

## BAB 5

### PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pola komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung, ditinjau dari komunikasi yang dilakukan dalam menjalin hubungan dengan publik pers. Khususnya melalui kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* PT. Pos Indonesia, serta wawancara mendalam dengan informan dan telaah dokumen yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

#### 5.1 Simpulan

1. Komunikasi yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia bertujuan untuk menjalin hubungan dengan publik pers. Komunikasi membentuk sebuah pola komunikasi informal dan komunikasi formal.
2. Hambatan komunikasi yang terjadi selama proses komunikasi *public relations* kepada publik pers adalah hambatan sosiologis yaitu secara sosiologis semua personil yang ada berasal dari berbagai golongan dan lapisan yang menimbulkan perbedaan status. Hambatannya adalah kurangnya komunikasi yang baik antara kedua belah pihak seperti perbedaan sosial antara kedua belah pihak.

## 5.2 Saran

Saran-saran dapat dikemukakan untuk dapat menjadi pertimbangan berbagai pihak dalam kaitannya dengan pengembangan keilmuan maupun dalam aspek pola komunikasi diberbagai perusahaan sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. PT Pos Indonesia dapat mengembangkan kembali peninjauan mengenai tugas *public relations* sehingga akan banyak kembali pembaharuan dan juga kinerja *public relations* lebih maksimal.
2. Penelitian ini secara umum dapat dilanjutkan sebagai bagian dari pengembangan keilmuan tentang pola komunikasi pada instansi atau perusahaan khususnya pola komunikasi informal dan formal.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Sebagai perusahaan yang bersaing dalam bidang jasa pengiriman seharusnya banyak peningkatan kinerja/produk dan cara kerjanya mengikuti jaman sehingga akan meningkatkan pendapatan