



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Model komunikasi *public relations two-way symmetrical* yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt dalam Sheehan (2009:42) menunjukkan adanya kesetaraan dalam komunikasi Lembaga Penjamin Simpanan dengan publik. Lembaga perlu memahami publik dan pemahamannya untuk pelaksanaan komunikasi efektif, publik yang memahami LPS dan program penjaminan akan merasa aman dan menyimpan dana di bank yang dapat mendukung peran LPS menjaga stabilitas perbankan.

Dalam menghadapi isu utama kasus Century melalui penanganan Bank Mutiara dan kurangnya pemahaman publik, LPS menerapkan strategi proaktif yang menitikberatkan pada aksi keterlibatan publik melalui seminar yang dilaksanakan bersamaan dengan *philanthropy* dan seminar internasional yang menjangkau *stakeholder* perbankan yang kemudian dapat menjadi *opinion leader* atau *influencer* yang kredibel dalam membantu upaya mengatasi *gap* lembaga dengan publik sebagai upaya penambahan *value* dari komunikasi yang dilaksanakan LPS.

Demi mendukung penerapan strategi tersebut, LPS menggunakan beberapa taktik komunikasi di antaranya melalui iklan, *news media*, media organisasi, dan komunikasi interpersonal. Penggunaan iklan dan media promosi dapat

menjangkau khalayak luas namun cenderung sulit meningkatkan pemahaman karena memiliki kemampuan persuasif yang kecil. Bank anggota penjaminan LPS melalui *customer service* dapat berkontribusi aktif membentuk pemahaman publik terhadap penjaminan oleh LPS namun koordinasi komunikasi dengan pihak bank belum optimal dan perlu ditingkatkan demi adanya *direct public educational campaign*.

Tim *public relations* LPS menjalin *media relations* dengan merata termasuk dengan media lokal sebagai upaya menjelaskan lembaga dan peranannya dalam perbankan nasional. Dalam menghadapi isu Century PR LPS bersikap terbuka pada media tentang situasi terkini meski tidak sepenuhnya mampu melakukan *counter* terhadap pemberitaan negatif namun patut diapresiasi bahwa LPS mampu memposisikan diri tidak terlibat arus politik dari kasus Century dan upaya yang penanganan yang dilakukan LPS merupakan mandat undang-undang.

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan adalah strategi *public relations* yang dilaksanakan LPS menunjukkan adanya peningkatan. Hal ini terbukti dari:

- 1) Berdasar survei *awareness & perception* terdapat peningkatan *awareness* dari 40% menjadi lebih besar dari 50% di tahun 2013 meliputi pengenalan nama Lembaga Penjamin Simpanan dan logo lembaga namun publik belum memiliki pemahaman yang tepat mengenai peran lembaga dan juga sistem produk penjaminan simpanan dan LPS dipersepsi sebagai representasi pemerintah, bukan sebagai lembaga independen
- 2) Terdapat peningkatan total simpanan dan jumlah rekening di Indonesia, hingga Februari 2014 dimana terdapat sekitar 150 juta rekening dengan

kontribusi simpanan sekitar Rp 3.651 triliun dan dalam periode Januari 2013 hingga Februari 2014 terdapat peningkatan jumlah rekening sebesar 24% dan peningkatan nominal simpanan sebesar 12,25%.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memicu penelitian lain yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan reputasi terutama pada lembaga independen negara dan penelitian selanjutnya dapat pula mengkaji faktor-faktor politik yang dapat mempengaruhi reputasi organisasi atau lembaga.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Pada era informasi ini, kebutuhan informasi *stakeholder* terhadap situasi terkini organisasi semakin besar terutama pada situasi adanya isu ataupun krisis. Di sisi lain opini publik begitu mudah terbentuk dan dipengaruhi oleh informasi yang dapat diperoleh secara mudah dari berbagai media sehingga rawan bagi munculnya krisis, untuk itu penulis berharap praktisi *public relations* semakin meningkatkan kompetensi dalam mengkaji reputasi dan tindakan komunikasi yang tepat dalam menjangkau target publik.