

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan tidak dapat terlepas dari permasalahan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang minyak dan gas, sorotan masyarakat menjadi tinggi karena praktik kerja yang dilakukan mengambil hasil bumi. PT Pertamina (Persero) sadar akan tanggung jawab sosial yang harus dilakukan menjadi kewajiban perusahaan dalam mensejahterakan lingkungan dan masyarakat sesuai dengan 3P (*Profit, Planet, dan People*). Pelaksanaan CSR yang dilakukan membutuhkan strategi dimana *Public Relations* memiliki tugas yang besar yaitu menjadi jembatan antara publik dan perusahaan. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki tujuan diantaranya yaitu untuk mempertahankan citra positif perusahaan melalui program CSR. *Public Relations* PT Pertamina (Persero) melaksanakan program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali dengan berbagai strategi untuk mempertahankan citra positif perusahaan. Program CSR ini juga bertujuan untuk melestarikan lingkungan dan melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat, sehingga program CSR menjadi pelaksanaan kegiatan yang memiliki manfaat serta nilai yang tinggi.

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi *Public Relations* PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dalam mempertahankan citra positif perusahaan melalui CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali, dimana analisis ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi maka didapat kesimpulan sebagai berikut.

Program CSR dalam pelaksanaannya memiliki strategi dimana strategi tersebut memiliki empat tahapan yaitu yang pertama adalah *social*

mapping, planning, communicating, dan evaluation. PT Pertamina (Persero) melakukan proses *Public Relations* berdasar pada konsep teori, melalui pelaksanaannya Pertamina mengembangkan teori namun tidak merubah konsep teori tersebut. Pelaksanaan CSR yang dilakukan berdasar empat proses PR, berhasil memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Pertamina melaksanakan CSR melalui strategi PR untuk mempertahankan citra positif perusahaan dengan berhasil merubah masyarakat tuban menjadi mandiri, merubah lokasi Tuban menjadi ekowisata berkonsep unik sesuai 3P, dan berhasil meraih PROPER Emas yang memiliki dampak pada citra positif perusahaan. Program CSR dapat dinilai memiliki implementasi pada citra positif perusahaan apabila program CSR berjalan baik dan memiliki nilai dimata khalayak dan media berdasarkan proses pelaksanaannya.

Hasil observasi dan analisis peneliti adalah, perencanaan CSR melalui divisi External Relations sesuai dengan kondisi riil Kampoeng Kepiting, bahwa program CSR telah dilakukan sesuai dengan konsep teori dan visi misi perusahaan. Peneliti dalam penelitian ini memberikan fungsi kontrol kepada divisi *External Relations* PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya mengenai perkembangan Kampoeng Kepiting-Ekowisiata Wanasari Bali.

IV.2. Saran

IV.2.1. Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi *Public Relations* PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya dalam mempertahankan citra positif perusahaan melalui program CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari, terdapat beberapa kekurangan. Tahap pelaksanaan yang dijalankan oleh PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya kurang adanya officer CSR yang langsung melakukan pengawasan secara rutin. Karena tahap pelaksanaan dibutuhkan adanya *monitoring* langsung dari officer CSR, sehingga perkembangan baik dan buruknya dapat langsung dilakukan evaluasi dan perbaikan. Officer CSR yang rutin melakukan *monitoring* dapat berkomunikasi secara langsung dengan nelayan sehingga tidak membutuhkan adanya local CDO yang kadang menyebabkan adanya *miscommunication*. Penyampaian komunikasi melalui local CDO dengan laporan resmi tertulis sudah tepat, namun nelayan dan masyarakat membutuhkan kunjungan rutin walaupun nelayan telah mandiri menjalankan program CSR.

IV.2.2. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pendalaman mengenai kelanjutan program dan inovasi baru yang disosialisasikan CSR Kampoeng Kepiting-Ekowisata Wanasari Bali dengan penelitian yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Prajarto, Nunung. 2012. *CSR Indonesia Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: FISIPOL UGM
- Soleh Soemitrat & Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung
- Yin, Robert. 1996. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT RajaGrafindo
- Butterick, Keith. 2011. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Suharto, Edi. 2010. *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bambang Rudito & Melia Famiola. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations: Kosep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta

EBOOK:

Daymond, Christine & Holloway, Immy. 2002. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communication*.
New York: British Library Cataloguing in Publication Data

ONLINE:

<http://www.pertamina.com/>

<http://www.ekowisatabali.com/> (Diakses pada 28 November 2015 pukul 13:17)

<http://proper.menlh.go.id/portal/?view=x&desc=0&collps=147> (Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 18:06 WIB)

<http://www.suarakarya.id/2015/02/16/edukasi-pertamina.html> (Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 19:01 WIB)

[http://www.sampoerna.com/id_id/media_center/press_releases/Pages/hari_u lang_tahun_pt_hm_sampoerna_tbk_ke-99_tahun.aspx#](http://www.sampoerna.com/id_id/media_center/press_releases/Pages/hari_u_lang_tahun_pt_hm_sampoerna_tbk_ke-99_tahun.aspx#) (Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 19:43 WIB)

<http://www.chevronindonesia.com/environment/> (Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 20:02 WIB)

<http://www2.hino.co.id/newsevent.php?c=1> (Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 20:29 WIB)

<http://www.shell.co.id/id/environment-society/environment-tpkg.html>
(Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 20:35 WIB)

<http://www.telkom.co.id/hut-tsel-telkomgroup-dan-wagub-bengkulu-tanam-mangrove-di-pantai-jenggalu.html> (Diakses pada 3 Januari 2016 pukul 20:56 WIB)

<http://news.okezone.com/read/2014/10/04/340/1048165/pro-kontra-reklamasi-teluk-benoa> (Diakses pada 28 Mei 2016 pukul 17:42 WIB)

<http://travel.kompas.com/read/2016/01/04/173936827/Bali.Pulau.Terbaik.Kedua.di.Dunia> (Diakses pada 28 Mei 2016 pukul 18:34 WIB)

PENELITIAN:

Christina Yuli Indriarti. 2014. *Strategi Public Relations PT Askindo dalam Mengelola Brand Image melalui Kegiatan Corporate Sosial Responsibility*. Jakarta: Bina Nusantara University

WAWANCARA:

Ibnu, Umar. (2015, Desember 28). *Strategi Public Relations PT Pertamina*. (Vanessa Chris, *interviewer*)

Rehadi, Ahad. (2016, Mei 03). *Strategi Public Relations PT Pertamina*. (Vanessa Chris, *interviewer*)

Sumasa, Made. (2016, Mei 09). *Penerima CSR PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya*. (Vanessa Chris, *interviewer*)