

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.4 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang Royale Durian lakukan dalam menghadapi krisis pembuangan limbah kulit durian dengan memanfaatkan media sosial instagram. Didalam bab sebelumnya peneliti sudah memberikan gambaran bagaimana informan melakukan beberapa tahapan strategi komunikasi untuk menghadapi krisisnya. Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan secara umum bahwa Royale Durian melakukan lima tahapan strategi komunikasi yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan.

Krisis yang dialami Royale Durian dianggap terselesaikan karena sudah tidak ada lagi komentar – komentar negatif yang muncul pada akun media sosial instagram Royale Durian. Walaupun Royale Durian tidak sepenuhnya menerapkan lima tahapan strategi komunikasi, namun yang menariknya adalahnya Royale Durian menemukan cara untuk menyelesaikan krisis yang ia alami dengan bekerja sama bersama mikro – mikro influencer. Dimana Mikro Influencer yang melakukan kegiatan yang sama dengan kegiatan buzzer yaitu menimbun komentar – komentar negatif yang masyarakatkan tulis dikolom komentar.

#### **4.5 Saran**

Berdasarkan penelitian penulis mengenai strategi komunikasi Royale Durian dalam menghadapi krisis yang ia alami terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan, antara lain :

1. Tim Royale Durian diharapkan dapat lebih mempertimbangkan langkah – langkah yang diambil dalam menghadapi krisis yang dialami. Melihat dari berbagai aspek dalam menyusun sebuah strategi agar tidak ada celah kecil yang terlewatkan, sehingga strategi komunikasi yang sudah dibuat memang dapat dikatakan berhasil. Apabila mengalami kendala bisa melakukan konsultasi dengan pihak eksternal, contohnya dengan *public relations*. Bila perlu menambah divisi tersebut dan tidak dileburkan dengan divisi yang lain.
2. Penelitian berikutnya diharapkan dapat membahas lebih luas lagi tentang strategi komunikasi yang memanfaatkan media sosial juga. Untuk objek penelitianpun bisa menggunakan perusahaan, organisasi ataupun instansi pemerintah yang sedang mengalami krisis. Sehingga menghasilkan menghasilkan analisis yang lebih baru dan data yang lebih menarik lagi.
3. Bekerja sama dengan mikro influencer atau menggunakan merupakan salah satu cara yang bisa dipilih oleh sebuah organisasi, perusahaan maupun instansi pemerintahan dalam menghadapi sebuah krisis. Dinilai efektif karena dengan mudah mempengaruhi dan mempersuasif isu – isu yang ada, ditambah lagi di era perkembangan teknologi kegiatan buzzer bukan lagi hal yang awam.