

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait Strategi *Public Relations* PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dalam membangun citra perusahaan melalui program CSR *Yamaha Engineering School* didapatkan hasil sebagai berikut:

Program CSR *Yamaha Engineering School* merupakan produk buatan dari sekelompok orang yang berada pada divisi *service* namun bukan melalui seorang praktisi *Public Relations* yang seharusnya menjalankan program CSR. Strategi yang peneliti temukan yang diunakan oleh PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing adalah strategi berupa tahapan Pencarian Fakta, Perumusan Masalah, Perencanaan dan Pemrograman, Aksi dan Komunikasi dan yang terakhir adalah Evaluasi.

Selain itu, peneliti melihat pada PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dalam melaksanakan program CSR *Yamaha Engineering School*, bukan hanya bertujuan untuk membentuk citra perusahaan, melainkan menjadikan program CSR ini menjadi sebuah “bisnis” yang profit. Dimana keuntungan dari dilaksanakannya program CSR ini adalah semua *dealer* Yamaha menjadi memiliki “bank mekanik” yang menampung mekanik muda berbakat lulusan program CSR YES guna menutupi kebutuhan tenaga kerja yang tinggi. Dengan dijadikannya program ini menjadi sebuah lahan bisnis yang memiliki profit, perusahaan akan cenderung untuk mengabaikan tujuan awalnya dari pelaksanaan CSR yakni membangun citra perusahaan. Dimana seharusnya perusahaan yang melaksanakan program CSR harus mengikuti prinsip 3P (*Profit, People, Planet*).

V.2 SARAN

V.2.1 Saran Akademik

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mengenai proses tahapan strategi *Public Relations* PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dalam membangun citra perusahaan melalui *CSR Yamaha Engineering School*. Disarankan untuk penelitian selanjutnya, peneliti selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda misalnya dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sehingga dengan metode yang berbeda dapat menganalisis mengenai keefektifan sebuah strategi *Public Relations* PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dimana melalui metode tersebut dapat melakukan *survey* lebih lanjut kepada sasaran khalayaknya melalui pembagian kuisioner.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, tahapan strategi *Public Relations* yang dilakukan oleh PT. Surya Timur Sakti Jatim selaku perwakilan *head office* PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing, belum seluruhnya berjalan sesuai prosedur yang ada. Ada baiknya perusahaan mengkaji ulang langkah-langkah yang akan digunakan dalam pelaksanaan program *CSR YES* selanjutnya dengan merekrut seorang *Public Relations* yang mana akan sangat membantu dalam menjalankan program *CSR Yamaha Engineering School* ini. Sehingga dengan tahapan yang benar serta dilaksanakan oleh orang yang tepat pula, perusahaan dapat merasakan dan mencapai manfaat yang benar sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan. Sehingga perusahaan juga akan sedikit berkurang kesan menjalankan program *CSR* ini dengan tujuan bisnis dan mencari profit.

Daftar Pustaka

- Budimanta, A., Prasetyo, A., Rudito, B. 2008. *Corporate Social Responsibility: Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD).
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mukarom, Dr. H. Zainal, M.Si. & Wijaya, Muhibudin Laksana, S.Sos., M.Si. 2015. *Manajemen Public Relation: Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurjaman, K. & Umam, K. 2012. *Komunikasi Public Relations: Panduan untuk mahasiswa, birokrat, dan praktisi bisnis*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan aplikasi*. (rev.ed). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soemirat, S. & Ardianto, E. 2015. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing
- Yin, Prof. Dr. Robert K. 1996. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Sumber Online

- Detik Finance. Pengangguran terbesar RI adalah Lulusan SMK. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017.
- Media Indonesia. Lulusan SMA-SMK Banyak Menganggur. Diakses pada tanggal 17 Maret 2017.
- Official Account Facebook Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. Diakses pada tanggal 28 Desember 2016.