



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

PT Fortune Indonesia Tbk (selanjutnya Fortune Group) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang periklanan moderen yang menjalankan program kolaborasi CSR KITA Bercerita. Program tanggung jawab sosial ini mengangkat isu pendidikan, khususnya pada level anak usia dini. Melalui program ini, Fortune Group juga mengupayakan pengembangan masyarakat kepada Sanggar Fortune.

Berdasarkan proses penumpulan data dan hasil penelitian yang dikaitkan dengan kerangka pemikiran, dapat disimpulkan bahwa:

1. Fortune Group menerapkan *CSR Process Model* menurut Coombs dan Holladay. Dalam tahap *scanning and monitoring*, Fortune Group bersama seluruh unit bisnis Rajawali Corpora melakukan beberapa *focus group discussion* untuk mengetahui pendapat dari seluruh unit bisnis Rajawali Corpora. Selain itu, perusahaan juga mengidentifikasi isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat untuk dijadikan isu potensial dalam pembentukan inisiatif CSR. Dalam tahap *formative research*, Fortune Group juga melakukan FGD dan survei internal mengenai program KITA Bercerita yang telah dijalankan dan merencanakan anggaran beserta sumbernya. Namun, kurang melakukan *stakeholders mapping* secara maksimal. Setelah kedua tahap tersebut dilakukan, Fortune Group membuat inisiatif CSR dan seluruh rancangan program baik untuk internal, eksternal,

maupun pengembangan komunitas. Dalam *communicating CSR Initiatives*, Fortune Group juga telah menggunakan media komunikasi yang cukup efektif baik untuk internal, maupun eksternal. Dalam tahapan ini juga, Fortune Group memiliki kekuatan (*strength*) melalui lembar cerita yang dibagikan di Instagram. Evaluasi dari program ini juga dilakukan dengan secara transparan dalam media komunikasi yang mereka miliki. Media monitoring juga dilakukan dengan cukup konsisten, serta dituangkan dalam pelaporan yang komprehensif. Namun, PT Fortune Indonesia kurang melakukan *stakeholders mapping* dan SWOT analisis dengan komprehensif.

2. Fortune Group menerapkan peran *Public Relations* dalam program CSR KITA Bercerita dengan tujuan untuk meraih dukungan dari publik (komunitas) dan mengajak publik (komunitas) bekerjasama dalam mendapatkan keuntungan bersama. Selain itu fungsi PR yang dijalankan dalam *Corporate Communications* PT Fortune Indonesia Tbk juga berfungsi untuk melakukan komunikasi internal dan eksternal, membangun strategi, menjalankan CSR, dan mengelola reputasi perusahaan untuk menghindari krisis (*management crisis*), terutama *Corporate Communications* Fortune Group dalam program KITA Bercerita adalah untuk menjalin hubungan yang baik dengan komunitas-komunitas terkait baik internal seperti Sanggar Fortune, maupun eksternal seperti AyoDI, YKAKI, Yayasan Sayap Ibu, dan sebagainya.

3. Melalui KITA Bercerita, Fortune Group ingin menumbuhkan kesadaran mengenai betapa penting dan menyenangkan bercerita bagi orang tua

dan anak. Selain menyenangkan, bercerita juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan komunitas-komunitas yang peduli pendidikan anak, melalui pembekalan dan pelatihan pembuatan alat penunjang bercerita seperti yang dilakukan Fortune Group kepada Sanggar Fortune.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan Fortune Group dalam merencanakan strategi CSR berikutnya, yaitu:

1. Memerhatikan *stakeholders mapping* dan *SWOT analysis* dalam perancangan kegiatan perusahaan.
2. Diperlukan perencanaan yang lebih matang dalam melaksanakan program CSR dan setiap kegiatan di dalamnya, agar tidak terlihat monoton, serta terus mempertahankan pemilihan isu-isu terkait *sustainable development goals*.
3. Diperlukan pedoman khusus dalam menjalankan CSR Fortune Group agar lebih terarah dan konsisten dalam menggunakan prinsip CSR tertentu.

### 5.2.2 Saran Akademis

CSR bukan hanya sebuah kegiatan filantropi semata, tetapi merupakan sebuah komitmen berkelanjutan dari perusahaannya secara etis. Melalui CSR, perusahaan juga memberikan kontribusi kepada pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, karyawan, komunitas, maupun pihak lain.

Peneliti sebagai mahasiswa *Public Relations* merasa CSR merupakan suatu objek yang perlu dikaji secara mendalam. Akademisi perlu menekankan bahwa

program CSR bukan hanya dilakukan sebagai pemenuhan kepatuhan hukum saja. Tetapi harus berasal dari kesadaran perusahaan untuk memberikan manfaat kepada lingkungan sekitarnya dan berdasarkan visi dan misi perusahaan. Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah untuk memperdalam konsep mengenai strategi CSR dan dapat diteliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

