

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah dituliskan diatas, penulis melakukan kerja praktek di *PT.Hume Sakti Indonesia (HSI)* terhitung mulai tanggal 2 Juni – 31 Agustus 2014, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Divisi *Marketing Public Relations* di HSI memiliki tugas sebagai jembatan antara perusahaan dengan para klien, khususnya dalam hal pengenalan perusahaan, produk dan jasa, serta memberikan jawaban atas setiap masalah klien yang bersangkutan dengan perusahaan.
- b. Divisi *Marketing Public Relations* di HSI juga terus berpartner bersama divisi *Marketing* terutama pada saat melakukan pengenalan produk dimana divisi *Marketing* yang akan lebih menjelaskan secara detail atas produk yang perusahaan miliki sedangkan divisi *Marketing Public Relations* hanya secara garis besar saja.
- c. *Marketing Public Relations* di HSI sudah dapat melakukan perannya menurut Kotler dan Keller.

IV.2 Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ingin memberikan saran-saran untuk manajemen *PT.Hume Sakti Indonesia* serta seluruh staff di dalamnya. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas perusahaan secara keseluruhan. Berikut saran yang dapat ditulis oleh penulis :

- a. Lebih peka terhadap teknologi dan media yang ada pada jaman sekarang, contohnya seperti website dan alat presentasi yang baik mengenai perusaha (*company profile, PPT, dan dokumen-dokumen lainnya*). Karena, penulis beranggapan bahwa setiap klien pasti memiliki masa

regenerasi dimana yang muda akan menjadi penerusnya, sedangkan sekarang masyarakat sudah begitu peka dan tergantung dengan alat-alat modern yang lebih praktis dan mudah untuk mendapatkan informasi.

- b. Selalu melakukan *follow up* kepada klien yang proyeknya sedang berjalan ataupun yang sudah jadi, guna memberikan anggapan kepada klien bahwa PT.HSI masih perhatian dan peduli terhadap proyek klien, serta menjaga hubungan jangka panjang.
- c. Mengembangkan strategi *sales promotion* yang lebih intens dan disebarluaskan kepada target dan sasaran tertentu.
- d. Melakukan dokumentasi pada aktifitas perusahaan dan proyek yang berlangsung seperti foto, untuk diperlihatkan kepada klien / *potential buyer* bahwa PT.HSI memiliki system yang sehat.
- e. Melakukan pendekatan kepada media massa, karena setiap perusahaan pasti ada waktu mengalami masa-masa yang sulit, pastinya perusahaan tidak mau jika namanya tercemar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Pajajaran
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat. 2008. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Rosda Karya
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta:PT. Index.