Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan kepada pihak Rtv serta setelah dilakukannya analisis, maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Public Relations televisi (Rtv) dalam menciptakan *Brand Image* dilaksakanan melalui beberapa tahap kegiatan manajemen *public relations* (PR) yakni :

Pertama, Penemuan Fakta (*fact finding*), yang dilakukan dengan *survei* ke berbagai tempat, seperti mengunjungi rumah-rumah warga, baik di dalam maupun diluar Kota dengan tujuan untuk melihat langsung bagaimana responden dari masyarakat. Setelah melakukan survei maka ditemukanlah fakta bahwa *brand image* Rtv sudah dikenal sebagai TV nya orang Riau. Fakta lainnya yang ditemukan yakni terdapatnya perbedaan antara stasiun TV lokal dengan stasiun TV Nasional. Dimana stasiun TV lokal lebih mengutamakan konten-konten yang menyangkut kultur dan kebudayaan daerah itu sendiri, seperti budaya Melayu, Jawa, Batak, Minang dan lain-lain.

Kedua, Perencanaan (*planning*), pada tahap ini terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* (PR) Rtv antara lain yaitu, mengadakan diskusi dengan seluruh lapisan karyawan baik dari Wartawan, Tim Manajemen, Manajerial, Programmer, Tim Produksi, serta karyawan lainnya, selanjutnya dari kegiatan tersebut direncanakanlah suatu kegiatan (*event*), kemudian *public relaions* (PR) Rtv melakukan pendekatan dan bersosialisasi kepada masyarakat. dan yang terakhir yaitu mempromosikan setiap kegiatan atau program Rtv kepada masyarakat, hal ini bertujuan *image* Rtv dinilai baik dimata masyarakat.

Ketiga, Komunikasi (*communication*), komunikasi yang dilakukan oleh pihak Rtv dalam menciptakan *brand image* yaitu komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tidak langsung. Komunikasi secara langsung dilakukan dengan terjun langsung kelapangan, melakukan pendekatan dengan masyarakat, bersosialisasi dan berdiskusi langsung dengan masyarakat setempat. Sedangkan

komunikasi secara tidak langsung yakni menggunakan sarana lain seperti *off air*, memasang baliho, dan *standing banner*.

Keempat, Evaluasi (evaluation), tahap evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui kendala pada kegiatan manajemen *public relations* (PR) yang dilakukan dalam menciptakan *brand image*. Setelah mengetahui adanya kendala dari kegiatan yang dilakukan, selanjutnya *public relations* (PR) Rtv melakukan diskusi kepada seluruh lapisan karyawan yang tergabung dalam Rtv, baik dari divisi marketing, manajemen, manajerial, programmer dan tim produksi. Diskusi ini bertujuan unutk mendudukkan saran serta solusi dari seluruh karyawan guna menghadapi kendala yang terjadi.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini dapat direkomendasikan dan menjadi bahan masukan dalam Manajemen *Public Relations* Riau Televisi (Rtv) dalam menciptakan *Brand Image* yaitu :

1. Pihak RTv hendaknya meningkatkan perencanaan dalam membuat suatu program atau event dalam menciptakan brand image.
2. Seluruh kru di RTv dapat meningkatkan kerja sama tim *(team work)*. Karena dalam menciptakan brand image sangat diperlukan kerja sama tim yang baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU