

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap 233 berita di tiga portal berita online detik.com, kompas.com dan liputan6.com dengan menggunakan metode analisis isi dengan menerapkan elemen citra korporat menurut M.F. Vos (1992), untuk menganalisa pemberitaan. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Samsung mendapat citra positif dari detik.com. Citra positif ini didapatkan karena kedua belah pihak pernah menjalin kerjasama dalam acara Ngopi Bareng Samsung Galaxy Note 7 yang diselenggarakan oleh kedua belah pihak. Kerjasama yang terjalin antara Samsung dengan detik.com dapat berjalan dengan baik meskipun produk Galaxy Note 7 akhirnya ditarik dari pasaran.
2. Detik.com banyak menonjolkan berita bahwa Samsung sangat memprioritaskan keamanan konsumen.
3. Samsung mendapat citra negatif dari kompas.com yang dapat diketahui dari banyaknya pernyataan negatif yang tidak mendukung Samsung.
4. Kompas.com dalam memberitakan mengenai meladaknya Samsung Galaxy Note 7 sering menggunakan kiasan-kiasan yang berlebihan
5. Samsung mendapat citra negatif dari liputan6.com. Liputan6.com menjunjung kredibilitas dan netralitas dalam beritanya, senantiasa menyampaikan berita secara lugas tanpa kiasan-kiasan.

6. Samsung cukup terbuka dan cepat tanggap terkait informasi mengenai peristiwa meledaknya Galaxy Note 7 terhadap media massa agar tidak berkembang berita yang dapat merugikan perusahaan.
7. Reputasi Samsung selama ini dinilai baik oleh ketiga portal berita berita yang dapat dilihat dalam jumlah *Characteristic* yang diperoleh Samsung menunjukkan *Characteristic* positif lebih banyak dibandingkan *Characteristic* negatifnya.

Media massa dapat berperan sebagai pembentuk opini publik. Opini publik punya arti penting dalam upaya memajukan perusahaan. Citra buruk atau pemberitaan negatif, semua itu berpengaruh pada kepercayaan publik yang akan berujung pada kinerja perusahaan. Samsung memang merajai penjualan *smartphone* di Indonesia dan dunia, namun saat ini telah banyak produsen-produsen *smartphone* dari berbagai negara seperti Cina, India, Hongkong dan produk lokal Indonesia yang menjadi pesaing. Dua dari tiga portal berita online mencitrakan negatif Samsung pasca meledaknya Galaxy Note 7. Oleh sebab itu, Samsung harus segera bertindak untuk memulihkan kepercayaan publik agar tidak tersingkir dari peta persaingan *smartphone* di dunia. Krisis merupakan titik balik sebuah perusahaan sehingga setiap krisis yang terjadi harus diselesaikan dengan baik sehingga perusahaan masih dapat hidup pasca tertimpa krisis.

B. Saran

Penelitian berjudul "Citra Samsung di Media Online Pasca Kasus Meledaknya Galaxy Note 7 (Analisis Citra Samsung dalam Pemberitaan Galaxy Note 7 di Portal Berita Online Kompas.com, Detik.com dan Liputan6.com Periode 25 Agustus – 18 Oktober 2016)" ini dilakukan untuk mengetahui citra samsung pasca meledaknya Galaxy note 7 berdasarkan pemberitaan di tiga portal berita online. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif citra perusahaan menurut M.F Vos dalam pemberitaan di portal berita online, peneliti menyarankan kepada akademisi atau peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjutan terkait permasalahan yang sama atau yang sejenis secara lebih mendalam dan beragam dari citra perusahaan berdasar pemberitaan di media massa. Hasil yang detil dan beragam bisa didapat bila menggunakan pendekatan atau metode penelitian yang berbeda dari yang telah digunakan peneliti. Dengan demikian, keberagaman tersebut dapat menyempurnakan penelitian mengenai citra Samsung pasca meledaknya Galaxy Note 7 ataupun penelitian lain yang terkait.

Untuk praktisi di bidang *public relations*, khususnya dari pihak perusahaan yang mengalami krisis, penulis menyarankan untuk segera melakukan manajemen krisis agar krisis yang terjadi tidak semakin membesar. Salah satu caranya yaitu dengan membangun hubungan dengan media misalnya dengan mengidentifikasi media-media yang penting untuk dijadikan mitra dan mengembangkan hubungan yang baik dan berjangka panjang dengan media. Dalam kasus ini, selain harus lebih meningkatkan hubungan dengan media, Samsung juga harus menjelaskan kepada media dan khalayak mengenai penyebab meledaknya Galaxy Note 7. Samsung juga

membutuhkan publisitas positif untuk membangun kembali citra positif perusahaan misalnya publisitas di media massa cetak maupun elektronik yang menjelaskan bahwa bagi Samsung keselamatan konsumen adalah prioritas Samsung dan publisitas secara kreatif yang melibatkan komunitas tertentu dan masyarakat .