BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Hasil penelitian tentang sikap menunjukkan secara keseluruhan, sikap yang dihasilkan oleh Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya mengenai program CSR dari PT. Telkom Indonesia “TPA dan PPT (PAUD) Ceria” dinyatakan positif karena mereka mengetahui, menyukai dan bersedia berpartisipasi dengan program CSR “TPA dan PPT (PAUD) Ceria.

Dilihat dari sikap responden pada komponen sikap kognitif, mendapatkan hasil respon yang paling tinggi. Hasil ini dikarenakan secara keseluruhan para Pedagang Pasar Wonokromo sudah mengetahui bahwa “TPA dan PPT (PAUD) Ceria” merupakan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Telkom Indonesia dan dibangun dengan menggunakan dana perusahaan, serta dapat dinikmati secara gratis.

Sikap responden selanjutnya pada komponen sikap afektif mendapatkan hasil respon yang positif juga, hal ini dikarenakan secara keseluruhan para pedagang menyukai kehadiran program CSR dari PT. Telkom Indonesia. Mereka merasa terbantu dengan kehadiran TPA dan PPT (PAUD) Ceria karena dapat meringankan beban saat menajaga anak-anak diwaktu bekerja. Sikap responden yang terakhir pada komponen sikap konatif, mendapatkan hasil respon dari responden yang paling rendah namun masih dalam kategori yang positif. Hasil ini dikarenakan masih

terdapat pedagang pasar belum memahami konsep CSR TPA dan PPT (PAUD) CERIA secara keseluruhan, pedagang masih melihat CERIA sebagai tempat menitipkan anak saja bukan sebagai sarana pendidikan anak usia dini.

Pada penelitian ini, peneliti menemukan ada hal yang menarik pada tabulasi silang Jenis Pekerjaan dan Etnis/Ras dengan sikap. Hampir rata-rata keseluruhan Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya tidak memandang pendidikan formal bagi anak-anak mereka itu sebagai sesuatu yang penting, data tabulasi silang menunjukkan bahwa sebesar 60% pedagang sudah memiliki stand pribadi di Pasar Wonkromo. Hal ini sesuai dengan hirarki etnis Madura, mereka harus mematuhi tiga hirarki yang salah satunya adalah menjadi Penguasa dalam dunia perdagangan dan Birokrasi. Pendidikan yang terpenting bagi mereka bukanlah pendidikan formal sekolah melainkan pendidikan keagamaan, maka dari itu banyak pedagang yang melihat Ceria sebagai tempat penitipan anak saja bukan sebagai fungsi pendidikan dini. Karena bagi Pedagang Wonokromo yang terpenting adalah membuat anak-anak mereka mapan dengan memiliki 5 stand/kios di Pasar.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Akademis

Secara Akademis, peneliti merasa bahwa perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan pendekatan penelitian kuantitatif, tentang pengaruh CSR TPA dan PPT (PAUD) Ceria terhadap *corporate image* PT. Telkom Indonesia. Selain itu mahasiswa dapat menjadikan PT. Telkom Indonesia sebagai objek penelitian karena banyaknya program-program CSR yang dilaksanakan.

V.2.2 Saran Praktis

Secara Praktis, bagi perusahaan PT. Telkom Indonesia peneliti menyarankan agar PT. Telkom Indonesia sebelum melaksanakan sebuah program jangka panjang seperti CSR, perlu adanya riset mendalam pada khalayak yang akan dituju. Hal ini akan mempengaruhi program apa yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga program-program yang akan dilakukan menjadi terealisasi dengan baik dan tepat sasaran.

Kegiatan sosialisasi juga berguna untuk peningkatan tugas dan fungsi *Public Relations* terutama untuk membangun identitas perusahaan di benak masyarakat, agar masyarakat yang terdampak CSR mengetahui program-program kegiatan yang akan dilaksanakan oleh PT. Telkom Indonesia. Sehingga ke depannya sikap masyarakat yang akan dihasilkan juga akan lebih baik lagi dengan keberadaan program, selain itu program CSR dapat menjadi acuan untuk perogram-program lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Hanbook of Public Relations*. Jakarta : Sambiosa Rekatama Media.
- Azwar S. (2016). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budi Untung, Hendrik. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Indosnesia center for Sustainable Development (ICSD).
- Dananjaja. (2011). *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu..
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- (2016). *Public Relations Writing*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- , (2013). *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Singarimbun, Masri, (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Wawan; Dewi, M. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

JURNAL :

- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Teori dan Metodologi Penelitian Public Relations*. Mediator Vol. 5 No. 2 tahun 2004.
- Asa Briliane, Oka. (2015). *Sikap Penerima Program Corporate Social Responsibility Go Green Blue Vision Departemen Humas PT. Pupuk Kaltim*. Jurnal Commonline Departemen Komunikasi Vol. 4 No. 2 tahun 2015. Universitas Airlangga.
- Briliane,A Oka. (2015). Analisis Sikap Penerima Program *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Go Green Blue Vision Departement Humas PT. Pupuk Kaltim*. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya*.
- Elviyanti Tan, Liana. (2013). *Sikap Pelanggan Mengenai Program CRM “Retrun Guest Program” Di Surabaya Plaza Hotel*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 2. Tahun 2013. Universitas Kristen Petra.
- Florencia, Rahayu. (2013). *Sikap Warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan Mengenai Aktivitas Corporate Social Responsibility Biogas PT. PJB*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 1. Tahun 2013. Universitas Kristen Petra.
- Pranata Halim, Aditya. (2015). *Sikap Komunitas Alumni Akademi Komunitas Mengenai Aktivitas Corporate Social Responsibility Akademi Komunitas PT. PJB*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 3 No.2 tahun 2015. Universitas Kristen Petra.
- Rusmin Andi, Alimuddin Andi, & Sultan Iqbal. (2015). *Analisis Peran Public Relations Dalam Penanganan Opini dan Sikap Komunitas*

Sekitar Terhadap Program CSR PT. Energy Sengkang Di Kabupaten Wajo.
 Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 4. Tahun 2015. Universitas
 Hasanuddin.

Yunita, Evi. (2016). Sikap Warga Kramatinggil di Gresik mengenai
 Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) "Bank Sampah
 Kramatinggil Bersinar (BSKB)" oleh PT. Pembangunan Jawa-Bali
 (PJB) Unit Pembangunan (UP) Gresik. *Jurnal E-Komunikasi*
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

INTERNET :

Muhidin, Salman (2016, 25 Agustus). Mengunjungi Tempat Penitipan
 Anak (TPA) dan PAUD Pasar Wonokromo. Jawapos.com [on-line].
 Diakses terakhir tanggal 18 Februari 2018 dari
<http://dev.jawapos.com/features/25/08/2016/mengunjungi-tempat-penitipan-anak-tpa-dan-paud-pasar-wonokromo?amp=1>

Update, Telecommunication (2016, 16 Agustus). Dalam Rangka BUMN
 Hadir Untuk Negeri : Hadirkan Tempat Penitipan Anak di Pasar
 Wonokromo. Swa.co.id [on-line]. Diakses pada tanggal 18 Februari
 2018 dari
<https://swa.co.id/TelecommunicationUpdate/telkom-csr/dalam-rangka-bumn-hadir-untuk-negeri-hadirkan-tempat-penitipan-anak-di-pasar-wonokromo>

Wahyudiyanta (2016, 14 Agustus). Bingung Belanja Karena Anak, Datang
 Saja Ke Pasar Wonokromo. News.detik.com [on-line]. Diakses pada
 tanggal 20 Januari 2018 dari

<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3275114/bingung-belanja-karena-anak-datang-saja-ke-tpa-pasar-wonokromo>