

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab ini akan memaparkan simpulan serta saran yang dapat diambil melalui hasil penelitian juga pembahasan yang dapat digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian yaitu strategi komunikasi program Bina Lingkungan PT Timah Tbk dalam meningkatkan citra perusahaan.

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, penulis mendapatkan hasil simpulan bahwa dalam perencanaan kegiatan, terdapat aksi komunikasi yang dilakukan secara langsung oleh pihak perusahaan. Pendekatan yang dilakukan melalui komunikasi tersebut agar dapat mengedukasi para penerima manfaat program agar program tersebut dapat dijalankan secara berkelanjutan. Selain itu juga dilakukan komunikasi agar para pemangku kepentingan terutama masyarakat mengetahui terlebih dahulu mengenai apa dan tujuan dari kegiatan TJSL perusahaan sehingga dapat merubah stigma negatif mereka.

Pentingnya komunikasi dilakukan karena kegiatan perusahaan yang memiliki resiko terhadap lingkungan yang dapat memicu stigma negatif dari masyarakat sekitar sehingga berdampak pada kinerja dan paling pentingnya menyangkut citra perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari masih banyaknya berita di media berita online yang memuat informasi seputar masyarakat yang terkadang menggelar aksi demo mengenai dampak kegiatan perusahaan yang terkadang dirasa oleh mereka merugikan.

Melalui komunikasi mengenai TJSL perusahaan, maka akan membuat para *stakeholder* terutama masyarakat tau akan TJSL yang dilakukan di samping hanya mengetahui dampak kegiatan perusahaan saja. Karena nyatanya masyarakat yang merupakan salah satu *stakeholder* perusahaan belum banyak yang mengetahui kegiatan-kegiatan TJSL yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam melakukan komunikasi TJSL nya, yang dilakukan oleh bidang *corporate communication* PT Timah Tbk yaitu dengan melakukan koordinasi dengan divisi terkait yang berhubungan langsung dengan program yaitu CSR. Koordinasi dilakukan agar mendapatkan informasi yang detail seputar kegiatan yang akan dilakukan. Kemudian dilakukannya *briefing*

Briefing tersebut membahas mengenai media apa yang akan digunakan dalam penyaluran mengkomunikasi kegiatan, mengidentifikasi sasaran atau khalayak yang akan menerima pesan, dan isi pesan yang berdasarkan fakta-fakta di lapangan seputar kegiatan yang akan dilaksanakan.

Perusahaan juga menjalin kerjasama yang baik dengan perusahaan media berita yang berada di wilayah operasional sehingga dalam hal ini perusahaan memanfaatkan beragam media dalam menyalurkan komunikasi TJSL program Bina Lingkungan. Media yang digunakan mulai dari media berita online baik lokal maupun nasional, media sosial seperti facebook, twitter, youtube, tiktok, dan instagram. Selain itu rupanya perusahaan menggunakan media luar ruang seperti billboard. Disamping pihak perusahaan yang menjadi komunikator, terdapat *influencer* yang ditunjuk oleh perusahaan sebagai komunikator lainnya dalam mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan dari program TJSL ini. Namun perusahaan dalam mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan dari program TJSL hampir sebanyak 75 persen menggunakan rilis sebagai bentuk komunikasi nya.

Evaluasi yang dilakukan oleh PT Timah Tbk dalam menentukan keberhasilan komunikasi yang telah dilakukan yaitu melalui *Key Performance Indicator* atau KPI. KPI disini menunjukkan *engagement* dari setiap media sosial yang digunakan oleh perusahaan dalam menomunikasikan kegiatan TJSL program Bina Lingkungan melalui konten yang telah disebar. Evaluasi juga dapat dilihat dari beberapa kegiatan TJSL program Bina Lingkungan yang mendapat respon positif dari masyarakat penerima serta juga usia kegiatan yang telah dibuat telah bertahan bertahun-tahun.

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

Terkait penelitian yang telah penulis lakukan, maka berikut saran untuk ke depannya yang dapat dijadikan bahan pertimbangan yang berkaitan dengan komunikasi TJSL program Bina Lingkungan PT Timah Tbk.

5.1.1 Saran Akademis

Saran peneliti yaitu agar penelitian selanjutnya dapat memperluas hasil penelitian dengan meneliti program TJSL lainnya selain Bina Lingkungan yang ada di PT Timah Tbk yang kemudian dikaitkan dengan teori atau konsep strategi komunikasi lainnya.

5.1.2 Saran Praktis

Setelah melakukan penelitian serta mendapatkan kesimpulan dari apa yang diteliti, saran penulis untuk PT Timah Tbk mengenai TJSL program Bina Lingkungan yaitu agar perusahaan tetap mempertahankan kegiatan-kegiatan dari program tersebut lantaran kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan langsung merupakan suatu kegiatan yang memiliki dampak besar bukan hanya sekedar untuk lingkungan tetapi juga masyarakat sekitar wilayah operasional dan juga kegiatan tersebut dapat membantu ekonomi masyarakat.

Dalam proses mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan TJSL yang dilakukan oleh perusahaan sudah cukup baik tepat dengan strategi komunikasi oleh Cutlip dan Center, tetapi alangkah baiknya jika perusahaan juga mengkomunikasikan atau memberikan paparan informasi seputar bagaimana proses aktivitas operasional perusahaan di berbagai daerah agar masyarakat terutama mendapat gambaran mengenai aktivitas operasional yang dilakukan oleh PT Timah Tbk yang dapat berupa foto-foto atau video. Diharapkan dari hal tersebut dapat merubah stigma negatif masyarakat yang masih menilai buruk aktivitas operasional.

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