

BAB IV

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Peran humas dinas Kominfo Jawa Timur sebagai cyber public relations pemerintah Jawa Timur dengan masyarakat Jawa Timur menjadi penopang utama dalam terciptanya citra maupun opini positif dari masyarakat, terlebih masyarakat Jawa Timur. Selain itu melalui media sosial dengan ragam *platform* menjadikan informasi yang disebarakan lebih luas serta terarah akan target yang ditentukan. Peran humas sendiri memberikan beberapa bantuan kepada perusahaan, seperti;

- a. Interaksi, *feedback*, dapat diterima secara langsung.
- b. Jalinan hubungan yang baik antara Kominfo Jatim dengan masyarakat dalam menerima informasi maupun sanggahan.
- c. Pemeliharaan akan citra maupun reputasi Kominfo Jatim dalam penyebaran informasi/berita yang dimuat di *platform* milik Kominfo Jatim.

IV.2 Saran

a. Bagi Instansi

Ada baiknya jika terdapat penyediaan *wifi* yang mumpuni dalam ruang kerja, mengingat pekerjaan yang dilakukan akan

menggantungkan kepada koneksi internet, terlebih ketika menjalankan *meeting* secara online dengan bersama-sama, *router wifi* pada ruangan akan melambat dan hasil *meeting* tidak optimal.

b. Bagi Mahasiswa Yang Akan Melaksanakan Kerja Praktik

Untuk mahasiswa yang tertarik untuk melaksanakan kerja praktik di Kominfo Jatim di bidang humas atau *public relations* diharapkan memiliki keinginan dalam mempelajari jurnalistik ataupun media digital. Dalam penugasannya, humas harus mampu untuk menyampaikan informasi dari instansi terkait kepada masyarakat umum dengan pengemasan berita yang mudah untuk dipahami ragam lapisan masyarakat.

Daftar Pustaka

Buku:

Dennis McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail*.

Jurnal :

Abdillah, Fatimah. 2017. “Efektivitas Marketing Public Relation Dalam Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi.” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 1(1): 1–9.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1565>.

Hidayat, Dasrun, Engkus Kuswarno, Feliza Zubair, and Hanny Hafiar. 2018. “Public Relations Communication Behavior through a Local-Wisdom Approach: The Findings of Public Relations Components via Ethnography as Methodology.” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 34(3): 56–72.

Normasari, S. 2013. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang.” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 6(2): 77767.

Samosir, Zurni Zahara. 2005. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU Departemen Studi Perpustakaan Dan Informasi.” *Jurnal Studi Perpustakaan Dan Informasi* 1(1): 28–36.

Internet:

<http://kominfo.jatimprov.go.id/>