

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Peran Public Relations PT Lativi Media Karya (tvOne) dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Program Offline “Renungan Jiwa”*, dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* memiliki peran yang cukup penting dalam mempertahankan citra perusahaan di tengah persaingan industri media yang semakin kompleks.

1. Sebelum merancang program komunikasi, *Public Relations* tvOne terlebih dahulu melakukan proses pencarian fakta (*fact finding*) terhadap kondisi industri media, karakteristik audiens, serta persepsi masyarakat terhadap tvOne. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa tvOne selama ini dikenal sebagai stasiun televisi berita yang berfokus pada isu politik, ekonomi, dan berbagai informasi nasional. Kondisi tersebut menyebabkan segmentasi audiens tvOne cenderung lebih spesifik dibandingkan televisi hiburan. Selain itu, perkembangan media digital juga membuat masyarakat memiliki banyak alternatif dalam memperoleh informasi. Oleh karena itu, *Public Relations* berupaya menghadirkan pendekatan komunikasi yang lebih dekat dengan masyarakat melalui kegiatan yang bersifat humanis, salah satunya melalui program offline “Renungan Jiwa”.

2. Dalam tahap perencanaan program, *Public Relations* berperan dalam merancang konsep kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Proses perencanaan dilakukan melalui koordinasi dengan berbagai divisi internal perusahaan seperti tim program, produksi, dan manajemen. Dalam tahap ini *Public Relations* menentukan tujuan kegiatan, sasaran audiens, serta tema yang relevan dengan kehidupan masyarakat. Program “Renungan Jiwa” dipilih sebagai salah satu kegiatan komunikasi perusahaan karena dianggap mampu memberikan nilai spiritual, refleksi diri, serta pengalaman yang berbeda bagi masyarakat dibandingkan program televisi pada umumnya.

3. Dalam pelaksanaan program, *Public Relations* berperan sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan dan publik. Kegiatan “Renungan Jiwa” dilaksanakan

melalui berbagai bentuk aktivitas seperti tausiyah, diskusi, serta sesi berbagi pengalaman dari narasumber inspiratif. Selain itu, program ini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi secara langsung dengan narasumber maupun dengan pihak tvOne. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di beberapa lokasi, baik di studio tvOne maupun di lokasi eksternal, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara perusahaan dan masyarakat.

4. Dalam proses publikasi kegiatan, tim *Media Relations* berperan dalam menyebarkan informasi mengenai program kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, website, serta jaringan media lainnya. Publikasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap program serta memperluas jangkauan informasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh tvOne.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program “Renungan Jiwa” memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan. Melalui kegiatan ini masyarakat tidak hanya mengenal tvOne sebagai media berita, tetapi juga sebagai institusi yang peduli terhadap nilai sosial dan spiritual. Respons positif dari peserta kegiatan maupun penonton menunjukkan bahwa program tersebut mampu membangun kedekatan emosional antara perusahaan dan masyarakat. Dengan demikian, program “Renungan Jiwa” menjadi salah satu upaya *Public Relations* tvOne dalam mempertahankan citra perusahaan di tengah persaingan industri media.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa peran *Public Relations* tvOne dalam mempertahankan citra perusahaan melalui program offline “Renungan Jiwa” dilakukan melalui proses komunikasi yang meliputi pencarian fakta, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, publikasi, serta evaluasi respons masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, tvOne tidak hanya menyampaikan informasi kepada publik, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat sehingga citra perusahaan dapat tetap terjaga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai peran *Public Relations* PT Lativi Media Karya (tvOne) dalam mempertahankan citra perusahaan melalui program offline “Renungan Jiwa”, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi PT Lativi Media Karya (tvOne)

Berdasarkan temuan penelitian, program offline “Renungan Jiwa” terbukti memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan serta mampu membangun kedekatan antara tvOne dan masyarakat. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan dapat terus mengembangkan program serupa secara lebih luas. Pelaksanaan kegiatan dapat diperluas ke berbagai daerah sehingga masyarakat dari wilayah lain juga memiliki kesempatan untuk mengikuti kegiatan tersebut secara langsung.

Selain itu, tvOne juga dapat meningkatkan integrasi antara kegiatan offline dan platform digital. Dokumentasi kegiatan, cuplikan tausiyah, maupun testimoni peserta dapat dipublikasikan secara lebih intens melalui media sosial dan kanal digital tvOne. Hal ini dapat membantu memperluas jangkauan pesan program serta memperkuat engagement dengan audiens yang tidak dapat hadir secara langsung.

Disarankan pula agar tim *Public Relations* melakukan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan program, baik melalui tanggapan peserta, interaksi di media sosial, maupun analisis respons publik. Evaluasi tersebut penting untuk mengetahui efektivitas program dalam mempertahankan citra perusahaan serta sebagai dasar perbaikan kegiatan di masa mendatang.

2. Saran bagi Praktisi Public Relations

Penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi langsung dengan masyarakat dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam membangun hubungan antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, praktisi *Public Relations*

di berbagai organisasi media maupun perusahaan lainnya dapat memanfaatkan kegiatan berbasis komunitas sebagai sarana untuk memperkuat citra perusahaan.

Program yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan komunikasi melalui media saja. Dengan adanya interaksi tersebut, perusahaan dapat memahami kebutuhan publik secara lebih mendalam serta membangun kepercayaan yang lebih kuat.

Selain itu, praktisi *Public Relations* juga perlu menyesuaikan strategi komunikasi dengan perkembangan media digital. Kombinasi antara kegiatan offline dan publikasi digital dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

3. Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu program kegiatan, yaitu program offline “Renungan Jiwa”. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji program lain yang dimiliki oleh tvOne atau organisasi media lainnya untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai praktik *Public Relations* dalam industri media.

Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan metode yang berbeda, seperti metode kuantitatif atau mixed methods, untuk mengukur secara lebih mendalam pengaruh kegiatan *Public Relations* terhadap citra perusahaan di mata publik.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah informan serta melibatkan berbagai kelompok audiens sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi masyarakat terhadap kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan media.

4. Saran untuk Kampus (Universitas Nasional)

Kampus sebagai institusi pendidikan disarankan untuk mendorong mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan magang atau penelitian untuk

mengaplikasikan teori akademik secara praktis di industri. Dalam konteks penelitian ini, kampus dapat memperkuat kerja sama dengan perusahaan media, seperti tvOne, untuk menyediakan kesempatan magang yang lebih terstruktur dan terarah. Hal ini akan memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memahami peran PR secara strategis, sekaligus meningkatkan keterampilan profesional mereka. Kampus juga dapat memfasilitasi seminar atau workshop tentang media relations, komunikasi strategis, dan manajemen reputasi yang relevan dengan kebutuhan industri.

5. Saran untuk Penulis (Diri Sendiri)

Penelitian ini memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dalam memahami praktik *Public Relations* di industri media, khususnya dalam mempertahankan citra perusahaan melalui kegiatan komunikasi langsung dengan masyarakat. Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi waktu penelitian, jumlah informan, maupun kedalaman data yang diperoleh.

Ke depannya, penulis diharapkan dapat terus mengembangkan kemampuan dalam melakukan penelitian, terutama dalam menggali data yang lebih mendalam melalui observasi lapangan, dokumentasi, serta wawancara yang lebih luas dengan berbagai pihak yang terlibat. Selain itu, penulis juga diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai teori komunikasi dan *Public Relations* sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif.

Penulis juga menyadari pentingnya ketelitian dalam proses penulisan karya ilmiah, mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan penelitian. Oleh karena itu, pengalaman dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan kemampuan akademik serta profesional di bidang komunikasi dan *Public Relations* di masa mendatang.