

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan temuan yang telah dipaparkan dan dianalisis oleh peneliti, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

Strategi *public relations* Humas Masjid Agung Jawa Tengah dalam program acara Radio On TV sudah sesuai dengan konsep strategi perencanaan *public relations* dari Ronald D. Smith, namun ada beberapa kriteria dalam tahapan yang masih belum terpenuhi. Smith memaparkan ada empat fase dalam strategi perencanaan *public relations*, yaitu: **Pertama**, fase riset formatif meliputi analisis peluang dan hambatan yang ada, menetapkan narasumber serta menganalisis sasaran publik yang hendak dituju. **Kedua**, fase strategi dilakukan dengan membuat tujuan, melibatkan partisipasi audiens dan menggunakan komunikasi yang efektif. **Ketiga**, fase taktik dengan melakukan publikasi di seluruh platform media sosial yang ada. **Keempat**, fase evaluasi meliputi evaluasi program acara Radio On TV secara keseluruhan setiap 6 bulan sekali dan rapat koordinasi tiap bulannya.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin peneliti kemukakan dengan harapan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan di kemudian hari, yaitu:

Pertama, untuk meningkatkan interaksi atau *engagement* di akun Youtube, Facebook dan Instagram, Humas Masjid Agung Jawa Tengah dapat memanfaatkan program kerja sama periklanan melalui media internet atau biasa disebut dengan *adsense* (Ads). Selain itu, pengoptimalan berbagai fitur di media sosial seperti kuis, *polling* serta perencanaan berbagai konten yang menarik diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan *views*, *likes*, komentar dan jumlah pengikut.

Kedua, memanfaatkan seseorang yang berpengaruh atau *influencer* daerah maupun nasional untuk dapat membantu dalam menggaet audiens baru yang sebelumnya belum mengetahui program acara Radio On TV.

Ketiga, membuat buku catatan kehumasan yang berisi perencanaan hingga evaluasi sehingga dapat mengetahui apakah strategi public relations yang diterapkan sudah mencapai tujuan yang hendak dicapai atau belum.

Keempat, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti terkait *Cyber Public Relations* sebagai bentuk perkembangan dunia *public relations* yang dilakukan secara online. Hal ini juga dapat menjadi salah satu bentuk pemanfaatan media baru dalam aktivitas *public relations*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat membahas perbandingan *public relations* konvensional dengan *public relations* digital yang ada di Humas Masjid Agung Jawa Tengah.

