

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian penulis terkait strategi *Public Relation* di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru, peneliti menyimpulkan :

1. Strategi *Public Relation* yang dijalankan di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru yaitu berupa usaha untuk menjalin hubungan baik terhadap orang-orang yang memiliki potensi untuk membantu dalam perekrutan jemaah umrah mereka seperti para tokoh agama, pimpinan pondok pesantren, pengasuh majelis ta'lim, instansi pemerintahan dan orang-orang yang berpotensi memiliki masa untuk dapat diajak menjadi calon jemaah mereka, dengan menjalankan beberapa proses seperti *Fact finding, planning, communication* dan evaluasi.
2. *Public Relation* yang telah diterapkan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru saat ini telah memberikan dampak terhadap perekrutan jemaah umrah. Terlihat dari jumlah persentase yang didapat yaitu 95% para jemaah umrah didapatkan melalui agent atau beberapa hubungan yang telah dijalan.

B. Rekomendasi

1. Untuk PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru

Adapun rekomendasi penulis agar strategi *Public Relation* di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru dapat lebih dioptimalkan lagi dengan:

- a. Menjadikan *Public Relation* sebagai bagian dari struktur atau staf perusahaan sehingga dapat lebih terencana dan terarah. Serta dapat menjalankan fungsi fungsi dari *Public Relation* dengan baik dan akan berdampak dengan baik pula.
- b. Lebih memperluas hubungan *Public Relation*, sehingga tidak terbatas hanya di kalangan ulama. Tujuannya agar lebih efektif dan berpengaruh terhadap perekrutan jemaah.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Dari penelitian ini tentunya masih banyak celah untuk diteliti lebih lanjut mengenai *Public Relation* di perusahaan ini contohnya pada aspek citra, aspek human relation, aspek marketing dan lain sebagainya yang berhubungan dengan *Public Relation*. Sehingga patut untuk diteliti lagi lebih dalam untuk pendalaman keilmuan tentang *Public Relation*.