

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diambil mengenai penerapan manajemen *Public relations* (PR) PT Bank UOB dalam meningkatkan citra perusahaan adalah sebagai berikut:

1. PT Bank UOB melakukan perencanaan kegiatan CSR secara sistematis melalui tahapan riset awal, *brainstorming*, penyusunan strategi, dan persetujuan dari manajemen puncak.
2. Pengorganisasian di PT Bank UOB mencakup pengaturan tugas dan koordinasi antara berbagai departemen terkait, serta pelatihan internal dan briefing rutin. Hal ini memastikan bahwa semua anggota tim PR memahami peran dan tanggung jawab mereka.
3. PT Bank UOB melaksanakan kegiatan PR melalui berbagai acara komunitas, kampanye media sosial, dan program CSR yang dirancang untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat.
4. Pengawasan dilakukan melalui evaluasi hasil kegiatan PR, analisis data, dan penggunaan indikator kinerja (KPI) seperti jumlah publikasi positif, partisipasi acara, dan engagement di media sosial. Pengawasan yang efektif memungkinkan PT Bank UOB untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah dengan cepat, serta menyesuaikan strategi jika diperlukan.
5. Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang diterapkan oleh PT Bank UOB mencerminkan upaya perusahaan dalam mengelola dan menampilkan kepercayaan nasabah yang diinginkan secara efektif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan agar PT Bank UOB terus mengembangkan strategi *Public relations* yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Perusahaan perlu meningkatkan koordinasi antar departemen dan memberikan pelatihan rutin bagi tim PR untuk memastikan keterampilan mereka selalu *up-to-date*. Memanfaatkan teknologi dan media sosial secara lebih efektif juga penting untuk meningkatkan visibilitas dan engagement. Evaluasi rutin dan pengumpulan umpan balik dari publik serta karyawan harus dilakukan untuk memperbaiki dan menyesuaikan strategi PR. Fokus pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berdampak nyata bagi masyarakat sangat penting untuk meningkatkan citra perusahaan. Dengan menerapkan saran-saran ini, PT Bank UOB diharapkan dapat terus meningkatkan kepercayaan nasabah dan membangun hubungan yang positif dengan publik.

