

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas yang diterapkan PT. Pilar Putra Perkasa menjadi kunci utama dalam meningkatkan citra positif perusahaan, terutama sebagai perusahaan jasa konstruksi yang bersaing di pasar nasional. Perusahaan mampu memanfaatkan pendekatan komunikasi yang menyeluruh, baik secara internal maupun eksternal, untuk membangun hubungan yang kokoh dengan berbagai pemangku kepentingan. Di sisi internal, perusahaan berhasil menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif, yang berkontribusi pada peningkatan loyalitas serta motivasi karyawan. Pendekatan ini juga melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan, sehingga menciptakan rasa kepemilikan yang kuat terhadap visi dan misi organisasi. Penanganan konflik internal dilakukan dengan pendekatan kolaboratif melalui diskusi terbuka dan penyelesaian win-win solution, sehingga potensi konflik dapat diminimalkan dan produktivitas tetap terjaga.

Pada sisi eksternal, PT. Pilar Putra Perkasa berhasil membangun hubungan yang solid dengan klien dan mitra bisnis melalui komunikasi yang efektif, transparan, dan responsif. Program Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan terbukti menjadi salah satu elemen penting dalam membangun hubungan positif dengan masyarakat sekaligus memperkuat citra perusahaan. Publikasi melalui media sosial yang konsisten juga membantu perusahaan

menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat posisi mereka, dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam menangani krisis dengan cepat dan profesional menjadi faktor penting dalam menjaga reputasi yang baik di mata publik. Keseluruhan strategi ini membuktikan bahwa komunikasi yang efektif, baik dalam lingkup internal maupun eksternal, dapat menjadi landasan utama bagi perusahaan untuk membangun citra positif dan menciptakan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

5.2. Saran

PT. Pilar Putra Perkasa perlu terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan terintegrasi untuk menghadapi tantangan yang semakin kompleks di industri konstruksi. Pertama, perusahaan disarankan untuk memperluas cakupan program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan fokus pada isu-isu sosial dan lingkungan yang relevan, seperti pengembangan komunitas lokal di sekitar proyek atau mendukung inisiatif ramah lingkungan. Dengan memperluas dampak CSR, perusahaan tidak hanya meningkatkan kontribusinya kepada masyarakat, tetapi juga memperkuat citra sebagai entitas yang bertanggung jawab sosial.

Selain itu, optimalisasi media digital perlu menjadi prioritas. Perusahaan dapat memanfaatkan platform media sosial untuk menyampaikan pesan yang lebih strategis, seperti dokumentasi visual proyek, testimoni klien, atau kampanye edukasi yang menarik. Konten-konten ini dapat dirancang untuk meningkatkan interaksi dengan publik, memperluas eksposur merek, dan membangun hubungan

yang lebih dekat dengan audiens. Untuk memastikan efektivitas strategi digital ini, perusahaan disarankan untuk membentuk tim khusus yang fokus pada pengelolaan media sosial dan strategi komunikasi digital.

Dalam pengelolaan internal, pelatihan rutin bagi karyawan harus terus dilaksanakan. Pelatihan ini dapat mencakup pengembangan keterampilan komunikasi, manajemen hubungan dengan klien, serta kemampuan menyelesaikan konflik secara profesional. Dengan demikian, karyawan dapat menjadi representasi perusahaan yang andal dalam berbagai situasi. Selain itu, perusahaan juga perlu mengembangkan sistem komunikasi internal yang lebih terstruktur, seperti menggunakan platform digital untuk menyampaikan informasi penting secara real-time dan memastikan koordinasi antar divisi berjalan dengan lancar.

Dalam menghadapi potensi krisis, perusahaan disarankan untuk menyusun protokol penanganan krisis yang komprehensif dan proaktif. Protokol ini harus mencakup langkah-langkah yang jelas mulai dari identifikasi masalah, tanggapan cepat, hingga penyusunan pernyataan resmi kepada publik. Dengan memiliki sistem yang terencana, perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif dari krisis terhadap citra perusahaan dan memastikan kepercayaan publik tetap terjaga.

Terakhir, kolaborasi dengan media massa perlu ditingkatkan. Perusahaan dapat menjalin hubungan strategis dengan media lokal dan nasional untuk mempublikasikan keberhasilan proyek, wawancara eksekutif, atau artikel opini yang relevan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan eksposur perusahaan tetapi juga memperkuat kredibilitasnya di mata publik dan mitra bisnis. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, PT. Pilar Putra Perkasa diharapkan dapat

terus mempertahankan dan meningkatkan citra positifnya, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat posisinya di pasar konstruksi yang kompetitif. Strategi komunikasi yang terintegrasi, adaptif, dan inovatif akan menjadi fondasi bagi perusahaan untuk mencapai keberlanjutan bisnis di masa depan.