**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan, maka dapat disimpulkan bahwa yang pertama yaitu strategi penyangkalan (*denial*) yang dilakukan pihak *Green Pramuka City* terletak pada masalah surat peringatan ketiga (SP3). Surat tersebut masih dipermasalahkan oleh Acho sebagai orang yang dituduh melakukan pecemaran nama baik lewat *blog* pribadinya. Namun, pengelola *Green Pramka City* menyatakan bahwa itu sudah bukan menjadi wewenang pengelola lagi melainkan wewenang pihak kepolisian. Jadi, apabila Acho mempermasalahkan surat tersebut, seharusnya Acho melakukan pendekatan pada kepolisian mengingat pengelola juga sudah mencabut berkas.

Selanjutnya yang kedua, strategi menghindari tanggung jawab (*evasion of responsibility*), pihak pengelola tidak melakukan hal tersebut. Walaupun memang banyak sekali isu yang menyebar di masyarakat secara meluas bahwa pihak pengelola melakukan pembiaran, hal tersebut tidaklah benar. Berdasarkan pernyataan humas bahwa memang masalah ini terjadi tepat pada saat masa-masa pergantian humas yang baru. Jadi humas sangat memerlukan waktu untuk mempelajari kasus ini dengan baik. Hal ini yang mendorong masyarakat dan warga apartemen berpikir bahwa pihak pengelola melakukan pembiaran terhadap masalah ini. Padahal itu semua tidaklah benar adanya.

Ketiga yaitu strategi mengurangi serangan (*reducing the offensiveness*). Strategi ini yang dominan dilakukan oleh *Green Pramuka City.* Mengingat banyak sekali isu yang menyebar di masyarakat tentang kejelekan *Green Pramuka City,* ditambah lagi humas yang pada awalnya menyatakan bahwa masih takut untuk berbicara karena memang masih terbilang baru sekali masuk dan bekerja di *Green Pramuka City.* Berdasarkan hal ini, maka pihak pengelola melakukan pengurangan serangan dari publik melalui media dengan *digital listening.* Mendengarkan semua keluhan masyarakat termasuk warga apartemen di media sosial perusahaan.

*Green Pramuka City* juga melakukan pendekatan dengan media yang selama ini menganggap pihak *Green Pramuka City* terlalu tertutup. Menurut humas hal ini perlu untuk dilakukan untuk perlahan menghilangkan anggapan yang salah dari masayarakat terhadap *Green Pramuka City*. Selain itu, pihak pengelola juga sering mengadakan *gathering* dengan media dengan tujuan menjalin kedekatan dan keakraban.

Keempat, yaitu strategi tindakan korektif (*corrective action*). Pengelola menyatakan bahwa jika ada masalah pasti akan dilakukan pembenahan sekaligus menjadi bahan evaluasi perusahaan. Pihak pengelola akan membenahi kekurangan terutama dalam segi pelayanan pada warga apartemen dan juga masyarakat. Sebagai contoh *sales* yang perlu diberikan peringatan agar tidak berlebihan dalam melakukan komunikasi pada calon pembeli. Pengelola juga terus melakukan pembenahan pada fasilitas yang ada. Namun itu semua tidak bisa secara instan melainkan membutuhkan waktu.

Kelima, yaitu strategi menanggung akibat krisis (*mortification*). Strategi ini merupakan hal yang sangat jarang sekali terjadi bagi suatu perusahaan. Berdasarkan pernyataan ahli komunikasi, kata maaf sangat jarang dilakukan oleh perusahaan ketika mengalami suatu krisis. Namun, pihak pegelola *Green Pramuka City* mengakui kesalahan yang terjadi. Pengelola mengakui bahwa selama ini masih banyak sekali kekurangan dan perlu adanya dukungan dari masyarakat kususnya warga apertemen. Pihak pengelola menyatakan bahwa semua yang dilakukan adalah semata-mata demi kepuasan konsumen.

1. **Saran**
2. **Saran Akademis**

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan studi ilmu komunikasi khususnya yang membahas tentang strategi dalam memulihkan citra suatu perusahaan yang diakibatkan suatu krisis. Selain itu, semoga penelitian ini juga berguna bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dan berminat untuk meneliti mengenai strategi pemulihan citra perusahaan secara lebih mendalam lagi dengan menggunakan topik penelitian yang berbeda dan belum pernah dilakukan sebelumnya. Peneliti juga berharap untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode atau teori pemulihan citra yang lebih mendalam lagi.

Penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan kajian yang berkaitan dengan pemulihan citra suatu perusahaan. Pemulihan citra suatu perusahaan atau organisasi yang diakibatkan dari pemberitaan buruk yang diterima perusahaan baik dari segi pelayanan maupun fasilitas lainnya yang dirasa belum cukup dan mampu memuaskan peelanggannya secara maksimal.

1. **Saran Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahah masukan dan juga bahan evaluasi kususnya bagi Apartemen *Green Pramuka City.* Mengenai cara-cara dalam berkomunikasi dengan baik dengan publik maupun dengan *stakeholder*. Juga penelitian ini diharapkan agar pihak Apartemen *Green Pramuka City* mampu mengetahui cara yang tepat dalam memulihkan citra perusahaan yang tercoreng akibat krisis yang telah terjadi.