



### **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 Simpulan

Krisis ini bermula ketika PT Indosat Tbk mem-*posting* iklan di akun twitter-nya yang ternyata menyinggung warga Bekasi, dalam krisis ini pihak Indosat pun kemudian mendapat banyak kritik dan komentar negatif di akun twitternya. Walaupun tipe krisis ini dapat dikatakan baru pertama kalinya muncul pada PT Indosat Tbk, perusahaan tidak tinggal diam dan segera mengambil langkah-langkah untuk mengomunikasikan krisis tersebut yang bisa berdampak buruk bagi Indosat ke depannya. Pihak Bekasi pun melakukan protes dengan mengancam Indosat untuk segera menutup kantor Indosat yang berada di Bekasi dengan melakukan aksi demo. Warga Bekasi pun juga mengajak agar masyarakat mematahkan kartu sim dari PT Indosat Tbk tersebut dalam aksi protesnya karena merasa tersinggung oleh iklan viral Indosat.

Hal tersebut memiliki pengaruh besar terhadap reputasi perusahaan. Karena berdasarkan krisis yang sempat dialami oleh PT Indosat Tbk, reputasi perusahaan sempat menjadi buruk di mata publik. Hal ini mengharuskan PT Indosat Tbk mempertahankan reputasinya dengan melakukan berbagai macam cara dan membuat sejumlah strategi untuk membuat reputasi perusahaannya menjadi baik lagi.

Langkah pertama yang dilakukan PT Indosat Tbk dalam mengomunikasikan krisis tersebut adalah dengan bekerja cepat, responsif dan segera meminta maaf kepada warga Bekasi. Salah satu cara yang dilakukannya yaitu dengan membuat *release* yang berisi tentang rincian kejadian dan keadaan yang terjadi saat itu. Selain itu juga pihak Indosat segera menghapus *posting-an* yang ada di akun twitternya agar tidak menimbulkan komentar komentar negatif dan kritik yang berkelanjutan. Setelah itu pihak Indosat secara langsung juga berkomunikasi dengan para Tokoh Bekasi, Budayawan dan Warga Bekasi untuk mendapatkan kembali hati warga Bekasi yang merasa tersinggung dengan iklan viralnya.

Oleh karena itu, Indosat pun membuat beberapa strategi dalam mengkomunikasikan krisis berdasarkan teori yang digunakan oleh penulis, dengan melakukan kegiatan *online* dan *offline*. Kegiatan *online* yang Indosat lakukan yaitu dengan cara menghapus *posting-an* di akun twitternya, serta menyebarkan *release*. Sedangkan kegiatan *offline*, Indosat lakukan dengan cara mengadakan pelayanan kesehatan gratis pada *Car Free Day* di Jalan Veteran, serta melakukan kerja sama dengan pesantren pesantren yang ada di Bekasi. Kerja sama lain juga dilakukan PT Indosat Tbk dengan pengusaha kue di Bekasi yang nantinya akan dibuatkan *Branding-nya* oleh Indosat. Strategi komunikasi krisis ini dilakukan agar PT Indosat Tbk dapat memulihkan kondisi perusahaan menjadi baik kembali.

Setelah melakukan penelitian dan wawancara pada PT Indosat Tbk mengenai iklan viral “Liburan ke Aussie Lebih Mudah Dibanding ke Bekasi” yang ternyata menyinggung warga Bekasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pihak Indosat berhasil menangani krisis yang sempat membuat reputasi PT Indosat Tbk menjadi buruk serta sasaran kritik dan komentar negatif dari warga Bekasi karena iklan viralnya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Hasil penelitian ini ditujukan untuk merekomendasikan agar penelitian selanjutnya lebih mendalami tentang teori krisis, reputasi, dan cara mengomunikasikan krisis pada suatu perusahaan berdasarkan teori teori yang ada. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memahami terlebih dahulu tentang krisis yang mempengaruhi reputasi perusahaan sehingga dapat memudahkan dalam proses penelitian dan wawancara untuk mendapatkan informasi atau data dari informan yang terkait.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Hasil penelitian ini bisa dijadikan masukan untuk PT Indosat Tbk terutama untuk tim komunikasi agar lebih memperhatikan situasi dan kondisi yang terjadi di masyarakat. Selain itu juga PT Indosat Tbk harus lebih berhati hati ketika mengambil keputusan dalam membuat konten untuk iklan dan sebagainya agar tidak menyinggung pihak pihak lainnya.