

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV. 1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap aktivitas *Public Relations* program magang di PT Avia Avian selama dua bulan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah berhasil melaksanakan strategi *Public Relations* secara efektif dalam membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan. *Public Relation Internal* berperan dalam membangun lingkungan kerja yang positif melalui komunikasi dua arah yang efektif, program pendidikan dan pelatihan, sistem penghargaan, serta pelaksanaan kegiatan non-formal seperti acara perayaan, kegiatan olahraga, dan peringatan hari besar. Strategi ini berdampak langsung pada peningkatan loyalitas dan motivasi kerja karyawan yang pada akhirnya menunjang citra perusahaan dari dalam.

Avian *Brands* juga mampu menjaga reputasi perusahaan melalui program CSR (*Corporate Social Responsibility*), edukasi, pelayanan pelanggan yang responsif, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi. Relasi yang harmonis dengan publik eksternal berkontribusi pada terciptanya kepercayaan dan penerimaan positif terhadap perusahaan. Aktivitas Public Relations, Avian *Brands* menerapkan strategi publikasi, identitas media, penyelenggaraan *event*, pemberitaan, aktivitas sosial, serta *sponsorship*. Secara keseluruhan, Avian *Brands* berhasil membentuk citra perusahaan yang positif melalui penerapan strategi *Public Relations* sehingga memperkuat posisi Avian *Brands* sebagai pemimpin pasar industri cat di Indonesia selama lebih dari 45 tahun.

IV.2 Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis memberikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT Avia Avian Sidoarjo. Mengoptimalkan aktivitas *public relations* dengan membentuk tim yang dapat berfokus pada pengelolaan citra perusahaan dan hubungan dengan *stakeholder*. Kemudian Avian *Brands* sebaiknya melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap hasil setiap aktivitas *public relation*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S., Center, A. H., & Broom, G. m. (2006). Effective Public relations (9th ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Dewi, R. D. Lokita Pramesti. (2024). *Strategi dan Teknik Publik Relations*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Effendi, Onong. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Jefkins, frank. (2003). Public relationss (N. Mahanani (ed.); 5th ed.). Jakarta: PT.Gelora Aksara Pratama.
- Milyane, Tita Melia. (2021). *Public Relations (Komunikasi Strategis, Digital dan Bertanggung Jawab Sosial)*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Noor, Any. (2013), Manajemen Event. Bandung: Alfabeta.
- Serli, Wijaya, K. M. (2013). *Manajemen Event*. PT Raja Grafindo Persada.