

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Dalam peran humas meningkatkan citra perusahaan di PT KAI DAOP 2 Bandung dapat di gambarkan sebagai berikut:
 - a. Peran humas PT KAI DAOP 2 Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan sebagai penasihat ahli (*expert psciber*) dalam perannya sebagai penasihat ahli unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung sudah efektif dalam menjalankan perannya dimana dalam proses pemecahan masalah internal dan eksternal unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung menjadi fasilitator dalam pemecahan masalah.
 - b. Peran humas sebagai fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*) dalam perannya sebagai fasilitator komunikasi unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung belum efektif. karena terdapat unit yang kurang kooperatif dalam proses komunikasi yang menyebabkan koordinasi tidak berjalan dengan baik. Hal ini menunjukan peran humas sebagai fasiltator komunikasi masih belum maksimal dalam menjalankan tugasnya karena koordinasi yang yang tidak berjalan dengan baik.
 - c. Peran humas sebagai fasilatator pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*) dalam perannya sebagai penasihat ahli unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung sudah efektif unit humas PT KAI Daop 2 Bandunng menjadi *adviser* untuk pemecahan masalah komunikasi, peran humas PT KAI DAOP 2 Bandung juga sebagai penasihat dalam perencanaan dan pelaksanaan program *Public relation*.
 - d. Peran humas sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*) dalam perannya sebagai teknisi komunikasi unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung sudah efektif dalam menjalankan perannya. Unit humas menggunakan *webbsite* untuk penyebarluasan informasi dan media promosi, dan membuat

press relaese untuk menyebarkan berbagai informasi yang harus diketahui publik.

2. Strategi yang dilakukan Humas PT KAI DAOP 2 Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan adalah dengan *Strategy of Publicity, Strategy of Persuasion, Strategy of Argumentation, Strategy of Image*. Yang sudah dijalankan dengan baik.
3. Untuk kendala yang dihadapi unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung seringkali adanya pengaduan atau keluhan-keluhan yang masyarakat terima pihak Humas PT KAI DAOP 2. Dalam hal ini kendala atau hambatan yang timbul menyatakan salah satu hambatan yang sering timbul adalah faktor kepentingan (dalam hal ini adalah kepentingan warga) kasus yang sering timbul di kalangan masyarakat yang sering mengakibatkan keluhan adalah mengenai jalur perlintasan kereta api yang tidak memiliki palang pembatas, yang acap kali menimbulkan kecelakaan.
4. Solusi yang biasa dilakukan oleh Humas PT KAI adalah dengan mencatat berbagai pengaduan yang Humas terima selanjutnya dilakukan pemecahan solusi sesuai dengan masalah yang dihadapi. humas PT KAI menawarkan jaminan yang memuaskan bagi para pelanggan, dengan berkomunikasi secara efektif dan menunjukkan tanggung jawab sosial pada tuntutan pekerjaan, komunitas lokal, dan juga pada lingkungan.

5.2 Saran

1. Jika melihat permasalahan yang dihadapi Unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung, dalam perannya sebagai fasilitator komunikasi, perlu adanya sebuah pelatihan dan pembinaan khusus untuk anggota unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung tentang teknik komunikasi dan keterampilan diplomasi. Hal ini akan membantu mereka menghadapi tantangan dalam berkomunikasi dengan unit yang kurang kooperatif.
2. Tingkatkan kolaborasi dan kemitraan dengan unit-unit lain di PT KAI DAOP 2 Bandung melalui acara, forum, dan kegiatan kolaboratif. Dengan membangun hubungan yang kuat, akan lebih mudah untuk meningkatkan koordinasi dan komunikasi antar unit.

3. Jika melihat permasalahan yang di hadapi Unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung, dalam menghadapi masalah dengan masyarakat yang tidak mengetahui dengan jelas kebijakan dan wewenang PT KAI DAOP2 Bandung, sehingga seringkali muncul stigma negatif pada perusahaan, maka PT PT KAI DAOP 2 Bandung dapat memberikan Informasi yang jelas dan ransparan: tentang wewenang dan kebijakan PT KAI DAOP 2 Bandung melalui berbagai saluran, termasuk website, media sosial. Pastikan informasi tersebut mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat.
4. Memuat program edukasi dan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang peran dan tanggung jawab PT KAI DAOP 2 Bandung dalam layanan transportasi. Libatkan media, komunitas, dan lembaga terkait dalam menyampaikan informasi ini.
5. Dalam penelitian ini juga penulis menggunakan teknik anlisis dengan metode SWOT yang dapat menghasilkan strategi yang dapat di lakukan oleh unit humas PT KAI DAOP 2 Bandung dalam upaya meningkatkan citra perusahaan antara lain sebagai berikut:
 1. Unit humas diberikan pelatihan untuk terus meningkatkan dan mengembangkan keterampilan baik *soft skill* dan *hardskill* untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang humas. Hal ini akan membantu memastikan bahwa unit humas selalu mengikuti perkembangan terbaru dan memiliki kemampuan yang relevan dengan tugas mereka.
 2. Memaksimalkan penggunaan berbagai media yang dimiliki oleh unit humas serta optimalisasi konten dan memastikan bahwa konten yang disebarakan melalui website dan media sosial selalu informatif, relevan, dan menarik bagi target audiens. Dengan demikian, akan meningkatkan daya tarik publik dan memperkuat citra perusahaan.
 3. Responsif terhadap umpan balik Memastikan tim humas selalu responsif terhadap umpan balik dari publik. Menerima, menanggapi, dan mengambil tindakan atas umpan balik tersebut akan membantu meningkatkan kepuasan dan memperkuat hubungan.

4. Penguatan kemitraan dengan *stakeholder* Pemerintah dan lembaga terkait. Dengan cara ini, PT KAI DAOP 2 Bandung dapat memperoleh dukungan, informasi, dan akses lebih baik terhadap peluang dan kebijakan yang relevan dengan bisnis mereka.
5. Keterlibatan komunitas terus berinteraksi dengan masyarakat setempat melalui program-program sosial, sumbangan, atau inisiatif yang berdampak positif pada komunitas. Hal ini akan membantu memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang peduli dan berkontribusi pada masyarakat.