



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Ada pengaruh yang signifikan antara *Crisis Response Strategies* dan Citra Perusahaan. Uji korelasi dan regresi yang dilakukan antar 2 variabel juga menunjukkan angka positif yang berarti variabel X *Crisis Response Strategies* mampu menaikkan variabel Y yaitu Citra Perusahaan. Angka korelasi yang didapat berada dalam tingkat sedang yang artinya citra perusahaan memiliki hal lain yang dapat meningkatkan citra tersebut dan sebelumnya sudah ada citra yang dimiliki oleh perusahaan dalam penelitian ini adalah Blue Bird sebelum adanya *crisis response strategies* yang digunakan oleh Blue Bird. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu jika sebuah organisasi memiliki citra yang baik serta kepercayaan dari masyarakat maka dalam menghadapi krisis nantinya sebuah perusahaan akan mendapatkan bantuan secara perspektif dari masyarakat untuk menolong perusahaan selama krisis.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti membuat beberapa saran terkait dengan penelitian ini secara akademis untuk dapat dikembangkan lagi, sebagai berikut:

- a. *Crisis Response Strategies* dinilai memiliki efektivitas yang signifikan terhadap citra perusahaan. Penelitian selanjutnya lebih baik menelaah mengenai pengaruh tersebut dari fokus perspektif sisi komunikasi
- b. Teori SCCT menitikberatkan kepada strategi krisis yang harus menyesuaikan situasi krisis yang terjadi, kajian lebih dalam mengenai hubungan dari situasi krisis dan strategi krisisnya akan menjadi suatu kebaruan dalam penelitian
- c. Evaluasi dari strategi krisis yang digunakan untuk menyelesaikan krisis

5.2.2 Saran Praktis

1. Dimensi *Apology* memiliki peranan paling tinggi pada Citra Perusahaan yang berarti Blue Bird ataupun perusahaan lain harus lebih mengutamakan strategi dari dimensi *apology* saat menghadapi krisis. Hal ini sesuai dengan konsep *crisis response strategy*.
2. Blue Bird harus mengutamakan publiknya yang memiliki karakteristik pria, umur 30-35 tahun, SES B, dan berprofesi

sebagai karyawan karena mereka lah yang memiliki pengaruh tinggi terhadap citra perusahaan

3. Blue Bird perlu tetap menjaga reputasi serta *trust* dari publiknya agar ketika krisis terjadi, publiknya sudah memiliki kepercayaan dan memberikan dukungannya kepada Blue Bird



UMN