

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. Peran humas dari segi komunikasi antar tim internal humas PT KAI sebagai komunikator untuk menyampaikan segala informasi yang tetap harus dikoordinasikan dengan tim *internal* perusahaan.
2. Citra baik perusahaan bisa meningkat dimata publik karena penyampaian yang baik dari humasnya dan juga pelayanan yang ada dilapangan.
3. Dengan perkembangan media sosial internet yang sangat pesat lebih memudahkan humas untuk memberikan informasi secara *real time* dan *responsif* di media sosial instagram @kai121_ & twitter @kai121, maupun website dari PT KAI yaitu kai.id, dan dengan adanya call center 121 yang menjadi garda terdepan dalam sebagai wadah dalam menampung keluhan dan saran terhadap fasilitas dan sarana prasarana dilingkup PT KAI.
4. Fasilitas berupa layanan untuk pengaduan yang responsif adalah hal terpenting dalam rangka meningkatkan citra positif perusahaan.
5. Dari segi hubungan humas dengan media publik seperti wartawan dan jurnalis harus baik, melihat humas PT KAI sering mengadakan acara-acara yang mengikutsertakan wartawan dan jurnalis untuk bisa ikut berkontribusi dalam hal peliputan agar mereka mendapatkan berita-berita yang aktual, fakta dan terpercaya. Karena mengingat banyak sekali berita *hoax* yang beredar dipublik.
6. Strategi yang diterapkan humas untuk meningkatkan citra PT KAI salah satunya menjadikan humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai komunikator pada pihak publik. Selain menerapkan strategi, humas PT KAI juga melakukan pendekatan guna meningkatkan citra PT KAI, Contoh pendekatannya yang dilakukan humas seperti melakukan *coffee morning* dengan para *stakeholder*, konferensi pers dengan para wartawan lalu memposting kegiatan tersebut lewat media online.

7. Humas telah rutin melakukan sosialisasi ke publik melalui media, contohnya promo promo atau fasilitas baru di PT KAI harus konsisten disampaikan dan juga dengan cara menjaga kinerja perusahaanya yang diimplementasikan dengan survey kepuasan pelanggan terhadap pengguna jasa kereta api.
8. Humas dalam menjalankan tugasnya selalu berkoordinasi dengan tim internal dalam rangka pemecahan masalah (Problem Solving) agar tidak memberikan informasi dan edukasi yang salah kepada pengguna jasa yang melakukan keluhan dari segi fasilitas sarana, prasarana, dan pelayanan, yang menjadi faktor terbesar dalam meningkatkan citra positif PT KAI.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran akademis, yaitu:

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan wawancara atau penyebaran kuesioner yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran praktis, yaitu:

1. Saran dari peneliti yaitu agar PT KAI lebih memperhatikan untuk layanan twitter karena beberapa dari pengguna kereta api yang menggunakan media twitter tersebut untuk melakukan pengaduan dalam bentuk saran maupun kritik kurang *responsif* dalam merespon segala bentuk keluhan dari pelanggan, dan pada akhirnya pengguna jasa harus menunggu dalam jangka waktu yang tidak bisa ditentukan.
2. Karena humas menjadi komunikator atau jembatan untuk melakukan komunikasi dalam menyampaikan segala bentuk informasi, maka humas harus tanggap dan cermat dalam menyikapi segala kritik dan saran yang disampaikan oleh customer.

3. PT KAI diharapkan agar menambah kapasitas gerbong khusus wanita mengingat maraknya pelecehan seksual yang terjadi terhadap wanita transportasi umum.
4. Dari segi kepuasan pelanggannya, PT KAI perlu melakukan survey penilaian dari layanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT KAI ke pengguna jasa, agar dapat mengetahui tolak ukur kepuasan dari pengguna jasa. Hal ini dilakukan agar terus memantau kepuasan dari pelanggan sehingga PT KAI mengetahui bahwa kinerjanya terealisasi dengan baik guna meningkatkan citra positif perusahaan.
5. Humas menjadi garda terdepan dalam rangka memberikan informasi yang *actual* dan faktual terpercaya yang bisa dipertanggung jawabkan.
6. Humas sebagai fasilitator komunikasi dalam meningkatkan citra positif perusahaan dengan menyampaikan informasi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi fasilitas dan sarana pra sarana perlu meningkatkan improvisasi ide-ide agar pengguna jasa tetap percaya untuk terus menggunakan jasa angkutan Kereta Api.