

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap *media relations strategy* yang dilakukan oleh Corporate Secretary (CorSec) PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) dalam transisi alih kelola Wilayah Kerja (WK) Rokan, dapat disimpulkan bahwa CorSec PHR berhasil membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan melalui penerapan strategi media relations yang terencana dan komprehensif. CorSec PHR merancang strategi relasi media dengan pendekatan yang sistematis melalui siaran pers, konferensi pers, dan media kit yang informatif untuk memastikan pesan perusahaan disampaikan secara jelas dan konsisten. Mereka juga menjalin hubungan yang proaktif dengan media lokal Riau dan media nasional, serta memanfaatkan berbagai saluran komunikasi seperti media cetak, elektronik, dan media sosial guna memperluas jangkauan informasi. Pendekatan ini memungkinkan CorSec PHR untuk membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan serta membangun hubungan baik dengan media dengan cepat dan efektif, sehingga kepercayaan publik dapat tetap terjaga meskipun menghadapi tantangan operasional.

Efektivitas strategi *media relations* PHR tercermin dari meningkatnya pemberitaan positif yang mencapai KPI 92% dan penghargaan yang diterima perusahaan dalam berbagai bidang, termasuk kinerja operasional dan tanggung jawab sosial perusahaan. Evaluasi kinerja yang dilakukan secara berkala memastikan keberlanjutan strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan media dan kebutuhan komunikasi perusahaan. Dengan pendekatan yang adaptif, inovatif, dan berbasis hubungan jangka panjang, PT Pertamina Hulu Rokan dapat terus mempertahankan citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik di masa mendatang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini memaparkan *media relations strategy* dari *Corporate Secretary* dalam PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) pada masa transisi alih kelola Wilayah Kerja (WK) Rokan dari operator sebelumnya. Sisi penelitian yang digali berfokus pada aspek-aspek komunikasi seperti komunikasi internal dan komunikasi korporat dengan tujuan membentuk citra perusahaan yang baik. Agar dapat menambah pemahaman yang lebih luas, untuk penelitian berikutnya diharapkan dapat mengkaji penelitian dari sisi *public acceptance* (penerimaan masyarakat) terhadap kehadiran PHR dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

5.2.2 Saran Praktis

Dari sisi praktis, ada baiknya PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) mengaktifkan *call center* bagi eksternal agar *stakeholders* eksternal memiliki saluran untuk menyampaikan *concern* atau kepedulian terkait engagement mereka terhadap PHR. Bagi PHR sendiri *call center* dapat memberikan *insight* mengenai hal-hal yang dominan dan *current* yang menjadi perhatian publik, baik pada saat transisi maupun dalam perjalanan PHR pada pasca-transisi. Walaupun cara ini memerlukan tim khusus yang diperlukan untuk merespon dengan cepat dan tepat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A