

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan simpulan dan saran yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan untuk digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian yaitu strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* WIKA dalam menjaga citra positif melalui program CSR kampung binaan di Pamijahan.

#### 5.1 Simpulan

Dalam mengkomunikasikan pesan CSR, WIKA menggunakan model strategi komunikasi oleh Cutlip & Center (2013). WIKA telah melaksanakan keempat tahapan yang terdiri dari *defining the problem, planning and programming, action and communicating, and evaluating the program*. Dalam perencanaan program, WIKA melihat bahwa di Pamijahan, tepatnya di Desa Cibunian masih banyak lahan kosong yang belum dimanfaatkan dengan maksimal sehingga berimbas pada pendapatan petani/masyarakat disana, yang mayoritas kondisi ekonominya tergolong menengah ke bawah. Maka dari itu, tujuan program CSR WIKA di Pamijahan adalah untuk membantu mengembangkan dan meningkatkan keterampilan masyarakat desa dalam bertani dan berkebun, yang nanti hasilnya dapat memastikan penghasilan masyarakat di Pamijahan meningkat dan terciptanya kemandirian. Program yang dijalankan sudah sesuai dengan tujuan utama program, hal ini dapat dilihat dari kemandirian petani yaitu sekarang masyarakat/ para petani sudah mempunyai penghasilan tetap untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sudah bisa menabung untuk merenovasi rumah dan keperluan lainnya, dan

lahan yang kosong sudah bisa dimanfaatkan secara maksimal menggunakan sumber daya yang ada dan hasilnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di sana.

Proses perencanaan dan taktik yang dilakukan WIKA dalam menjalankan program CSR Kampung Binaan Pamijahan yaitu dengan penetapan tujuan, menetapkan targetnya baik target program CSR nya maupun target publikasi, bekerja sama dengan media dan komunitas, melakukan kampanye serta promosi melalui media sosial Instagram, Facebook, serta Twitter.

Aksi dan komunikasi yang dilakukan oleh WIKA ke masyarakat/ petani di Pamijahan adalah dengan melakukan pendekatan non-formal selama dua bulan dengan individu-individu yang terlibat/ bersangkutan. Perwakilan WIKA yaitu Iqbal Yunda selaku CSR Consultant/ pendamping lapangan yang terjun langsung di dalam program CSR di Kampung Pamijahan ini selama dua bulan berkumpul bersama-sama masyarakat disana, minum kopi dan menonton layar lebar bersama-sama. Kemudian setelah dua bulan, Iqbal beserta para pendamping lapangan lainnya mulai membahas dan berdiskusi dengan pihak-pihak yang terlibat tentang program penanaman pohon yang akan dilakukan bersama-sama. Dalam proses penyampaian pesan terkait ilmu pertanian, Iqbal Yunda menerapkan cara/ taktik demonstrasi agar meminimalisir kesalahan dalam penerimaan pesan yang ingin disampaikan. Pendamping lapangan mencontohkan *step by step* cara menanam yang benar, lalu akan diikuti dengan praktik secara langsung oleh petani-petani yang terlibat. Lalu untuk mengarahkan serta menyampaikan tujuan program kepada petani, Iqbal melakukannya dengan cara-cara yang dapat dimengerti oleh masyarakat disana, menyesuaikan dengan standar/ kemampuan mereka dalam menerima pesan. Lalu, aksi dan komunikasi yang berhasil dilakukan oleh WIKA ke publik secara

luas adalah dengan melakukan kampanye di media sosial. Divisi *Corporate Communication* WIKA menggandeng komunitas Campus CJ untuk melakukan kampanye ini. WIKA mengajak 20 peserta Campus CJ untuk berkemah di kampung binaan WIKA di Pamijahan, lalu membagikan foto-foto mereka di media sosial Instagram, Twitter, dan Facebook dengan *hashtag* #CampusCJwika dan #CJGreenCamp.

Evaluasi yang dilakukan oleh WIKA setelah pelaksanaan program CSR Kampung Binaan Pamijahan adalah bahwa program CSR ini sudah berhasil mencapai target dan tujuan utamanya, bahkan memperoleh respon yang positif dari masyarakat dan tahapan komunikasi yang dilakukan dari awal sampai akhir pun sudah sesuai dengan apa yang diterapkan dan dilaksanakan saat perencanaan program dan saat terjun di lapangan. Hingga saat ini, tujuan yang ingin dicapai oleh WIKA dengan targetnya sudah tercapai. Sejak program CSR ini dijalankan, masyarakat memberikan perhatian dan sambutan yang baik. Masyarakat pada akhirnya melihat bahwa WIKA adalah perusahaan yang peduli terhadap kehidupan sosial mereka sehingga perusahaan WIKA mendapatkan citra yang positif.

## **5.2 Saran**

Terkait dengan penelitian yang telah dilakukan, berikut saran yang untuk kedepannya dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk Universitas Multimedia Nusantara dan PT Wijaya Karya Tbk terkait program CSR Kampung Binaan WIKA.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Agar lebih memperdalam mengenai strategi komunikasi yang dapat dilakukan dalam kegiatan CSR, akan lebih baik apabila ilmu tersebut turut diajarkan dalam mata

kuliah yang bersangkutan baik dengan *Corporate Communication* maupun *Corporate Social Responsibility*. Ada baiknya jika mahasiswa diajarkan mengenai berbagai macam strategi komunikasi CSR menurut beberapa ahli sehingga mahasiswa dapat mengetahui bahwa strategi komunikasi CSR memiliki banyak ragam.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Setelah melakukan penelitian dan menarik kesimpulan, saran peneliti untuk WIKA terkait dengan program CSR Kampung Binaan Pamijahan adalah dengan terus mempertahankan program yang sudah berjalan hingga saat ini agar terus mendapatkan citra positif dari masyarakat serta dapat terus membantu masyarakat yang membutuhkan. Peneliti menyarankan agar WIKA juga melaksanakan program CSR Kampung Binaan di desa-desa lainnya. Kemudian, WIKA perlu meningkatkan lagi publikasi program CSR ke media agar bisa diketahui oleh publik dan mendapatkan respon yang positif dari publik. Tidak hanya memanfaatkan komunitas saja, namun juga mencari cara-cara lain untuk membantu publikasi CSR ke media. Kemudian, WIKA perlu meningkatkan lagi standar di setiap tahapan komunikasi yang dilaksanakan agar program tidak hanya mencapai target, namun bisa melebihi dari target yang sudah ditentukan, lalu evaluasi pada setiap tahapan perlu dilakukan sehingga keberhasilan tidak hanya diukur dari kesuksesan program pada akhirnya.