BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis data yang telah dideskripsikan pada bab sebelumnya. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya dalam model komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya menghasilkan suatu simpulan yang merupakan hasil interpretasi dan penafsiran dari penulis sendiri. Adapaun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Model komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya

   Model komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya menggunakan model komunikasi Millenium Development. Model komunikasi *Millenium Development* dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dimana prosesnya dimulai dengan kegiatan *social mapping* untuk menentukan pesan yang berorientasi pada target pasar yakni masyarakat di daerah operasi perusahaan, pesannya berisi kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau CSR yang membantu pemerintah Indonesia dalam pencapaian target Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia dan efek komunikasinya memberikan kesejahteraan masyarakat serta timbal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

balik yang diberikan oleh masyarakat adalah dengan mendukung keberlangsungan hidup perusahaan.

2. Media komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya.

Dalam proses komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dilakukan melalui *direct communication* atau komunikasi secara langsung. Bentuk *direct communication* ini antara lain adalah *social mapping* yang dilakukan sebagai bentuk awal sosialisasi secara langsung kepada masyarakat di daerah tujuan kegiatan CSR PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya. Selain itu, *direct communication* selanjutnya adalah kegiatan *Ceremony* atau sambutan yang diberikan oleh dewan direksi atau pelaksana kegiatan CSR PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya, presentasi-presentasi dan pameran-pameran.

Selain melalui *direct communication*, proses komunikasi juga dilakukan dengan menggunakan media konvensional dan media online. Media konvensional antara lain: tulisan atau *advertorial*, koran dan iklan layanan masyarakat di televisi lokal maupun nasional, logo, poster, umbul-umbul dan spanduk dalam kegiatan CSR, televisi, laporan tahunan dan majalah perusahaan. Dari media-media tersebut televisi adalah media yang paling efektif karena dapat menampilkan pesan berupa audio-visual.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan media online antara lain: *facebook*, *youtube*, *twitter*, *website* dan *platform* media online lainnya. Dalam penyebaran informasinya selain masyarakat mengetahui informasi kegiatan CSR pihak internal perusahaan juga wajib untuk mengetahui kegiatan CSR yang dilaksanakan. Cara penyebaran informasi tersebut melalui *broadcast e-mail* dan *website* internal.

B. Rekomendasi

Setelah menyelesaikan proses penelitiann ini, terdapat beberapa rekomendasi dari peneliti sebagai masukan yang mungkin bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi beberapa pihak, seperti:

1. Pihak PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya

   Dari setiap program CSR di lapangan dan pada praktiknya tentu saja akan mengalami kendala dalam sosialisasi kepada masyarakat. Untuk itu penulis menyarankan diperlukan laporan strategi CSR yang digunakan oleh PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya di masing-masing program dan evaluasi setelah dilaksanakan programnya tersebut apakah sudah tepat sasaran atau belum dalam penyampaian pesan komunikasinya.

   Dari segi publikasi, penulis menyaranakan untuk melakukan publikasi lebih banyak lagi kepada masyarakat mengenai kegiatan CSR dengan menggunakan berbagai elemen-elemen komunikasi yang ada secara konsisten dari setiap kegiatan CSR yang telah dilakukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Para akademisi

Peneliti merasa bahwa penulisan penelitian ini masih belum sempurna, melihat banyaknya faktor penghambat yang penulis hadapi selama penelitian berlangsung. Oleh karena itu peneliti berharap kepada para akademisi atau para peneliti selanjutnya untuk dapat lebih menyempurnakan hasil dari penelitian ini.

3. Pihak Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

   a. Agar terus meningkatkan mutu pendidikan ilmu komunikasi, sebab ilmu komunikasi ini sedang banyak diminati dan juga sedang berkembang pesat di dunia

   b. Bagi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Prodi Ilmu Komunikasi diharapkan dapat memperkarya kajian ilmu komunikasi di bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id