

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan di PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Cabang Pekanbaru. Dalam bab ini maka penulis akan menyimpulkan hasil penelitian dengan judul “kontribusi Public Relations PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi“. Dalam bab ini penulis juga memberikan Saran sebagai implikasi dari hasil penelitian yang sekiranya dapat bermanfaat bagi semua pihak baik dari pihak PT. Indofood maupun dari pihak pembaca.

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari hasil penelitian mengenai kontribusi *Public Relations* PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Produksi yaitu, *Public Relations* selaku komunikator harus memiliki skill, pendidikan yang bagus, dan penyampaian pesan yang mudah dimengerti oleh masyarakat. Pesan yang disampaikan kepada masyarakat atau kelompok yaitu berupa pesan-pesan mengenai keunggulan produk yang ditawarkan. Komunikasikan dalam hal ini merupakan masyarakat secara umum dan kelompok yaitu pemilik toko.

Pemanfaatan berbagai media yang digunakan sebagai alat promosi akan membantu dalam memberikan informasi kepada masyarakat selaku konsumen. Artinya semakin tingginya pemanfaatan berbagai media sebagai alat untuk penyalur informasi, maka akan semakin tinggi pengetahuan masyarakat akan informasi yang diberikan.

Respon yang diterima oleh perusahaan akan menjadi tolak ukur perusahaan dalam memperbaiki kekurangan yang ada, dan tujuan yang ingin diperoleh perusahaan akan dapat tercapai.

## **B. Saran**

Penulis dalam hal ini juga memberikan saran kepada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk cabang Pekanbaru yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan selaku produsen untuk meningkatkan hubungan yang baik dengan masyarakat agar masyarakat tidak berpaling ke produk lain.
2. Lebih meningkatkan kerjasama dengan berbagi lembaga media untuk proses penyampaian pesan-pesan mengenai produk agar produk yang ditawarkan akan lebih dikenal oleh masyarakat selaku konsumen di pasaran.
3. Perusahaan diharapkan mampu menepis isu-isu negatif yang berkembang didalam masyarakat agar masyarakat tidak lari ke produk yang lain yang di anggap lebih baik dan bagus.
4. Penyampaian informasi yang intensif lebih ditingkatkan, terutama didaerah terpencil yang kurang mendapatkan informasi.