

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan penelitian

Dalam penelitian yang merupakan kajian strategi humas dalam manajemen reputasi perusahaan, peneliti berusaha mengungkap dan menelaah lebih lanjut akan apa yang dipaparkan oleh Griffin (dalam Serrat, 2010, hlm. 4) mengenai peran humas dalam manajemen reputasi perusahaan yang berkaitan dengan PT Len Industri. Berdasarkan penelitian ini, didapat kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian sebagaimana dipaparkan di awal penelitian. Dalam menjawab bagaimana strategi humas dalam manajemen reputasi perusahaan oleh humas PT Len Industri terkait manajemen isu yaitu isu yang sering terjadi pada PT Len Industri adalah *corporate issues* seperti isu produk dan keluhan pelanggan. Pemantauan isu yang dilakukan humas PT Len Industri dilakukan secara terus menerus baik dengan menggunakan media konvensional seperti koran dan televisi maupun media modern yaitu media *online*.

Pihak humas PT Len Industri juga memahami pemangku kepentingan mereka, dimana hal itu sangat penting untuk menentukan strategi perusahaan. Namun demikian, pemantauan isu di PT Len Industri hanya sebatas snetimen beritanya saja dan kurang rinci. Prioritas humas PT Len Industri adalah kepuasan pelanggan sebagai salah satu penentu timbulnya isu. Sebagai perusahaan *business to business* yang memproduksi produk-produk elektronika, pelanggan menjadi bagian yang sangat penting. Analisis isu yang dilakukan humas PT Len Industri dilakukan oleh tim berdasarkan isu perusahaan yang terjadi. Sedangkan keputusan strategi yang dilakukan humas PT Len Industri adalah dengan menentukan sasaran pemangku kepentingan dan pesan serta penyampai pesan yang keputusan akhirnya ditentukan direksi. Implementasi yang dilakukan PT Len Industri berupa kegiatan kunjungan, pameran, hubungan media dan juga tanggung jawab

sosial perusahaan. Evaluasi sendiri dilakukan untuk digunakan sebagai strategi humas dalam manajemen reputasi perusahaan di kemudian hari.

Sedangkan dari segi manajemen krisis, pada tahapan pra krisis yang dilakukan oleh humas PT Len Industri adalah dengan menajamkan *sense of crisis* dimana ketika isu sudah mulai sulit dikontrol dan mencapai skala nasional, humas sudah bisa melihat kemungkinan itu dan tahu cara mengatasinya. Sedangkan pihak-pihak yang dirasa menjadi ancaman bagi perusahaan adalah kompetitor dan juga LSM. Dimana LSM yang terlibat adalah LSM lokal sekitar perusahaan. Untuk mengatasi ancaman tersebut PT Len Industri melakukan lobi dan negosiasi dengan cara musyawarah dan hasil dari lobi dan negosiasi itu *win-win solutions* sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Di PT Len Industri sendiri telah dibuat manajemen krisis dimana setiap staf mengetahui hal tersebut, sehingga ketika dalam keadaan krisis mereka tahu apa yang harus dilakukan. Selain itu manajer humas PT Len Industri juga mengatakan ketika krisis yang terpenting adalah komunikasi baik secara internal, eksternal dan juga komunikasi dengan media. Namun ketika terkena isu korupsi elektronik KTP, humas PT Len Industri memilih *inactive strategy* atau diam karena masalah tersebut lebih bersifat pribadi bagi direksi. Sedangkan evaluasi untuk manajemen krisis dilakukan saat rapat akhir tahun bersama direksi.

Tanggung jawab sosial (*corporate citizenship*) yang dilakukan PT Len Industri dilakukan oleh divisi program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) yang berlandaskan pada peraturan kementerian BUMN No.09 tahun 2015 dimana setiap perusahaan BUMN diwajibkan untuk melakukan kemitraan dan bina lingkungan. PKBL sendiri masih berada dibawah lingkup humas, dimana humas juga turut serta dalam berbagai kegiatan yang dilakukan PKBL. Dalam menentukan program, pihak humas mengikuti program-program yang ditetapkan oleh pemerintah sedangkan pihak PKBL sudah memiliki rencana kerja untuk tujuh pos yaitu dari tujuh pos yaitu bantuan bencana alam, bantuan pendidikan dan pelatihan, bantuan kesehatan, bantuan sarana dan prasana umum, bantuan sarana ibadah,

pelestarian alam dan terakhir sosial kemasyarakatan. Untuk anggaran dana, baik humas maupun PKBL menggunakan laba perusahaan yang ditentukan berdasarkan rapat akhir tahun. Keuntungan yang didapatkan PT Len Industri dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan adalah meningkatnya reputasi perusahaan dengan mendapatkan penghargaan dari gubernur Jawa Barat atas program tanggung jawab sosial yang dilakukan dan sekaligus dapat mempromosikan serta mengenalkan PT Len Industri pada masyarakat. Tanggung jawab sosial yang dilakukan dibidang lingkungan berupa bantuan bencana alam, pembangunan MCK dan pemberian gerobak sampah di Sukaati Bandung dan penanaman pohon. Selain itu PT Len Industri juga melakukan tanggung jawab sosial dibidang kemasyarakatan berupa beasiswa untuk anak sekolah, pelatihan dan peminjaman dana pada mitra usaha kecil menengah (UKM), serta sumbangan lainnya seperti pemberian hadiah kepada warga sekitar perusahaan saat menjelang lebaran.

## **5.2 Implikasi**

### **5.2.1 Implikasi Akademik**

Secara akademik, penelitian ini merupakan sebuah kajian mengenai peran strategis humas pada perusahaan *business to business* dalam mengelola reputasi perusahaan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menyumbang kajian lebih lanjut mengenai peran humas dalam perusahaan khususnya di Indonesia, terlebih dalam menangani permasalahan isu-isu yang mempengaruhi reputasi suatu perusahaan .

### **5.2.2 Implikasi praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan peran humas dalam mengelola reputasi perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kinerja humas untuk mencapai tujuan organisasi.

## **5.3 Rekomendasi penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini rekomendasi penelitian baik secara akademis maupun praktis:

### 5.3.1 Rekomendasi akademis

Secara akademis, penelitian ini hanya memfokuskan pada peranan strategis humas dalam mengelola reputasi perusahaan di perusahaan *business to business* dan juga beberapa peraturannya telah ditetapkan oleh pemerintah (BUMN). Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan *business to costumer* dimana strategi humasnya akan lebih kompleks.

### 5.3.2 Rekomendasi praktis

Peneliti merekomendasikan pelaksanaan beberapa kegiatan bagi perusahaan tempat dimana peneliti melakukan studi kasus. Program ini sebaiknya melibatkan semua staf dari jajaran paling atas sampai ke staf keamanan. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai isu-isu yang berkaitan dengan reputasi perusahaan. Berikut adalah bentuk kegiatan-kegiatan yang disarankan:

1. Berdasarkan hasil penelitian, humas PT Len Industri program-program yang dilakukan perusahaan dalam mengelola reputasi masih kurang khususnya program kunjungan. Saat kunjungan, informasi yang disampaikan kurang jelas karena terbatasnya waktu maka dari itu perlu diperpanjang waktu berkunjung di PT Len Industri.
2. Penelitian yang dilakukan pada PT Len Industri ini jarang terkena isu-isu sosial karena sifatnya merupakan perusahaan yang *busniess to business*. Namun ketika terkena isu sosial perusahaan kurang aktif dalam menangani isu yang berakibat pada reputasi tersebut. Oleh karena itu sebaiknya perusahaan lebih memikirkan strategi yang digunakan ketika isu-isu sosial muncul di masyarakat.
3. Pada kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, pihak humas masih kurang dalam menjalankan program tersebut karena banyak diantaranya yang masih berdasarkan perintah dari kementrian. Oleh karena itu sebaiknya lebih banyak dilakukan program tanggung jawab sosial seperti pelatihan.