

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari analisa penelitian, maka strategi *Public Relation* Dompot Dhuafa Republika dalam mempertahankan *image* dapat disimpulkan, bahwa strategi *Public Relations* di Dompot Dhuafa berhasil mempertahankan *image* perusahaan kepada masyarakat, melalui kegiatan yang ada di dalam program Dompot Dhuafa, di mana termasuk ke dalam teori pencils yaitu:

- 1) *Event* seperti *Public Expose* yang merupakan laporan pertanggung jawaban pertahun, yang menjabarkan kegiatan dan transparansi dana yang diberikan donatur kepada Dompot Dhuafa.
- 2) Publikasi yang dilakukan Dompot Dhuafa yaitu membuat *press release* dalam kegiatan Tebar Hewan Kurban, membuat artikel DD turunkan tim saat gunung api kembali erupsi.
- 3) Kepedulian Sosial (*Community Involment*) di mana kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang melibatkan komunitas masyarakat sekitarnya, salah satu contohnya seperti komunitas HVC (Honda Vario Club) yang mengadakan kegiatan untuk korban banjir di Brebes.
- 4) Investasi Sosial (*Social Investment*) yang dilakukan Dompot Dhuafa kepada masyarakat ialah dengan membangun Rumah Sakit, jembatan, masjid, dll. Salah satu wujud nyata yang udah kita buat saat ini adalah rumah sakit, yang dibangun dari dana hasil kumpulan para donatur dalam program patungan rumah sakit dhuafa pertama di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian yang penulis lakukan di Dompot Dhuafa Republika, saran yang penulis temukan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ketika akan mengadakan *event*, koordinasi antara pelaksana (PIC) agar ditingkatkan untuk menghindari *miss communication*.

- 2) Saat ini Dompot Dhuafa sudah tersebar dan di kenal oleh negara seperti, USA, Korea Selatan, Hongkong, Australia dan Jepang, bisa lebih dikenalkan atau dipromosikan ke negara-negara lain yang belum tersentuh.

