



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

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menghasilkan simpulan bahwa implementasi komunikasi CSR yang dilakukan PT Pertamina EP sudah sesuai dengan *framework* komunikasi CSR. Akan tetapi, terdapat unsur yang tidak sesuai, yaitu CSR *fit*. Pertamina EP adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam minyak dan gas bumi. Akan tetapi, program Bumi Kreatif Agar Makmur merupakan program CSR yang bergerak di bidang ekonomi, yang tujuan dari rangkaian programnya adalah untuk meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat di sekitar wilayah operasi perusahaan.

Selain bertujuan untuk mematuhi Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 6 tentang perseroan terbatas mengenai laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial, dengan melakukan aktivitas komunikasi CSR, perusahaan juga telah menjalani prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dalam hal transparansi dan akuntabilitas.

Jika ditelaah dari *framework* menurut Du, Battacharya, dan Sen, konteks program Bumi Kreatif Agar Makmur adalah salah satu program CSR PT Pertamina EP yang bergerak di bidang ekonomi, yang bertujuan untuk

meningkatkan ekonomi masyarakat, melalui kegiatan pengelolaan dan pemanfaatan produk rumput laut. Pertamina EP memiliki motif intrinsik dan ekstrinsik yang mendorongnya dalam melakukan program Bumi Kreatif Agar Makmur. Jika dilihat dari penggunaan media, Pertamina EP lebih banyak menggunakan *company-controlled media* dibandingkan *non company-controlled media*.

Jika ditelaah dari *contingency factors, stakeholder* yang terlibat dalam program Bumi Kreatif Agar Makmur antara lain masyarakat Desa Tambaksari, Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang meliputi Bupati Karawang, Dinas Perikanan dan Kelautan, dan Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, PT Agarindo Bogatama, Pemerintah Kecamatan Cibuaya dan Tirtajaya, Pemerintah Desa Sedari dan Tambaksari, media dan IPB. Selain itu, jika ditelaah dari *company reputation* dan *CSR positioningnya*, Pertamina EP memiliki reputasi yang baik karena telah mendapatkan beberapa penghargaan di bidang CSR, dan program Bumi Kreatif Agar Makmur juga dapat dilihat sebagai program yang tidak hanya berhenti pada memberi bantuan terhadap masyarakat saja, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjamin masyarakat agar bisa berkelanjutan berdiri secara mandiri.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademik

Literatur yang membahas komunikasi *corporate social responsibility* masih terbatas. Penulis menyarankan agar pakar atau ahli komunikasi mau mengembangkan teori mengenai komunikasi *corporate social responsibility*, agar bisa membantu peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin meneliti seputar aktivitas komunikasi *corporate social responsibility*, serta membantu perusahaan supaya bisa lebih efektif dalam merencanakan proses aktivitas komunikasi CSR-nya.

5.2.2 Saran Praktis

Penulis menyarankan PT Pertamina EP memakai *framework* komunikasi CSR agar bisa lebih memaksimalkan aktivitas komunikasi CSR-nya. Selain itu, penulis juga menyarankan agar PT Pertamina EP mau memperbanyak penggunaan *company-controlled media* dalam mengomunikasikan program Bumi Kreatif Agar Makmur.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA