

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang di dapat peneliti mengenai Tingkat Pengetahuan Komunitas Wirausaha Bersinar Surabaya Mengenai Isi Pesan Spanduk Pelaksanaan Program CSR Bina Lingkungan Kawasan Bersinar PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh komunitas wirausaha bersinar termasuk dalam tingkat pengetahuan tinggi. Dari seluruh pernyataan yang diberikan rata-rata jawaban yang dimiliki oleh responden juga menyatakan bahwa tingkat pengetahuan komunitas mengenai isi pesan pada spanduk termasuk di tingkat pengetahuan tinggi.

Pada penelitian ini, mayoritas komunitas yang ada berasal dari kalangan menengah kebawah dan hal ini memang sesuai dengan tujuan dari PT PLN (Persero) dalam membuat program CSR Bina Lingkungan Kawasan Bersinar yaitu membantu masyarakat golongan menengah kebawah mendapatkan pendapatan tambahan melalui program Wirausaha Bersinar.

Spanduk merupakan media komunikasi yang digunakan oleh PT. PLN (Persero) dalam menyampaikan pesan dari kegiatan CSR ini yaitu Kawasan Bersinar. Dikarenakan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah termasuk dalam tingkat pengetahuan yang tinggi maka spanduk yang digunakan oleh PT. PLN (Persero) dinilai berhasil dalam mempersuasi masyarakat atau komunitas dalam mengikuti program ini.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Tingkat Pengetahuan Komunitas Wirausaha Bersinar Surabaya Mengenai Isi Pesan Spanduk Pelaksanaan Program CSR Bina Lingkungan Kawasan Bersinar PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, peneliti ingin memberikan saran berupa saran praktis dan akademis yang diharapkan oleh peneliti dapat meningkatkan nilai positif dari kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh PT. PLN (Persero) dengan menggunakan media luar ruang berupa spanduk.

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif yakni penelitian yang menekankan kuantifikasi dan analisis data. Semoga di nantinya melalui penelitian ini akan dapat membantu adanya penelitian lain yang mengangkat fenomena sama namun dilihat dengan pendekatan, jenis, metode berbeda dan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

V.2.2 Saran Praktis

Saran yang akan diberikan oleh peneliti kepada pihak PT. PLN (Persero) Distribusi Jatim adalah:

1. Dikemudian hari PT. PLN (Persero) lebih memanfaatkan media komunikasi luar ruang lain untuk mempromosikan adanya kegiatan CSR di komunitas Wirausaha Bersinar sehingga program CSR Bina Lingkungan Kawasan Bersinar bisa lebih di oleh banyak orang karena berbagai nilai positif yang bisa didapatkan dari program CSR ini.

2. PT. PLN (Persero) memberikan papan kepada rumah induk dari pengurus komunitas Wirausaha Bersinar karena saat peneliti hendak menuju ke penanggung jawab komunitas Wirausaha Bersinar, peneliti mengalami kesulitan karena tidak menemukan simbol-simbol komunitas Wirausaha Bersinar PT. PLN.
3. Memperbanyak tenaga kerja CSR Bina Lingkungan Kawasan Bersinar PT. PLN Distribusi Jatim karena dengan tingginya antusiasme masyarakat kurang didukung dengan tenaga yang ada.

Semoga saran yang diberikan oleh peneliti ini dapat semakin meningkatkan kinerja tim CSR PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur di komunitas Wirausaha Bersinar Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A. Shimp Terence. (2003). *Periklanan dan Promosi*, Erlangga, Jakarta
- Azwar, S. (2002). *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial: Format Format Kuantitatif & Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Cultip, Scott M, Centter, Allen H, Broom, Glen M dkk. 2011. *Effective Public Relation*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Effendi, O. U. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Engel, James F., Roger. D. (1994). *Perilaku Konsumen* . United States of America: The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- Hurlock, Elizabeth. (2001). *Psikologi Perkembangan Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Kerlinger. (2006). *Asas–Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Margono, Drs. S. Margono (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prof. Dr. Mulyana, Deddy, M.A, (2010). *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta :Rosda
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendy, (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : Penerbit Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Wawan, A. M, Dewi. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika.
- Widyatama Rendra (2007). *Pengantar Periklanan*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Vardiansyah, Dani, 2004, *Pengantar ilmu Komunikasi*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Fascho Publishing, Jakarta.

Jurnal:

- Handoko, Cons Tri. (2013). *Ilustrasi Iklan Cetak Dengan pendekatan Afektif Dalam Hubungannya Dengan Penerimaan Dan Ingatan Khalayak*. Universitas Kristen Petra, 3, 176-190.

Website :

CSR PT. PLN (Persero), diakses pada tanggal 15 September 2015 dari <http://www.pln.co.id>

Penghargaan CSR PLN, diakses pada tanggal 15 September 2015 dari <http://www.pln.co.id>

Peran edukasi CSR Bank Sampah, diakses pada tanggal 15 September 2015 dari <http://kabargress.com/2013/03/03/bayar-rekening-listrik-bisadengan-sampah/>

Kusuma, Dewi Rachmat (2015, 5 Juni). Ini 2 Penyebab Jumlah Orang Miskin di Indonesia Masih Tinggi. Diakses pada tanggal 5 Juni 2015 dari http://finance.detik.com/read/2014/01/22/112021/2474546/4/ini-2-penyebab-__jumlah-orang-miskin-di-indonesia-masih-tinggi