

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dalam melakukan komunikasi program CSR, PT Mitra Adiperkasa melaksanakan 4 tahapan strategi komunikasi Cutlip & Center. 4 tahapan tersebut terdiri dari tahap *defining the problem, planning and programming, action and communication*, kemudian yang terakhir adalah *evaluating the program*.

Pada tahap awal, PT Mitra Adiperkasa melakukan riset yang memberikan hasil bahwa banyak anak putus sekolah di daerah Jawa Barat. Hasil tersebut merupakan hasil yang di dapat dari Badan Pusat Statistika. Kemudian salah satu visi dari program CSR PT Mitra Adiperkasa adalah berkecimpung di dunia pendidikan yang menjadikan proses pembentukan program ini terus berlanjut. Riset selanjutnya yang diambil dari PT Mitra Adiperkasa adalah dari program yang mereka jalankan sebelum Rumah Belajar Anak Bintang yaitu kegiatan Jambore. Dari kegiatan Jambore tersebut PT Mitra Adiperkasa mendapatkan respons yang positif karena berhasil mendapatkan partisipan sebanyak 100 sampai dengan 150 orang. Namun karena program tersebut adalah program yang tidak tetap, maka proses *monitoring* susah untuk dilakukan. Akhirnya, PT Mitra Adiperkasa memutuskan untuk membuat program tetap bernama Rumah Belajar Anak Bintang. Dari program ini ditemukan *problem* komunikasi yakni

perbedaan persepsi terkait pendidikan. Pada awalnya masyarakat tidak bisa menerima program Rumah Belajar Anak Bintang.

Kemudian proses *planning and programming* yang dijalankan PT Mitra Adiperkasa adalah dengan menetapkan goal yaitu masyarakat dapat memahami program Rumah Belajar Anak Bintang ini terlebih dahulu. Selain itu, PT Mitra Adiperkasa juga membangun kerjasama dengan Karang Taruna untuk program ini. Perencanaan komunikasi program disesuaikan dengan penerima bantuan dengan maksud agar pesan lebih mudah diterima. Proses *budgeting* juga dilakukan untuk mendukung jalannya komunikasi CSR yang dilakukan.

Tahap *action and communicating* yang dilakukan oleh PT Mitra Adiperkasa ke masyarakat adalah dengan cara berkomunikasi secara langsung selama program berjalan. Terdapat juga perpanjangan rangkaian yang dilakukan dengan maksud agar masyarakat penerima bantuan dapat menerima program. Proses komunikasi dibantu oleh Karang Taruna dan juga mentor-mentor yang berperan sebagai *opinion leader* dari program Rumah Belajar Anak Bintang ini. Sedangkan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* lainnya seperti investor dan masyarakat luas, MAP menggunakan *annual report*, *website* resmi, dan *sustainability report* yang masih dalam tahap pembuatan.

Terakhir, evaluasi yang MAP lakukan setelah program Rumah Belajar Anak Bintang dilaksanakan adalah program ini dapat dikategorikan berhasil karena program sudah diterima oleh masyarakat setempat. Hal ini dibuktikan dengan banyak siswa yang menandakan kalau penerima bantuan sudah mau menerima program ini setelah melihat bagaimana program berjalan. Sekarang program

Rumah Belajar Anak Bintang masih terus berlanjut, sudah ada 7 rumah belajar yang tersebar di Jawa Barat. PT Mitra Adiperkasa berharap program ini dapat terus berjalan dan membantu untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. PT Mitra Adiperkasa juga mengungkapkan mereka memiliki rencana untuk membuat Rajab Pemuda, dimana perusahaan MAP akan mengambil karyawan dari program tersebut.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini dilakukan guna melihat strategi komunikasi CSR dari PT Mitra Adiperkasa. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam hal *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan retail. Penelitian ini juga dapat dikembangkan menjadi penelitian kuantitatif untuk memeriksa apakah terdapat pengaruh strategi komunikasi yang dilakukan dengan citra perusahaan di mata masyarakat luas. Kemudian terkait strategi komunikasi, penulis berharap Universitas Multimedia Nusantara dapat memberikan materi terkait strategi komunikasi dari beberapa ahli agar mahasiswa dapat mengetahui macam-macam strategi komunikasi yang berkaitan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs).

### **5.2.2 Saran Praktis**

Sesudah melakukan penelitian dan menarik kesimpulan, terdapat beberapa saran terkait program Rumah Belajar Anak Bintang yaitu PT Mitra

Adiperkasa perlu meningkatkan penggunaan media dalam mempublikasikan program karena masih ada media-media lain yang dapat digunakan seperti media cetak dan media sosial yang dapat membantu publik untuk mengetahui tentang program ini. Kemudian, PT Mitra Adiperkasa diharapkan dapat terus melanjutkan program ini dan juga melakukan inovasi terkait Rajab Pemuda yang sudah direncanakan. Rajab Pemuda ini akan turut menjadi solusi untuk mencapai SDGs yaitu pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.