

BAB 4

PENUTUP

VI.1 Kesimpulan

Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah kota Surabaya sendiri menggunakan dua media yaitu media cetak dan media sosial. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam media monitoring media cetak adalah dengan menggunakan kliping dan *scanning*, kemudian dalam *media monitoring* media sosial adalah dengan menggunakan pantauan komentar media sosial.

Adapun hasil dari kerja praktik ini adalah hubungan masyarakat (Humas) Pemerintah kota Surabaya mempunyai peranan yang penting dalam melaksanakan kegiatan *media monitoring*, peranan tersebut berkaitan dengan evaluasi pemberitaan yang ada di media massa. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kegiatan kliping dan pantauan komentar media sosial mempunyai porsinya masing-masing, kegiatan kliping ditujukan untuk mengawasi atau mengontrol bagaimana sebuah surat kabar memberitakan sebuah berita yang berkaitan dengan Pemerintah kota Surabaya. Pantauan komentar media sosial sendiri berguna untuk lebih mendengarkan respon, aspirasi, keluhan, saran, dan kritik masyarakat terhadap berita tentang Pemerintah kota Surabaya yang diunggah oleh akun media sosial tertentu.

VI.2 Saran

Kegiatan *Media monitoring* yang dilakukan oleh hubungan masyarakat (Humas) dalam pelaksanaannya sudah cukup baik, namun diperlukan konsistensi dalam melakukan kegiatan tersebut agar dapat memberikan pelayanan publik terbaik dan dapat meningkatkan citra positif bagi Pemerintah kota Surabaya melalui hasil evaluasi kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah kota Surabaya. Namun terdapat saran lain untuk divisi Humas Pemerintah kota Surabaya yaitu perlu diperbaiki dan ditingkatkan lagi dalam komunikasi internal antara pegawai sehingga tidak terjadi sebuah miskomunikasi dalam kegiatan kerja sehingga tujuan Humas dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

- Friedel, S. L., & Friedel, T. (2020). Program Kliping Media Sebagai Kegiatan Media Monitoring Divisi Humas Di Pt Perusahaan Listrik Negara (Pln) Persero Distribusi Jawa Barat. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 10(2), 181–195. <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i2.7261>
- Gunawan, A. I., & Anisa, R. (2020). Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 122. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i2.1758>
- Nurjanah, A., Widyasari, W., & N, F. Y. (2015). Public Relations & Media Relation (Kritik Budaya Amplop Pada Media Relation Institusi Pendidikan DI Yogyakarta). *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 41–56. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/6/27>
- Rully Khairul Anwar, A. R. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Komunikasi Digital*, 6(3), 1–5.

BUKU

- Kriyantono, R. (2015) *PUBLIC RELATIONS, ISSUE & CRISIS MANAGEMENT*. Jakarta. KENCANA
- Mulyadi, S. (2019) *MANAJEMEN HUMAS DAN PUBLIK OPINION BUILDING*. Pamekasan. Duta Media Publishing.

Nova, F. (2009) *CRISIS PUBLIC RELATIONS*. Indonesia . Grasindo

Ruslan, Rosady. 2006. *MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DAN MEDIA KOMUNIKASI, KONSEPSI DAN APLIKASI*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Silviani, I. (2019) *PUBLIC RELATIONS SEBAGAI SOLUSI KOMUNIKASI KRISIS*. Surabaya. SCOPINDO.

Suprawoto. (2018) *GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS*. Jakarta.
PRENADAMEDIA GROUP