

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Data penelitian dikumpulkan sejak diumumkannya 2 kasus pertama kasus terinfeksi covid-19 di Indonesia yaitu sejak 02 Maret 2020 hingga berakhirnya fase 5 *timeline new normal* dari Kementerian Sosial Republik Indonesia yaitu 31 Juli 2020 berjumlah sebanyak 656 postingan dari 11 hotel bintang 5 di Kota Bandung. Maka terdapat beberapa poin kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 strategi utama respon krisis hotel bintang 5 di Kota Bandung yang dilakukan melalui media sosial instagram yaitu strategi *deny* yang terdiri dari bentuk penolakan sederhana (*simple denial*) akibat dari bentuk penyesuaian hotel atas lambatnya respon Pemerintah RI yang baru membentuk Satuan Tugas Penanganan Covid-19 tanggal 14 Maret 2020 dan menetapkan krisis covid-19 sebagai Bencana Nasional pada 13 April 2020 sehingga postingan instagram yang muncul pun belum beradaptasi dengan keadaan krisis covid-19 hingga tanggal tersebut. Kemudian strategi *accepting* yang terdiri dari strategi *marketing*, *routine communication*, *framing the crisis*, *accommodative*, *collaboration* dan *other* muncul setelahnya sebagai bentuk tanggung jawab, rasa peduli dan upaya dalam menghadapi serta menanggulangi krisis melalui media sosial instagram guna menjaga hubungan dengan para *stakeholder* sekaligus melindungi reputasi dan citra hotel serta untuk menumbuhkan rasa kepercayaan calon tamu untuk menginap kembali di hotel. Dan dalam hal ini, hotel bintang 5 di Kota Bandung telah melakukan strategi yang baik dalam merespon krisis di masa awal pandemi covid-19.
2. Adapun jenis konten dan tema pesan respon krisis yang muncul dalam bentuk penjabaran mendetail dari setiap strategi respon krisis hotel bintang 5 di Kota Bandung melalui media sosial instagram yaitu konten informatif yang merupakan jenis konten yang paling banyak muncul, konten interaksi, konten inspiratif, konten promosi, konten persuasif, konten edukatif, dan konten hiburan. Untuk tema-tema pesan yang muncul hasil dari olahan peneliti terdiri

dari tema pesan *new normal offer*, *hotel attribute*, *seasonal/ event related*, *covid awareness offer/ promotion*, *for your information*, *announcement* dan *other*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dibuat, terdapat saran- saran yang dapat penulis rekomendasikan dari hasil penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi akademisi, dalam penelitian ini peneliti hanya melakukan analisis strategi respon krisis pada kategori hotel bintang 5 di Kota selama 5 bulan awal masa pandemi covid-19. Sehingga peneliti berharap pada penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan dari objek penelitian dan teori yang sudah digunakan dalam penelitian ini. Penelitian lanjutan dapat membahas tentang komunikasi krisis dan strategi respon krisis dengan objek penelitian yang lebih banyak seperti semua kategori Hotel Berbintang di Kota Bandung bahkan secara menyeluruh di Indonesia dengan periode pemilihan waktu pengumpulan data yang lebih lama karena krisis pandemi covid-19 hingga saat ini masih berlangsung sehingga nantinya didapatkan rekomendasi yang lebih komprehensif untuk pengembangan keilmuan dan implikasinya.
2. Bagi pihak manajemen hotel, karena hingga saat ini krisis covid-19 masih berlangsung dan kita tidak akan pernah tahu kejadian kedepan yang akan muncul, sebagai langkah *preventif* dalam menghadapi krisis yang mungkin terjadi. Pihak manajemen hotel harus mulai merencanakan dan membuat kerangka manajemen krisis jika sewaktu-waktu kembali terjadi lagi krisis. Krisis covid-19 dan teori *crisis responses strategies* (Diers, 2009) juga bisa dijadikan sebagai acuan dan evaluasi sebagai bentuk pembelajaran bagi manajemen hotel dalam menentukan strategi pencegahan dan penanggulangan krisis kedepan. Mengingat penting dan banyaknya manfaat dari penggunaan media sosial untuk berkomunikasi di masa kini bahkan saat keadaan krisis, peran media sosial dalam manajemen krisis pun menjadi hal yang harus diperhatikan oleh manajemen hotel dalam membuat strategi penanggulangan krisis untuk melindungi reputasi dan citra hotel.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan mengikuti sistematika penelitian kualitatif deskriptif menggunakan metode analisis isi konten melalui proses *coding* yang berlaku secara umum dalam ranah keilmuan. Namun, dalam praktiknya penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini hanya mencakup sebagian sampel dari populasi hotel yang aktif menggunakan instagram di Kota Bandung dengan pengambilan data di 5 Bulan masa pandemi awal covid-19. Sehingga hasil yang didapatkan belum secara sempurna dapat merepresentasikan strategi respon krisis dari keseluruhan kategori jenis hotel yang aktif menggunakan instagram di Kota Bandung dalam merespon krisis covid-19 yang masih terus berlangsung hingga saat ini.