

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian , analisis data, dan pembahasan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Pengelolaan Reputasi Perusahaan Strategis telah memenuhi apa yang telah sejalan dengan yang disarankan oleh Charles J. Fombrun : antara lain

- **Premis Kredibilitas Dalam Pengelolaan Reputasi Perusahaan**

Menemukan bahwa divisi komunikasi berperan dalam menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan seperti pelanggan, pemerintah, dan juga masyarakat dengan kredibel. Unsur terpercaya dalam pengelolaan reputasi perusahaan.

- **Premis Terpercaya Dalam Pengelolaan Reputasi Perusahaan**

Menemukan bahwa PLN memberikan pelayanan terbaik, untuk menjaga kepercayaan masyarakat, responsif dalam menganani keluhan pelanggan dalam platform digital.

- **Premis Keterandalan Dalam Pengelolaan Reputasi Perusahaan**

Menemukan bahwa PLN sebagai perusahaan strategis mengelola reputasinya dengan inovasi – inovasinya pada infrastruktur listrik dan melakukan terobosan investasi yang berkaitan perusahaan strategis.

- **Premis Tanggung Jawab Sosial Dalam Pengelolaan Reputasi Perusahaan**

Menemukan bahwa PLN meningkatkan kualitas layanan, meningkatkan transparansi, dan menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dengan CSR dan lokasi perusahaan strategis dengan menyediakan listrik untuk mendukung berbagai sektor ekonomi kecil dan masyarakat sederhana dengan kuota listrik terjangkau.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, Adapun saran-saran penelitian ini, antara lain:

- Setelah membaca penelitian ini Peneliti menyarankan perusahaan lebih

update lagi untuk memanfaatkan teknologi seperti adanya media sosial lainnya seperti TikTok misalnya, sebagai upaya mempermudah komunikasi serta dapat menjadikan media sosial tersebut sebagai akses informasi untuk publik. Sehingga kepercayaan pelanggan terhadap PT PLN (perseto) dengan tersebarnya informasi secara luas dari berbagai kegiatan melalui berbagai media dapat menjadi nilai tambah dalam membangun reputasi PT PLN. Disarankan untuk para politisi untuk lebih memahami ekspektasi masyarakat dan mengadaptasi pesan serta gaya komunikasi sesuai dengan kebutuhan.

- Peneliti menyarankan program program yang telah dilakukan PLN seperti mengadakan quiz berhadiah ataupun kegiatan sosial sebaiknya dilakukan secara konsisten agar loyalitas pelanggan tetap ada.

