

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ditinjau dari *Skills Public Relations* PT. Patra Graha terhadap Citra Produk Air Milagros secara *Skills* persuasif dari sikap profesional *Public Relations* PT. Patra Graha harus diciptakan karena *skills* tersebut dapat membantu mempengaruhi konsumen untuk tertarik kepada produk Milagros. Secara *skills* dalam mempengaruhi publik atau konsumen dari sikap profesional *Public Relations* PT. Patra Graha dalam membangun citra produk Milagros dapat dilakukan dengan memberikan *gesture* yang menarik perhatian konsumen. *Skills* dalam menarik minat konsumen pada produk Milagros adalah hasil dari usaha yang dilakukan seorang *Public Relation* yaitu berupa daya tarik konsumen terhadap produk yang dijulanya.
2. Ditinjau dari *Knowlegede Public Relations* PT. Patra Graha terhadap Citra Produk Air Milagros dari cara mengetahui konsumen yang dimiliki *Public Relations* PT. Patra Graha dalam membentuk citra produk air Milagros adalah mengetahui publiknya sendiri. Maksudnya di sini adalah seorang *Public Relation* harus tahu apa yang harus disampaikan kepada publiknya. *Knowlegede Public Relations* PT.

Patra Graha dalam membentuk Citra Produk Air Milagros dari cara cara mengetahui kerjasama dengan pihak media sebagai bentuk penentuan tujuan yang diinginkan *Public Relations* PT Patra Graha dalam membentuk citra produk air Milagros dalam bekerjasama dengan media. *Public Relations* PT Patra Graha dalam membentuk citra produk air Milagros itu sendiri menciptakan strategi kerjasama dengan media di mana hal tersebut merupakan panduan dari perencanaan *Public Relations* PT Patra Graha untuk mencapai suatu tujuan.

3. Ditinjau dari *Abilities Public Relations* PT. Patra Graha terhadap Citra Produk Air Milagros dilihat *Abilities* yang dimiliki *Public Relations* PT. Patra Graha dalam membentuk citra produk air Milagros dalam menangani konsumen yaitu seorang *Public Relations* tidak hanya harus mempunyai *technical skill* dan *managerial skill* dalam keadaan normal, tetapi *Public Relations* juga harus memiliki kemampuan dalam mengantisipasi, menghadapi atau menangani suatu krisis kepercayaan (*crisis of trust*) dan penurunan citra (*lost of image*) yang terjadi.
4. Ditinjau dari *Qualities* yang dimiliki *Public Relations* PT. Patra Graha terhadap citra produk air Milagros dari sikap dinamis merupakan kemampuan melihat sisi terang kehidupan dan memelihara sikap positif, sekalipun berada dalam kesulitan dari konsumen Milagros.

5.2 Saran-saran

Melihat permasalahan yang telah diuraikan diatas, penulis mencoba untuk memberikan masukan berupa saran-saran kepada pihak PT. Patra Graha dalam membentuk citra produk air Milagros.

5.2.1 Saran Teoritis

1. Hasil pembahasan yang menunjukkan bahwa PT. Patra Graha terhadap citra produk air Milagros yang lebih menekankan kepada *skills, knowlegede, abilities, qualities*. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya menggunakan dan memperdalam pembahasan dengan memakai fenomenologi yang lebih membahas mengenai sikap *Public Relations* PT. Patra Graha dalam membentuk citra produk air Milagros itu sendiri.
2. Sebaiknya peneliti selanjutnya untuk menekankan kepada inovasi-inovasi yang memakai teori dan konsep yang lebih mengarah kepada konteks studi kasus Robert K. Yin agar lebih mendalam dalam meneliti sikap profesionalisme *Public Relations* PT. Patra Graha dalam Membentuk Citra Produk.

5.2.2 Saran Praktis

1. Dari penelitian ini ada baiknya *Skills Public Relations* PT. Patra Graha terhadap Citra Produk Air Milagros agar pembentukkan citra produk Milagos lebih dikenal oleh semua kalangan masyarakat.
2. Dari penelitian ini ada baiknya *Knowlegede Public Relations* PT. Patra Graha terhadap Citra Produk Air Milagros pengetahuan yang

dimiliki Public Relations harus lebih diperdalam lagi agar lebih mempermudah menjelaskan kepada konsumen mengenai informasi Milagros tersebut.

3. Dari penelitian ini ada baiknya, *abilities Public Relations* PT. Patra Graha terhadap Citra Produk Air Milagros. Alangkah baiknya pihak *Public Relations* dalam menangani konsumen harus mempunyai *technical skill* dan *managerial skill* yang baik agar konsumen lebih memahami dan mudah mengerti terhadap khasiat produk dari Milagros itu sendiri.
4. Dari penelitian ini ada baiknya, dilihat dari *Qualities* yang dimiliki *Public Relations* PT. Patra Graha terhadap citra produk air Milagros alangkah baiknya pihak *Public Relations* lebih dinamis dalam merepresentasikan produk Milagros kepada konsumen agar konsumen lebih berminat untuk membeli produk Milagros tersebut.