

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Upaya humas Opi Water Fun membangun citra perusahaan dengan menggunakan beberapa strategi. Strategi yang digunakan adalah strategi dari Harwood Child yaitu *Strategy of Publicity, Strategy of Persuasion, Strategy of Argumentation, Strategy of Image.*

Dari pelaksanaan strategi tersebut, menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh humas Opi Water Fun Palembang sesuai dengan teori yang ada dan cukup berjalan dengan baik. Dimulai dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung, kepercayaan pengunjung, dan dari pihak perusahaan yang bekerja sama dengan Opi Water Fun. Maka citra yang dihasilkan juga semakin baik.

#### **B. Saran**

Dari pembahasan dan observasi yang telah dilakukan, peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Kepada Opi Water Fun Jakabaring, hendaklah ada upaya untuk lebih meningkatkan semua yang ada dan kepada Humas yang berada di divisi K.a Humas dan K.a Marketing disarankan untuk lebih mengembangkan strategi yang ada agar dapat memberikan keuntungan yang optimal bagi

2. perusahaan dan untuk memajukan wahana air ini. Dengan demikian kedepan citra yang dibangun akan terus berkembang dan ditingkatkan dengan melalui *teamwork* yang solid dan kompak demi menjaga nama baik perusahaan.
3. Untuk peneliti yang selanjutnya, semoga penelitian ini digunakan dan dimanfaatkan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya. Dan semoga mempermudah dalam memberikan sumbangan teori dan ilmu untuk generasi selanjutnya.
4. Penulis berharap agar skripsi ini dapat menjadi pelengkap penelitian dan perkuliahan serta dapat menjadi pedoman penelitian selanjutnya yang lebih baik dengan mengembangkan yang sudah ada. Semoga bermanfaat untuk mahasiswa dan mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.