

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi krisis situasional dalam mempertahankan reputasi lembaga yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan telah memenuhi unsur dalam *Situational Communication Crisis Theory* oleh *Coombs* yang meliputi 3 unsur diantaranya adalah:

- Unsur **Penanggung Jawab Krisis Pertama (*Initial Crisis Responsibility*)**. Respon masyarakat terhadap krisis yang dialami OJK dianggap sebagai krisis yang bersifat *accident* atau tanpa kesengajaan, sehingga persepsi masyarakat tidak terlalu negatif, dan reputasi OJK juga tidak terlalu terancam karena krisis ini.
- Unsur **Sejarah Krisis (*Crisis History*)**. Pada unsur *crisis history* OJK telah menangani banyak pinjol ilegal dengan langkah pencegahan dan penanganan. Dengan demikian, reputasi positif OJK dapat dipertahankan.
- Unsur **Reputasi Organisasi Sebelumnya (*Prior Relational Reputation*)**. OJK telah melakukan upaya sosialisasi dan edukasi pada masyarakat secara langsung dan juga melalui media sosial, *website* resmi, serta kanal *youtube* nya agar masyarakat terhindar dari pinjol ilegal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa poin saran sebagai berikut:

- a. Bagi lembaga Otoritas Jasa Keuangan. Dalam melakukan sosialisasi dan edukasi keuangan kepada masyarakat, disarankan agar dapat memanfaatkan media mainstream, dan media sosial dengan lebih maksimal agar menjangkau seluruh kalangan. Sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat.
- b. Bagi Masyarakat, khususnya para generasi muda. Disarankan untuk berperan aktif dan kritis dalam mencari informasi dan literasi mengenai jasa keuangan, khususnya jasa keuangan yang akan digunakan seperti Pinjaman *Online*, ataupun Investasi *Online*. Kemudian membantu para masyarakat yang awam agar memahaminya. Karena OJK telah menyediakan banyak sekali sarana edukasi bagi masyarakat yang dapat diakses melalui media sosial instagram @ojkindonesia, @sikapiuangmu, @kontak157, serta pada website resmi OJK www.ojk.go.id
- c. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menganalisis lebih dalam terkait sikap masyarakat dalam menggunakan produk jasa keuangan di Indonesia. Karena dalam penelitian ini ditemukan bahwa tantangan terbesar OJK dalam mengedukasi masyarakat adalah sikap dan kesadaran masyarakatnya yang tidak menghiraukan pentingnya literasi keuangan di era yang serba digital ini. Karenanya masih banyak saja masyarakat yang terjerat Pinjol ilegal atau bahkan investasi ilegal.