

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Akhir pada penelitian melalui hasil *verifikasi* analisa yang telah dilakukan dalam penelitian, baik melalui observasi dan wawancara bersama *key informant* dan *informant*. Oleh karena itu penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

PT. Kereta Commuter Indonesia merupakan perusahaan jasa transportasi publik yang memiliki nilai dan etika yang selalu diterapkan oleh para karyawan PT. Kereta Commuter Indonesia yaitu AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adabtif, Kreatif). Nilai dan etika ini yang menjadi acuan bagi setiap karyawan dalam menjalankan tugasnya, melalui diterapkannya nilai dan etika maka suasana kerja karyawan akan menjadi lebih nyaman serta pelayanan yang diberikan kepada publik akan lebih optimal. Melalui nilai dan etika yang selalu diterapkan tersebut, humas dari PT. Kereta Commuter Indonesia dalam menjalankan suatu strategi komunikasi selalu berpedoman pada nilai dan etika AKHLAK.

Salah satunya dalam melakukan kegiatan komunikasi dengan publiknya, humas PT. Kereta Commuter menyusun berbagai strategi komunikasi agar kegiatan komunikasi tersebut dapat berjalan dengan baik. Dalam menyusun startegi komunikasi *public relation* PT. Kereta Commuter Indonesia memperhatikan beberapa hal yakni dengan menentukan tujuan pesan, tipe pesan, media, sumber daya, dan berbagai hal

lainnya. Hal ini penting agar kegiatan komunikasi tersebut akan berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dalam melakukan strategi komunikasi, humas PT. Kereta Commuter Indonesia memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana atau media dalam memenuhi kebutuhan informasi publik. Melalui berbagai fitur yang terdapat pada instagram dapat mengoptimalkan proses penyampaian informasi dengan cepat dan akan lebih mudah mengetahui respon atau *feedback* mengenai informasi yang diberikan tersebut. Ini juga dapat menjadi upaya PT. Kereta Commuter Indonesia mendekati diri kepada publik eksternalnya.

Akan tetapi pada setiap strategi komunikasi tentu akan terdapat faktor yang menjadi pendukung ataupun yang menjadi penghambat dari proses komunikasi tersebut. Meski begitu faktor yang menjadi penghambat ini dapat menjadi acuan dan masukan agar strategi yang digunakan akan lebih ditingkatkan pada kedepannya. Hal tersebut karena pemanfaatan dari media sosial instagram oleh humas PT. Kereta Commuter Indonesia telah dianggap memenuhi kebutuhan informasi publiknya.

## **5.2 Saran**

Beberapa saran yang ingin penulis sampaikan mengenai Strategi Komunikasi Public Relation PT. Kereta Commuter Indonesia Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Publik :

1. Dalam penggunaan desain warna pada konten informasi yang dibuat harus lebih diperjelas kembali, agar lebih mudah dibaca pada saat dilihat melalui *feeds*.
2. Peningkatan waktu untuk memposting harus lebih ditingkatkan kembali terkait informasi yang dibutuhkan pada hari tersebut, seperti berita kegiatan atau jadwal perjalanan.

