



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 SARAN

5.1. Kesimpulan

Secara garis besar, krisis ini bermula saat unggahan salah satu karyawan Jakarta Aquarium & Safari yang membayar karyawan magangnya dengan *mental health* menjadi *viral* di media sosial. Awalnya unggahan ini adalah guyonan namun masyarakat menganggap topik ini terlalu sensitive sehingga Jakarta Aquarium & Safari menjadi *booming* dan media sosial Instagram resmi dipenuhi dengan *hate comment* dan bahkan ancaman-ancaman tajam dari masyarakat. Tidak semua orang memiliki pendapat atau pandangan yang sama akan suatu masalah, sehingga krisis dapat saja terjadi pada kasus apapun (Benoit, 2012).

Respon pertama dari Jakarta Aquarium & Safari adalah tetap tenang dan melakukan *media monitoring*, juga segera melakukan *meeting internal* dengan divisi yang ahli pada bidang ini. Didasari oleh *Image Restoration Theory* oleh William L. Benoit dan juga dari wawancara mendalam yang telah peneliti lakukan untuk menganalisa upaya Jakarta Aquarium & Safari dalam mengatasi krisis, ditemukan bahwa perusahaan menggunakan *shifting blame*, di mana JAQS tidak pernah mengklarifikasi krisis “*Unpaid Interns*” secara eksplisit dan justru memberikan pernyataan bahwa unggahan tersebut bukan diunggah dari media sosial resmi Jakarta Aquarium & Safari melainkan pihak lain, juga perusahaan menggunakan strategi *simple denial* dengan tidak memberikan perhatian/respon apapun terhadap *hate comment* dan menimbun isu tersebut agar tidak semakin *booming* dengan cara mengunggah konten-konten lain yang memberikan kesan menyenangkan tentang Jakarta Aquarium & Safari.

Dari hasil penelitian yang ditemukan peneliti, krisis seperti ini perlu dikelola dengan strategi yang baik dan tepat, sehingga tidak mengancam citra dan reputasi perusahaan terutama Jakarta Aquarium & Safari yang selama ini telah mendapatkan beberapa penghargaan dan akreditasi sebagai lembaga konservasi di Indonesia yang baik. Tidak semua krisis dapat terdeteksi sehingga perusahaan harus mengambil keputusan dengan tepat dan efektif. Krisis tentunya harus dijadikan pembelajaran agar kedepannya perusahaan tidak mengulangi kesalahan yang sama.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan penelitian berikutnya dapat memiliki pemahaman lebih mengenai teori komunikasi krisis, reputasi, dan bagaimana penanganan respon dan pemilihan strategi yang diperlukan suatu perusahaan khususnya melalui konsep *4 stages of crisis management* dan teori *Image Repair*.

Kemudian penelitian selanjutnya diharapkan dalam melakukan wawancara mendalam ke lebih banyak partisipan maupun informan yang terkena dampak dari krisis, bukan hanya dari divisi Marketing PR saja sehingga mendapatkan data yang lebih valid dan dapat mengaitkan dengan penelitian terdahulu yang sudah dianalisis. Selain itu, apabila penelitian selanjutnya bersifat kuantitatif, diharapkan penelitian berikutnya dapat meneliti pengaruh antara krisis yang terjadi pada suatu perusahaan terhadap *ticket sales* atau penjualan.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah saran dan masukan bagi Jakarta Aquarium & Safari khususnya pada divisi Marketing dan *Public Relations* yang sudah dengan baik mengeksekusi setiap strategi dalam menangkal isu dan ancaman terhadap reputasi perusahaan. Strategi yang digunakan sudah baik namun ada baiknya dalam mengatasi sebuah krisis, perusahaan lebih menekankan pada kelebihan atau nilai lebih apa yang dapat perusahaan tawarkan untuk karyawan di masa mendatang.

Kemudian penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi saran bagi Jakarta Aquarium & Safari untuk membuat dan meresmikan SOP baru khusus untuk hal-hal yang tidak terduga seperti krisis ini, agar kedepannya penanganan krisis oleh Jakarta Aquarium & Safari dapat menjadi lebih baik lagi. SOP yang jelas dapat mengurangi dampak negative dari krisis terhadap perusahaan dari seluruh sisi karena dapat memberikan arahan dan respon pertama apa yang seharusnya dilakukan oleh Jakarta Aquarium & Safari.

