



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

Model komunikasi *two-way symmetrical* yang dikemukakan oleh Grunig&Hunt sesuai dalam menjelaskan penelitian ini. Kecukupan informasi yang dimiliki publik sangat diperhatikan oleh Garuda Indonesia, sehingga pihaknya berupaya untuk menciptakan kesepemahaman dengan publik. Kesepemahaman ini secara strategis dapat dipetakan melalui publisitas yang positif. Untuk itu, strategi *Public Relations* yang dilakukan Garuda Indonesia fokus terhadap publisitas yang ditekankan pada *newsworthy*.

Penelitian ini membuktikan bahwa di Indonesia belum ada standar pengukuran tingkat reputasi perusahaan yang baku, maka penilaiannya melalui publisitas saja. Tingginya terpaan pesan yang diterima oleh publik mempengaruhi pemahaman publik mengenai Garuda Indonesia.

Adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian yang dilakukan adalah dengan memformulasikan strategi *public relations* yang tepat, Garuda Indonesia dinyatakan berhasil dalam mempertahankan reputasinya sebagai *global player*. Hal ini dibuktikan dengan :

- a. Opini publik mengenai Garuda Indonesia positif, terlihat dari jumlah pemberitaan Garuda Indonesia periode Juli 2012-Januari 2013 sebanyak 1.445.
- b. Garuda Indonesia mendapat dukungan dan kepercayaan publik, terlihat dari jumlah penumpang domestik yang meningkat sebesar 14,3% atau sebanyak 13,9 juta orang. Sedangkan, jumlah penumpang Garuda Indonesia internasional mengalami kenaikan sebesar 11,1% atau sebanyak 3,6 juta orang.

- c. Loyalitas konsumen GFF meningkat, terlihat dari kenaikan sebesar 29,4% atau sebanyak 715.646 orang. Frekuensi penerbangannya pun menyumbang trafik sebesar 29,4% pada tahun 2012, mengalami peningkatan dibandingkan 28,4% di tahun 2011.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Di Indonesia, belum ada penelitian yang fokus terhadap pengukuran reputasi. Untuk itu, penulis berharap agar penelitian ini bisa merangsang penelitian lain untuk lebih komprehensif dalam mengkaji reputasi.

5.2.2 Saran Praktis

Di era globalisasi ini, perusahaan dituntut untuk kompetitif, salah satunya dengan memperkuat reputasi. Untuk itu, penulis berharap para praktisi PR bisa mengembangkan kapasitasnya dalam mengadakan pengukuran reputasi, agar perusahaan atau institusi yang dinaunginya dapat berkembang dan bertahan.

UMMN