



### **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

Sinar Mas Land adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti yang beroperasi di Indonesia. Perusahaan yang menjalankan operasinya di Indonesia diwajibkan secara legal dan etika untuk menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berangkat dari gagasan Ani Yudhoyono, sebagai salah satu program *community development* SIKIB (Satuan Istri Kabinet Indonesia Bersatu), yakni Rumah Pintar, Sinar Mas Land mengadopsi program tersebut menjadi program CSR-nya. Lewat program CSR tersebut, Sinar Mas Land memiliki tujuan untuk memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya generasi masa depan.

Peran Public Relations pada implementasi program CSR Sinar Mas Land dapat terlihat dari model manajemen Public Relation, menurut Cutlip, Center, dan Broom. Tahap pada model proses CSR tersebut meliputi tahap *defining problem*, *planning and programming*, *action and communication*, dan *evaluation*. Peran PR sebagai **fasilitator komunikasi** terlihat pada proses *action and communication*.

Pada tahap *defining problem* program CSR Rumah Pintar untuk mengetahui situasi apa yang ada di sekitar perusahaan, yakni tingkat pendidikan masyarakat sekitar yang masih rendah. Namun, pada tahap *defining problem* program CSR ini belum dilakukan dengan secara mendalam. Sinar Mas Land menganalisis situasi (SWOT) dari peluang dan kekuatan saja.

Sinar Mas Land melakukan *planning and programming* dengan baik, dimulai melalui perencanaan strategis dalam CSR. Strategi adalah konsep yang akan diimplementasikan dalam kegiatan CSR. Konsep tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* Rumah Pintar didasarkan pada konsep *Triple Bottom Line* (3P), yakni *profit, people, dan planet*.

Pada tahap implementasi program CSR Rumah Pintar, Sinar Mas Land melakukan langkah *action and communications* (implementasi). Tahap implementasi bertujuan untuk menyampaikan pesan perusahaan akan adanya program CSR Rumah Pintar. Komunikasi yang dilakukan oleh Sinar Mas Land bersifat *two-way symmetrical*. Sinar Mas Land melakukan dialog dan sosialisasi kepada lingkungan sekitar guna mengetahui kegiatan apa yang diharapkan pada program Rumah Pintar dan publik akan memberi tahu apa saja yang mereka harapkan. Namun, pada tahap implementasi, pada proses komunikasinya masih kurang, karena hanya melakukan sosialisasi pada saat ada acara tertentu.

Tahap evaluasi menjadi penting untuk mengukur berhasil atau tidaknya program CSR. Sinar Mas Land belum melakukan evaluasi mendalam. Key informan menyebutkan bahwa Sinar Mas Land belum melakukan survey baku

dalam mengevaluasi dan hanya berdasarkan *feedback* langsung yang diterima masyarakat sekitar akan adanya program Rumah Pintar.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

CSR memiliki banyak sisi yang dapat digali dan dipelajari dalam ilmu komunikasi khususnya dalam bidang Public Relations. Peneliti sebagai mahasiswa jurusan Public Relations memiliki saran bagi akademis agar lebih menggali lagi mengenai standar yang seharusnya sudah digunakan oleh organisasi atau perusahaan. Pembahasan mengenai standar CSR tentu perlu dibahas secara mendalam. Hal ini menjadi penting mengingat kurangnya penjelasan mengenai standar tersebut secara detail, seperti ISO 26000 dan *Millenium Development Goals* (MDGs).

Pada umumnya, mahasiswa hanya sebatas mengetahui apa itu ISO 26000, tanpa mengetahui secara mendalam isu-isu yang terdapat pada tujuh *core subject* yang ada di dalamnya, sedangkan penting bagi mahasiswa Public Relations untuk mengetahui secara mendalam pembahasan tentang isu-isu yang ada di masing-masing *core subject*. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa Public Relations dapat melakukan komunikasi yang strategis untuk isu-isu tersebut.

Selain ISO 26000, ada pula MDGs masih terdengar asing di kalangan mahasiswa. MDGs berisi delapan butir *goals* yang harus dicapai Indonesia di tahun 2015. Dengan kata lain, pembahasan MDGs tidak kalah penting di dalam konsep CSR. Jika pada standar internasional, seperti ISO 26000 dikenal sebagai panduan organisasi dalam memilih isu CSR, maka MDGs menjadi *goals* atau tujuan organisasi yang akan dicapai dalam pelaksanaan CSR.

### 5.2.2 Saran Praktis

Sinar Mas Land melakukan kegiatan CSR Rumah Pintar dengan implementasi yang cukup baik. Namun, pada tahap analisis situasi (*defining problem*), Sinar Mas Land hanya melihat kekuatan dan peluang program. Di sisi lain dalam menganalisis situasi, Sinar Mas Land seharusnya tidak hanya melihat peluang dan kekuatan dari program CSR-nya, tetapi juga melihat kelemahan program dan ancaman yang dapat terjadi. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat mengimplementasikan programnya secara terencana ke depannya.

Selain itu, pengkomunikasian CSR Sinar Mas Land harus lebih meningkatkan komunikasi dengan masyarakat sekitar. Dengan adanya komunikasi yang efektif dan aktual, program CSR Sinar Mas Land juga dapat mengetahui langkah apa yang akan diambil yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Hal tersebut juga akan membantu Sinar Mas Land sendiri

untuk mendapatkan perhatian publik yang lebih besar, membangun dan meningkatkan citra dan reputasi positif.

Selain itu, Sinar Mas Land perlu melakukan riset yang baku terkait dengan evaluasi program. Evaluasi perlu dilakukan dalam rangka perbaikan di masa depan, sekaligus menentukan tingkat pencapaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Peneliti mengharapkan adanya penelitian lanjutan mengenai program CSR Rumah Pintar pada evaluasi secara mendalam mengingat peneliti mengangkat topik ini ketika program Rumah Pintar masih terbilang baru.

UMMN