

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian dan saran berdasarkan hasil temuan dan analisis penelitian pengaruh respons penanganan krisis dan ketepatan program terhadap reputasi PT. Pertamina (Persero) pada kasus oplosan Pertamina.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang membahas mengenai “Pengaruh Persepsi Respons Penanganan Krisis dan Ketepatan Program terhadap Reputasi PT. Pertamina (Persero) pada Kasus Oplosan Pertamina”, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari persepsi respons penanganan krisis terhadap reputasi PT. Pertamina (Persero). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap cara Pertamina merespons krisis, termasuk kecepatan, kejelasan, dan ketepatan respons yang diberikan, mempengaruhi reputasi perusahaan di mata publik dalam kategori buruk. Semakin baik persepsi terhadap respons penanganan krisis, maka reputasi perusahaan semakin baik.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara dari ketepatan program terhadap reputasi PT. Pertamina (Persero). Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan program yang dijalankan Pertamina dalam menangani krisis, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi, mempengaruhi reputasi perusahaan. Program yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan publik dapat meningkatkan penilaian positif terhadap reputasi perusahaan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari persepsi respons penanganan krisis dan ketepatan program terhadap reputasi PT. Pertamina (Persero). Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki kontribusi terhadap reputasi perusahaan.

## **5.2 Saran**

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi sudut pandang dan pendekatan yang lebih luas dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan, khususnya pada konteks komunikasi krisis. Hal ini dikarenakan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi respons penanganan krisis dan ketepatan program memiliki pengaruh terhadap reputasi PT. Pertamina (Persero) sebesar 57,5%, sedangkan sebanyak 42,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kredibilitas perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), kepercayaan publik terhadap reputasi.