia terlibat langsung untuk membantu secara finansial. Ini menunjukkan bahwa mulai tercapainya tujuan komunikasi kampanye PR dalam tahap perubahan perilaku khalayak yang diharapkan sampai pada tahap termotivasi untuk terlibat mendukung kampanye dalam bentuk dukungan finansial.

Periode Praktik Kerja Magang di NGO HOPE Banten sebagai *intern Public Relations* membuat penulis benar-benar mengerti dan memahami secara mendalam melakukan aktivitas *External Public Relations* terutama dalam pembuatan rencana PR *Campaign*. Tak hanya dapat mengetahui dan memahami secara mendalam, penulis mampu mengaplikasikan dan mendapatkan pengalaman dalam suasana kerja sebagai seorang *Public Relations* di sebuah organisasi non-pemerintah. Hal ini membuat penulis terbekali dan menjadi siap untuk dapat mengaplikasikan pemahaman serta pengalaman yang didapat saat penulis memasuki dunia kerja nanti sebagai seorang *Public Relations*.

Penulis memperoleh penemuan yang menarik selama melakukan kerja magang di HOPE Banten. Penemuan tersebut menyangkut bagaimana penulis selama bekerja, dituntut menjadi pribadi yang kreatif dan segar, menyesuaikan kebutuhan HOPE Banten. Penulis juga menemukan bahwa prinsip yang dilakukan oleh HOPE Banten dalam membuat strategi komunikasi programnya, masih belum begitu memaksimalkan penggunaan media baru. Penggunaan media baru berupa media sosial belum diterapkan secara maksimal dan hanya menggunakan beberapa platform media sosial sebagai sarana informasi bagi audiens yang terbatas. HOPE Banten hanya menggunakan platform *Facebook* dan *Whatsapp* sebagai sarana informasi dan penyebaran undangan, padahal penggunaan media sosial lainnya seperti *Instagram*, *LINE@*, blog yang maksimal, dapat mencapai tujuan dari program HOPE Banten dengan efektif.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Akademis

Saran Akademis bagi Universitas Multimedia Nusantara, yakni untuk dapat memperbanyak kegiatan praktik yang mendukung Praktik Kerja Magang, sehingga mahasiswa akan terbiasa dengan kegiatan-kegiatan praktikal yang dilakukan. Seperti salah satunya yakni kegiatan menulis, atau *PR Writing* yang lebih mendalam. Penulis memandang bahwa kegiatan *PR Writing* merupakan mata kuliah yang sangat diperlukan untuk menunjang pekerjaan seorang PR di dunia kerja nanti.

4.2.2 Saran Praktis

Saran praktis bagi NGO HOPE *Worldwide* Indonesia wilayah Banten, yakni untuk mengadakan divisi khusus *Public Relations* di *Center of HOPE* Banten. Mengingat potensi HOPE Banten dalam beberapa tahun kedepan akan berkembang semakin pesat, sehingga dibutuhkan divisi khusus yang menangani urusan komunikasi bagi NGO HOPE Banten. Penulis juga menganggap perlu bagi NGO HOPE di Banten untuk melakukan pembekalan keterampilan untuk meningkatkan sumberdaya manusia yang dimiliki staff HOPE, mengingat dengan jumlah staff yang terbatas, kebutuhan akan keterampilan dan pengambilan keputusan perlu dipertimbangkan secara matang agar efektif.