

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang peran public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia dalam meningkatkan kerjasama antarlembaga, peneliti menyimpulkan bahwa peran public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia dibagi menjadi dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Dalam faktor internal terdapat motivasi, koordinasi, dan monitoring. Sementara faktor eksternal yakni berperan sebagai penasihat ahli, fasilitator, komunikator, dan teknisi komunikasi dalam meningkatkan kerjasama antarlembaga. Selain itu, peran media sosial juga berperan dalam meningkatkan kerjasama antarlembaga lewat publikasi konten media sosial terutama instagram dan facebook.

Kesimpulan tersebut didapat dari hasil analisis data yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia
 - a. Faktor Internal Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia

Dalam temuan penelitian yang telah dilakukan, bahwasannya yang melakukan motivasi, koordinasi, dan monitoring terhadap kegiatan PR adalah direktur zakat center thoriqotul jannah indonesia. ia melakukannya dengan tujuan agar hubungan komunikasi antar tim terjalin dengan baik demi terlaksananya peningkatan kerjasama antarlembaga.

- b. Faktor Eksternal Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia

- 1) Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia Sebagai Penasihat Ahli

Dalam temuan penelitian yang telah dilakukan, bahwasannya peran public relations sebagai penasihat ahli

mampu mencari solusi dalam setiap penyelesaian masalah dalam hubungannya dengan publik atau yang bekerjasama. Dalam menyelesaikan masalah dan mencari solusi tim public relations zakat center thoriqotul jannah selalu menjalin hubungan yang baik dalam hubungan internal.

2) Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia Sebagai Fasilitator Komunikasi

Public relations pada suatu lembaga berperan sebagai komunikator dalam kegiatan berkomunikasi terkait harapan atau keinginan publiknya. Komunikator juga harus mampu menjelaskan kembali apa yang ia inginkan kepada publiknya. Dalam hal ini public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia mampu mendengarkan harapan dan keinginan publiknya dan tentu mampu menyapaikan kembali keinginannya dan keinginan lembaganya kepada publiknya.

3) Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia Sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia berperan sebagai fasilitator proses pemecah masalah dalam menjalin hubungan kerjasama dengan lembaga yang bekerjasama. Hubungan bak tersebut muncul dari berbagai kegiatan-kegiatan atau program-program sebagai wujud komunikasi langsung yang terus terjalin sebagai salah satu program public relations dalam menjalin hubungan kerjasama.

4. Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia sebagai Teknisi Komunikasi

Dalam peran nya sebagai teknisi komunikasi, seorang tim public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia melakukan tugasnya yaitu mengelola media sosial dari zakat center thoriqotul jannah indonesia. media sosial yang dijalankan adalah instagram, facebook, youtube, web, dan

tiktok. Sebagai teknisi komunikasi ia berperan sebagai pengelola media sosial yang tujuannya untuk berinteraksi atau menarik perhatian publik.

2. Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia

Dalam Meningkatkan Kerjasama Antarlembaga

- a. Peningkatan kerjasama zakat center thoriqotul jannah indonesia melalui publikasi program-program lewat media sosial dan menyebar proposal secara offline

Dalam peningkatan kerjasama antar lembaga, zakat center thoriqotul jannah indonesia mengalami peningkatan kerjasama setelah redanya era covid-19. Semenjak covid-19 banyak program yang ditunda karena program-program yang dilakukan zakat center lebih banyak program yang mengharuskan interaksi langsung dengan publiknya. Setelah normal dari covid-19, peningkatan yang dialami dalam kerjasama mulai kembali normal bahkan adanya peningkatan kerjasama. Dilihat dari meningkatnya pihak-pihak yang bekerjasama dalam program-program zakat center thoriqotul jannah indonesia. sementara itu dapat pula dilihat dari peningkatan kerjasama yang skalanya lebih besar seperti lembaga-lembaga besar seperti perusahaan dari BUMN seperti sucofindo, PL, Bank, dan lembaga-lembaga besar lainnya. Hal tersebut dapat dikatakan peningkatan karena sebelumnya kerjasama yang dilakukan lebih banyak dengan lembaga atau perusahaan kecil.

B. Implikasi

- a. Dalam penelitian ini dapat kita ketahui bahwa peran seorang public relations sangat berperan dalam sebuah hubungan internal maupun eksternal.
- b. Melalui penelitian ini, peneliti dapat belajar bahwa evaluasi atau rapat sebelum dan sesudah kegiatan merupakan hal yang harus dibiasakan

karena dengan adanya evaluasi atau rapat sebelum dan sesudah kegiatan dapat memperlambat dan mendisiplinkan orang-orang.

- c. Penelitian yang berjudul Peran Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia Dalam Meningkatkan Kerjasama Antarlembaga diharapkan bisa memberikan sumbangsih positif terhadap lingkungan zakat center terutama tim public relations. Bagi mahasiswa sendiri peneliti berharap dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya.

C. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan asukan, diantaranya:

1. Bagi Public Relations Zakat Center Thoriqotul Jannah Indonesia
Public relations merupakan salah satu peran penting dalam membangun hubungan terutama dalam hubungan kerjasama. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada semua tim public relations zakat center thoriqotul jannah indonesia untuk meningkatkan kerjasama dan tetap menjadi tim yang amanah dan disiplin. Dan peneliti juga berharap untuk menambah tenaga kerja agar media sosial zakat center lebih aktif lagi.
2. Bagi Peneliti selanjutnya
Peneliti memberikan saran penelitian selanjutnya untuk menemukan hal-hal yang berkaitan dengan peran public relations. Adapun topic yang penulis sarankan untuk penelitian selanjutnya adalah mengenai peran public relations dalam meningkatkan kerjasama lewat media sosial. peneliti juga menyarankan agar peneliti selanjutnya mengkaji peran-peran lainnya selain dari 4 peran menurut Ruslan.