

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pada teori peran *Public Relations* oleh Cutlip, Center dan Broom yang menyatakan terdapat empat peranan seorang *Public Relations* dalam perusahaan atau organisasi, dapat disimpulkan bahwa peran *Public Relations* Sekolah Yehonala hanya menjalankan peranan sebagai teknisi komunikasi dan peran sebagai fasilitator komunikasi dari empat peran *Public Relations* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom.

Peran *Public Relations* Sekolah Yehonala dalam penggunaan media sosial adalah memainkan peran sebagai teknisi komunikasi. Peranan ini dibutuhkan juga dalam media sosial dikarenakan, sebelum melakukan publikasi seorang praktisi *Public Relations* harus menyiapkan konten-konten seperti apa yang cocok untuk dipublikasikan pada media sosial sekolah. Untuk mempertahankan Citra *The Best Learning Place for Children* melalui media sosial, praktisi *Public Relations* Sekolah Yehonala membuat konten aktivitas yang berhubungan dengan pembelajaran di Sekolah Yehonala, *event-event* di Sekolah Yehonala, fasilitas-fasilitas Sekolah Yehonala dan konten edukasi. Peranan sebagai fasilitator komunikasi terjadi pada saat praktisi *Public Relations* Sekolah Yehonala menerima *Direct Message (DM)* ke *Instagram* Sekolah Yehonala khususnya mengenai penerimaan siswa-siswi pada tahun ajaran baru dan keluhan. Praktisi *Public Relations* akan segera meminta nomor *Whatsapp* orang yang bertanya supaya *Marketing* bisa langsung menghubungi orang tersebut. Jika ada keluhan, praktisi

*Public Relations* akan menampung keluhan tersebut dan meinginformasikan kepada Kepala Bidang Pendidikan supaya keluhan tersebut dapat diselesaikan.

## **5.2. Saran**

Penulis melorongkan saran kepada penelitian selanjutnya supaya dapat mengkaji mengenai efektivitas dalam penggunaan media sosial oleh praktisi *Public Relations* untuk mempertahankan citra perusahaan atau sekolah pada masa pandemi Covid-19. Penelitian bisa dilakukan di perusahaan ataupun sekolah yang aktif menggunakan menggunakan media sosialnya dikarenakan kajian *Public Relations* yang berhubungan dengan media sosial bisa diteliti lebih lagi.