



### **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

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: terdapat pengaruh persepsi khalayak terkait isu negatif Lion Air di media *online* terhadap pembentukan citra anak perusahaan Batik Air. Hubungan tersebut bersifat sangat lemah hanya sebesar 3,8% dan linear negatif, artinya semakin tinggi persepsi khalayak terkait isu negatif Lion Air di media *online*, maka semakin rendah citra anak perusahaan Batik Air. Namun, pembentukan citra anak perusahaan Batik Air sebesar 96,2% ( $=100\%-3,8\%$ ) sangat mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain persepsi yang tidak dipilih sebagai faktor di dalam penelitian ini.

Hal ini membuktikan bahwa *Effects of The News Media on Public Opinion: Learning Theory* yang dikemukakan Potter (1991) dalam Donsbach dan Traugott (2008) bahwa peliputan media tidak memiliki hubungan dengan pembentukan opini publik, jikalau memiliki hubungan, maka bersifat sangat lemah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis sebagai berikut:

- 1) Lion Air diharapkan memerhatikan isu negatif yang berkembang di media *online* untuk terus memaksimalkan manajemen isu negatif yang berkembang terutama di media *online* agar tidak memberikan dampak negatif bagi citra anak perusahaannya, Batik Air melalui kegiatan *Public Relations*.
- 2) *Public Relations* Lion Air Group lebih mensegmentasikan target penumpang atau *stakeholder*, agar tidak terjadi bias dan strategi *Public Relations* dapat direncanakan lebih tepat.
- 3) Penelitian ini dapat dikembangkan dengan mencari faktor-faktor lain pembentuk Citra Batik Air, selain daripada isu negatif yang berkembang terkait induk perusahaan, Lion Air. Penelitian ini juga bisa dikembangkan peneliti berikutnya untuk menggunakan evaluasi terhadap isu induk perusahaan yang bersifat positif terhadap citra baru anak perusahaan.