

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan dari peneliti yang dilakukan dan saran-saran yang diberikan oleh peneliti kepada Badan POM dan untuk penelitian selanjutnya.

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi *Public Relations* Badan POM dalam rangka mengangkat citra positif sebagai badan pengawas obat dan makanan menggunakan pendekatan *persuasive* (Komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator ) dan *edukatif* (Komunikasi yang di dalamnya memberikan wawasan atau didikan ) dimana ada empat langkah strategi untuk membangun citra positif yaitu :

1. Mendefinisikan suatu masalah
2. Perencanaan dan pemrograman
3. Bertindak dan berkomunikasi

Dalam melaksanakan empat langkah-langkah strategi untuk membangun citra positif Badan POM belum melakukan tahap pengevaluasian program yang terkait dengan masalah yang dihadapi. Namun sudah ada rencana evaluasi yang akan

dilakukan oleh Badan POM yaitu mengevaluasi program internal dan program eksternal, untuk program internal evaluasinya berupa hasil yang diperoleh dari rapat pertemuan dengan karyawan dan pengembangan staf yang dilakukan. Dan untuk program eksternalnya mengenai evaluasi tentang *customer relations* dengan pihak terkait seperti hubungan dengan konsumen, pemerintah dan pers.

Selain menggunakan strategi-strategi tersebut ada faktor pendukung dan penghambatnya. Faktor pendukungnya adalah adanya komunikasi dan kerjasama yang baik antara humas dengan sub bagian lain dalam melaksanakan kegiatan kehumasan dan faktor penghambatnya adalah keterbatasan alat dan fasilitas serta kurangnya budget yang dimiliki oleh Badan POM.

Fokus peranan *Public Relation* di Badan POM yaitu :

c. *Communication Fasilitator*

*Public Relations* berperan sebagai fasilitator komunikasi dalam suatu perusahaan baik ke dalam maupun keluar. Yang kedua ke dalam *Public Relations* menyampaikan informasi mengenai keluhan-keluhan konsumen kepada Badan POM. Dan yang keluar, *Public Relations* menyampaikan informasi kepada publiknya atas keluhan yang masuk dengan memberikan tanggapan kepada publik yang bersangkutan.

d. *Problem Solver*

*Public Relations* Badan POM berperan sebagai problem solver, dalam hal ini *Public Relations* bekerja sama dengan sub bagian yang mendapat keluhan menyelesaikan dan mencari jalan keluar.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan melihat realita yang ada di lapangan, maka peneliti mengajukan saran kepada *Public Relations* Badan POM sebagai berikut:

1. Badan POM mempertahankan komunikasi dan kerjasama antar humas di sub bagian lain yang telah terbina baik.
2. Meningkatkan tugas dan fungsi *Public Relations* dalam *top management*. Sehingga tugas-tugas dan fungsi *Public Relations* dapat terlaksana dengan baik dan mendapatkan hasil seperti yang menjadi tujuan utama Badan POM.
3. Meningkatkan hubungan yang baik dengan publik dan karyawan sehingga dapat mewujudkan citra positif sebagai badan yang dapat menginformasikan kesehatan obat dan makanan kepada seluruh masyarakat.
4. Memaksimalkan media-media yang digunakan oleh Badan POM, karena *Public Relations* masih kurang memberikan informasi kepada publik secara detail.
5. Melakukan pengevaluasian program untuk melihat hasil dari pelaksanaan yang telah dilakukan.
6. Meningkatkan kualitas SDM di lingkungan Badan POM agar kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan strategi komunikasi menjadi lebih baik dan efisien dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan secara optimal