

BAB IV

PENUTUP

Pada bab iv yang merupakan bab terakhir dalam penelitian yang telah dibuat ini, dan juga pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari data dan analisis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan juga saran-saran yang diharapkan dapat menjadi tambahan masukan bagi perusahaan.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Hubungan Fungsi Humas Terhadap Kualitas Pelayanan di PT Kereta Api Indonesia Divre III Kota Palembang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menjalin hubungan baik

Menjalin hubungan yang baik bagi perusahaan merupakan suatu yang harus dilakukan untuk lebih mengenalkan dan menambah nilai positif perusahaan dimata public. Hubungan yang baik juga dapat terjadi baik itu dilingkup internal dan eksternal perusahaan. Dalam segi hubungan dengan kualitas pelayanan yaitu hubungan yang baik antara perusahaan atau karyawan perusahaan dengan para konsumen juga merupakan suatu pelayanan yang baik bagi konsumen, karena suatu pelayanan yang baik terjadi karena adanya rasa hubungan yang baik antara perusahaan dan konsumen.

2. Membentuk citra perusahaan

Membentuk citra bagi perusahaan adalah kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk lebih dipercaya dan dinilai baik oleh konsumennya. Karena dengan adanya citra yang baik akan membuat konsumen percaya dan yakin dalam menggunakan dan menikmati pelayanan dari perusahaan. Pelayanan yang baik tentu berbanding lurus dengan citra yang baik pula dari perusahaan tersebut. Maka, dari itu citra yang baik akan mencerminkan kualitas pelayanan yang baik pula.

3. Fasilitator komunikasi

Fasilitator komunikasi dalam hal ini yaitu sebagai penengah dalam mencari dan memecahkan masalah yang terjadi dalam lingkup perusahaan, terlebih lagi perusahaan yang sehari-harinya berurusan dengan masyarakat tentu akan ada saja masalah yang terjadi baik itu masalah skala besar atau kecil. Humas dapat menjadi fasilitator komunikasi yang baik guna menyelesaikan masalah yang ada sehingga tidak sampai membesar masalah yang ada.

4. Teknisi komunikasi perusahaan

Teknisi komunikasi perusahaan yang berarti humas sebagai mulut dari perusahaan yang dapat juga berarti humas sebagai penyampai informasi dan pesan dari internal perusahaan yang akan disampaikan kepada eksternal atau publiknya. Humas juga dapat menerima saran dan kritik dari

konsumen untuk menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan kedepannya.

B. Saran

Karena keterbatasan penelitian ini diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat diperluas dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar dari yang telah disusun pada penelitian ini sebagai sebuah penelitian yang lebih spesifik dan dalam lingkup yang lebih besar.