

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa hasil hipotesis menyatakan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Melalui hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa pemberitaan *online* kasus “Sariwangi Pailit” tidak berpengaruh terhadap *corporate image* PT Unilever Indonesia Tbk. Hal tersebut juga dibuktikan adanya hubungan dengan sifat keeratan sangat lemah antara pemberitaan *online* kasus “Sariwangi Pailit” terhadap *corporate image* PT Unilever Indonesia Tbk.

Peneliti membuat kesimpulan bahwa pemberitaan tidak berpengaruh terhadap *corporate image* juga dilihat dari indikator *timeliness*, *proximity*, *prominence*, *human interest*, dan *consequence* dengan *corporate image* PT Unilever Indonesia Tbk dilihat dari indikator *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference*, dan *position*. Selain itu, dalam penelitian ini angka koefisien yang diperoleh merupakan nilai negatif sehingga hal tersebut berarti kedua variabel memiliki arah yang berlawanan. Dalam hal ini, jika pemberitaan *online* kasus “Sariwangi Pailit” semakin naik maka *corporate image* PT Unilever Indonesia Tbk semakin turun.

Selain itu, peneliti menemukan hal menarik pada variabel Y, yaitu *corporate image*. Ditemukan bahwa responden merasa adanya berita kasus “Sariwangi Pailit” yang beredar di media *online*, tidak mempengaruhi mereka dalam hal keputusan menjadikan Sariwangi menjadi produk teh pilihan utama yang dikonsumsi. Hal tersebut terdapat dalam indikator

Preference, yang merupakan indikator dengan hasil mean tertinggi dibandingkan dengan indikator yang lainnya.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang serupa, peneliti mengajukan saran untuk melakukan penelitian dengan berita kasus yang lain, menyangkut dengan pemberitaan yang berpengaruh pada *corporate image*. Susahnya mendapatkan data ibu rumah tangga yang membaca pemberitaan *online* menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Selain itu, mahasiswa dapat menjadikan PT Unilever Indonesia Tbk sebagai objek penelitian, dikarenakan banyaknya responden yang masih belum paham betul dengan sistem dan anak perusahaan yang berada dalam naungan perusahaan tersebut, dan juga mahasiswa dapat melakukan penelitian terkait *brand image* pada produk Sariwangi maupun produk lain PT Unilever Indonesia Tbk.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi PT Unilever Indonesia Tbk, peneliti memberikan saran untuk lebih sering mensosialisasikan produk yang diproduksi, dikarenakan masih banyak ditemukan masyarakat yang tidak mengetahui bahwa beberapa produk rumah tangga merupakan produk yang diproduksi oleh Unilever Indonesia. Selain itu, lebih meningkatkan fungsi *Public Relations* dalam sebuah perusahaan, contohnya membuat *press release* yang dimuat dalam *website* Unilever Indonesia, jika terdapat masalah seperti munculnya berita kasus “Sariwangi Pailit” yang secara tidak langsung dikaitkan dengan PT Unilever Indonesia Tbk.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Handbook Of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Azwar, S. (2011). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Barus, Willing. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Cangara, Hafied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hurlock, Elizabeth. (1980). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Santrock, John. (2012). *Life-Span Development Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- (2012). *Life-Span Development Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SSPS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryawati, Indah. (2011). *Jurnalisik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Vos, M.F. (1992). *The Corporate Image Concept: A Strategic Approach*. Den Haag: CIP Gegevens Koninklijke Bibliotheek.

JURNAL

- Arifin, Z., Vellayati, T. A., Yulianto, E. (2014). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Toyota Auto 2000 Jl. Letjend Sutoyo No. 25, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 11 (1), 1-9.
- Bismoko, A. B. (2013). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kecelakaan Lalu Lintas Bis Sumber Kencono di Media Terhadap Citra Bis Sumber Kencono di Mata Masyarakat Desa Ngale Kabupaten Ngawi Tahun 2013. *Naskah Publikasi Ilmiah*.
- Datuela, Agnes. (2013). Strategi *Public Relations* PT. Telkomsel *Branch* Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *JOURNAL "ACTA DIURNA"*. 11 (1).
- Fakhrudin, Arif. (2017). Pengaruh Kualitas *Customer Service* Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*. 10 (1), 53-64
- Hartiana, T. I. P. (2014). Citra Perusahaan dalam Berita Krisis Perusahaan (Konstruksi Citra Perusahaan Daerah Taman Satwa (PDTS) Kebun

Binatang Surabaya dalam Teks Berita Kematian Michael di Harian Jawa Pos dan Sindo). *Jurnal Kajian Komunikasi*. 2 (2), 126-137.

INTERNET

Aegi. (2009, 2 Desember). Unilever Perkenalkan Tas Belanja Ramah Lingkungan. Kompas.com [on-line]. Diakses pada tanggal 11 Maret 2019 dari <https://bola.kompas.com/read/2009/12/02/13575673/unilever.perkenalkan.tas.belanja.ramah.lingkungan>.

Data Statistik Jumlah Rumah Tangga Jawa Timur Tahun 2015. BPS Kota Surabaya [on-line]. Diakses pada tanggal 27 Februari 2019 dari <https://surabayakota.bps.go.id/subject/5/konsumsi-dan-pengeluaran.html>

Dewi, S. (2018, 18 Oktober 2018). Unilever Pastikan Tetap Produksi Teh Celup SariWangi. IDN Times [on-line]. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2018 dari <https://www.idntimes.com/business/economy/santi-dewi/unilever-pastikan-tetap-produksi-teh-celup-sariwangi/full>

Hasil Survei 2017. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [on-line]. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2018 dari <https://apjii.or.id/survei2017>

Jatmiko, Bambang P. (2018, 18 Oktober). Sariwangi Si Pelopor Teh Celup di Indonesia yang berakhir tragis. Kompas.com [on-line]. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2018 dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/18/060810426/sariwangi-si-pelopor-teh-celup-di-indonesia-yang-berakhir-tragis>

Junaidi, J. (2010). Tabel F. [on-line]. Diakses pada tanggal 31 Maret 2019 dari <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/07/tabel-f-0-05.pdf>

- Mulai Dulu Dengan SariWangi. Teh Sariwangi [on-line]. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2018 dari <https://www.tehsariwangi.com/mulaiduludengansariwangi>
- Nurfadilah, Putri S. (2018, 18 Oktober 2018). Soal Sariwangi Pailit, Ini Penjelasan Unilever. Kompas.com [on-line]. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2018 dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/18/124415326/soal-sariwangi-pailit-ini-penjelasan-unilever>
- Tentang Unilever. Unilever [on-line]. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2018 dari <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/introduction-to-unilever/>
- Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia. Nielezen [on-line]. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2018 dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html>
- Sudahkah Kamu #BeraniBicara?. Teh Sariwangi [on-line]. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2018 dari https://www.tehsariwangi.com/beranibicara?gclid=CjwKCAjwsfreBRB9EiwAikSUHfjigU-TmEnKzqde8yPVyG05B54q8yBi9mCMkvnE1JsF4U2pvDtzQhoC02EQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds
- Suhendra, Z. (2018, 18 Oktober 2018). Sariwangi Pailit, Bagaimana Nasib Penjualan Teh?. Detik.com [on-line]. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2018 dari <https://finance.detik.com/industri/d-4261993/sariwangi-pailit-bagaimana-nasib-penjualan-teh>

PENELITIAN TERDAHULU

Adeline, Amelia. (2017). Pengaruh Pemberitaan “Ada Apa Dengan Pizza” di Majalah Tempo Edisi 5-11 September 2016 terhadap *Corporate Image* Pizza Hut. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*.

Sanada, Desy. (2018). Pengaruh Terpaan Pemberitaan *Delay* di Media Massa Terhadap Citra Lion Air Indonesia Pada Penumpang Angkutan Udara di Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*.

SUMBER LAIN

Data wawancara dengan warga Surabaya, Farah, tanggal 20 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Sera, tanggal 20 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Wati, tanggal 20 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Aisyah, tanggal 21 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Lisa, tanggal 21 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Arick, tanggal 25 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Frida, tanggal 25 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Imung, tanggal 25 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Lasmini, tanggal 25 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Murwatiningsih, tanggal 25 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Miracle, tanggal 27 November 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Chintya, tanggal 1 Desember 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Like, tanggal 1 Desember 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Anik, tanggal 2 Desember 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Maria Dewi, tanggal 2 Desember 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Dwie, tanggal 12 Februari 2019

Data wawancara dengan warga Surabaya, Endang, tanggal 12 Februari 2018

Data wawancara dengan warga Surabaya, Lenny, tanggal 12 Februari 2019

Data wawancara dengan warga Surabaya, Siu Li, tanggal 24 Februari 2019