

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Strategi Divisi Humas Perusahaan Bulog dalam mengelola informasi ketahanan pangan telah terbukti efektif melalui pendekatan yang komprehensif dan berbasis kolaborasi. Dari hasil wawancara, terlihat bahwa keterlibatan pemangku kepentingan utama, seperti manajemen Bulog, karyawan, masyarakat, dan media massa, memainkan peran kunci dalam perancangan dan implementasi strategi komunikasi. Dukungan aktif dari manajemen Bulog dan partisipasi karyawan dalam menyebarkan pesan organisasi membantu memperkuat citra positif Bulog sebagai Pemerintahan yang handal dalam menjaga ketahanan pangan nasional.

Pendekatan komunikasi yang proaktif dipilih oleh Divisi Humas Bulog telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran Bulog dalam ketahanan pangan, membangun citra positif perusahaan, dan mengatasi isu-isu kontroversial dengan transparan dan akurat. Selain itu, kolaborasi erat dengan unit-unit lain dalam perusahaan, seperti tim SDM, membantu dalam menyusun strategi komunikasi internal yang efektif dan memastikan konsistensi pesan.

Teori informasi komunikasi menjadi landasan yang kuat dalam merancang strategi Divisi Humas, memastikan pesan disampaikan, diterima, dan dipahami dengan baik oleh audiens. Hal ini mengarah pada pendekatan yang transparan dan responsif dalam menanggapi momen-momen krusial terkait ketahanan pangan, seperti pengumuman kebijakan baru, respons terhadap krisis pangan, dan kampanye edukasi.

Melalui berbagai tahapan seperti identifikasi tujuan komunikasi, analisis audiens, dan penggunaan media massa serta media sosial secara bijak, Divisi Humas Bulog berhasil mencapai tujuan komunikasinya dengan efektif. Integrasi yang cerdas dari kedua media ini memungkinkan Bulog untuk menyampaikan pesan secara konsisten kepada audiens yang luas sambil

memungkinkan respons yang beragam dari masyarakat.

Secara keseluruhan, strategi Divisi Humas Perusahaan Bulog telah berhasil merancang dan mengimplementasikan pendekatan yang komprehensif, kolaboratif, dan berbasis teori informasi komunikasi. Dengan melibatkan pemangku kepentingan utama, memilih pendekatan komunikasi yang tepat, berkolaborasi dengan unit-unit lain dalam perusahaan, dan memanfaatkan media massa serta media sosial dengan cerdas, Divisi Humas Bulog mampu mendukung visi dan misi perusahaan dalam menjaga ketahanan pangan nasional secara efektif.

#### **4.2 Saran**

Saran untuk penelitian yang dapat dilakukan kedepannya berdasarkan hasil pembahasan mengenai strategi Divisi Humas Perusahaan Bulog dalam mengelola informasi ketahanan pangan:

1. Studi Lebih Lanjut tentang Pengaruh Kolaborasi Internal: Melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang bagaimana kolaborasi dengan unit-unit lain dalam perusahaan, seperti tim SDM atau unit produksi, mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi Divisi Humas. Penelitian ini dapat melihat lebih detail dinamika kerja sama antarunit dan dampaknya terhadap penyampaian pesan organisasi secara konsisten.
2. Analisis Efektivitas Media Massa dan Media Sosial: Melakukan penelitian komparatif tentang efektivitas penggunaan media massa dan media sosial dalam menyampaikan pesan ketahanan pangan. Penelitian ini dapat mengevaluasi respons masyarakat terhadap pesan yang disampaikan melalui kedua jenis media ini serta mengidentifikasi strategi komunikasi yang paling efektif untuk mencapai tujuan tertentu.
3. Studi Persepsi Stakeholder: Melakukan penelitian tentang persepsi pemangku kepentingan, termasuk manajemen Bulog, karyawan,

masyarakat, dan media massa, terhadap strategi komunikasi Divisi Humas. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana pesan yang disampaikan telah diterima dan dipahami oleh berbagai kelompok pemangku kepentingan.

4. Evaluasi Respons Terhadap Krisis Pangan: Melakukan penelitian mendalam tentang respons Divisi Humas terhadap krisis pangan yang terjadi dan bagaimana respons tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap Bulog. Penelitian ini dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi yang diterapkan dalam situasi darurat.

**Analisis Perubahan Citra Publik:** Melakukan penelitian untuk mengevaluasi perubahan citra publik Bulog sebelum dan sesudah penerapan strategi komunikasi yang telah dilakukan. Penelitian ini dapat menggunakan metode survei atau analisis media untuk mengidentifikasi perubahan persepsi dan sikap masyarakat terhadap Bulog sebagai lembaga pemerinthan yang bertanggung jawab atas ketahanan pangan.

Dengan melakukan penelitian lebih lanjut dalam area-area tersebut, akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang efektivitas strategi komunikasi Divisi Humas Perusahaan Bulog dan memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan lebih lanjut dalam menjaga ketahanan pangan nasional.