

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan mengenai strategi *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal PT Gojek Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh dari *key informan*, dan *informan* sebagai berikut:

1. Contoh tujuan, strategi *Public Relations* PT Gojek Indonesia. Dalam tujuannya adalah untuk menjalin hubungan yang baik dengan stakeholder internal PT Gojek Indonesia, Gojek melakukan kegiatan pembimbingan dengan pegawai baru dengan cara mengenalkan pegawai baru tersebut kepada para pegawai yang sudah lebih dahulu bergabung dengan PT Gojek Indonesia dengan cara memperkenalkan siapa saja atasannya, dan dimana saja letak divisi-divisi yang ada di PT. Gojek Indonesia. Selanjutnya strategi, PT Gojek Indonesia memberikan acara-acara yang tidak membosankan, guna untuk menyegarkan kembali pikiran para stakeholder internal yang sudah mulai suntuk agar kembali bekerja dengan maksimal, dan juga menciptakan suasana kerja yang nyaman. Selain itu, PR Gojek juga tidak memberikan batasan untuk para stakeholder internal yang ingin menanyakan suatu hal yang tidak dimengerti. Saling terbuka antara tim PR dengan stakeholdernya juga salah satu strategi untuk menjalin hubungan yang baik. Dengan adanya beberapa acara yang diadakan oleh *Public Relations* PT Gojek Indonesia dapat dibilang menghasilkan hasil yang maksimal untuk menjalin hubungan baik dengan stakeholder. *Public Relations* PT Gojek Indonesia pun jadi lebih mengetahui karakter dari stakeholdernya.

2. Ada beberapa strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh PT Gojek Indonesia untuk menjalin hubungan yang baik dengan stakeholder internalnya

- a. Pengenalan : Pengenalan merupakan salah satu strategi *Public Relations* PT Gojek Indonesia untuk menjalin hubungan yang baik dengan stakeholder internalnya. Karena jika saling mengenal satu dengan yang lain tentu hubungan yang terjalin akan menjadi sangat baik.

- b. Keterbukaan : Keterbukaan dari *Public Relations* PT Gojek Indonesia merupakan salah satu strategi untuk menghilangkan batasan antara *Public Relations* PT Gojek Indonesia dengan stakeholdernya.
- c. Komunikasi Tanpa Batasan : Komunikasi tanpa batas sangat diperlukan, agar apa hal yang kurang diketahui oleh para staf dapat ditanyakan langsung kepada *Public Relations* PT Gojek Indonesia
- d. Penghargaan : Penghargaan karyawan terbaik juga menjadi salah satu bentuk peran *Public Relations* PT Gojek Indonesia untuk menjalin hubungan baik. Dengan cara memberikan apresiasi kepada staf tentu dapat mempererat hubungan antara staf dengan staf yang lain, maupun antara staf dengan *Public Relations* PT Gojek Indonesia
- e. Gojek Cup : Gojek Cup merupakan sebuah acara lomba olahraga tahunan yang dikhususkan untuk menjalin hubungan satu dengan yang lain baik dengan divisi yang lain atau dengan *Public Relations* PT Gojek Indonesia.

5.2 Saran

Hasil analisis dari kesimpulan tersebut mengenai strategi *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal PT Gojek Indonesia. Peneliti merasa ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Memberikan motivasi kerja yang lebih lagi, agar yang dikerjakan oleh staf divisi menjadi lebih maksimal.
2. Mengapresiasi kinerja rekan kerja dimulai dari perdivisi hingga keseluruhan, jadi yang akan lebih banyak rekan kerja yang merasa kinerjanya diapresiasi.