

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, tingkat pengetahuan karyawan terhadap *in house training public relations “Developing Customer Service”* adalah tinggi. Sebagian besar karyawan dapat mengetahui secara dalam hal seputar program *in house training “Developing Customer Service”*. Ketika dirinci berdasarkan indikator pengetahuan produk dan pelaksanaan, hasilnya menunjukkan pengetahuan produk mengenai isi materi serta tujuan dari program *in house training “Developing Customer Service”* hasilnya tinggi. Begitu juga dengan pengetahuan pelaksanaan isi materi dan pengetahuan pelaksanaan program *in house training “Developing Customer Service”* memiliki hasil pengetahuan yang tinggi. Sehingga menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan karyawan tinggi terhadap *in house training public relations “Developing Customer Service”*.

V.2. Saran

1. Secara akademis, bagi akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya, peneliti menganjurkan untuk meneliti program *in house training public relations* secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, sehingga dapat mengetahui masing-masing perbedaan tingkat pengetahuan antara program satu dengan lainnya. Selain itu, peneliti juga menganjurkan untuk meneliti program *in house training public relations* dengan metode yang berbeda.

2. Secara praktis, peneliti menganjurkan pihak *public relations* (PR) untuk lebih tegas dalam membuat peraturan bagi tiap peserta dari karyawan medis maupun non medis, agar tidak hanya memberikan absen tanda tangan saja di setiap program pelatihan internal PR, namun juga wajib mengikuti setiap program internal PR dari awal hingga selesai. Sehingga masing-masing peserta dapat lebih mengerti dan memahami isi materi sampai pada proses pelaksanaan program internal PR.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian Untuk *Public Relations* kuantitatif dan kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2007. *Effective Public Relations*. Edisi 8. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia
- Effendy, Onong, Uchjana. 2003. Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong, Uchjana. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. 1994. Perilaku Konsumen, Edisi Keenam (Jilid 1), Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hamalik, Oemar. 2000. *Pengembangan Sumber Daya Manusia, Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan, Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Refika Aditama

Soegiharto, Valencia.2017. Sikap Karyawan Perusahaan X Di Bali Mengenai Isi Media Internal *e-Newsletter*. Jurnal E-Komunikasi VOL 5. NO.1

Solso, R.L. 1995. *Cognitive Psychology*. (4th ed). Boston: Allyn and Bacon, Inc.

Suranto, A W. 2005 *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana

Internet

(<http://titikurniati.wordpress.com/2011/01/06/>)

<http://www.husadautamahospital.com/>, 2017

<http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2015-09/S-Cynthia%20Murniati>

<https://journal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/viewFile/7375/5742>

Wawancara

Wawancara langsung dengan PR Rumah Sakit Husada Utama Surabaya pada tanggal 27 Juli 2017 & 06 April 2018

Wawancara langsung dengan karyawan medis & non medis Rumah Sakit Husada Utama Surabaya pada tanggal 06 April 2018