

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tingkat pengetahuan warga desa ring 1 mengenai program *Corporate Social Responsibility English Village* menunjukkan hasil tinggi. Hasil tinggi ini diukur melalui indikator pengetahuan produk dan pengetahuan pelaksanaan yang ada pada pernyataan kuesioner. Pengetahuan produk meliputi sejauh mana responden mengetahui apa program *English Village*, tujuan dari program, yang menyelenggarakan, dan manfaat yang didapat setelah mengikuti program. Sedangkan pengetahuan pelaksanaan meliputi sejauh mana responden mengetahui pelaksanaan program *English Village*, seperti tempat, kelas, pembagian kelas bahasa Inggris.

Pada penelitian ini didapatkan hasil tingkat pengetahuan tinggi dikarenakan program *English Village* ini dapat dipahami dengan baik oleh responden dan sesuai dengan teori Schramm dan Osgood yang digunakan pada penelitian ini. Teori ini membahas komunikasi sebagai interaksi antar kedua belah pihak yang mengkode, mentransmisikan, menafsirkan, mengkode, dan mentransmisikan balik, sehingga komunikator dan komunikan dapat saling berganti peran.

Sesuai dengan penelitian ini menggunakan model proses komunikasi ini dikarenakan dalam proses penyampaian program *Corporate Social Responsibility*

English Village melalui penyuluhan secara tatap muka di balai desa sebanyak satu kali sehingga timbul interaksi dua arah secara bergantian mengkode dan menafsirkan penyuluhan program tersebut, dan dengan adanya interaksi dua arah secara tatap muka tersebut akan menimbulkan *feedback*. *Feedback* tersebut akan menghasilkan efek kognitif yang berhubungan dengan tingkat pengetahuan warga desa ring 1. Sebagian besar responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi adalah mereka yang berumur 15-19 tahun yang berjenis kelamin perempuan, dan dengan pendidikannya SMA/SMK.

Pengetahuan mengenai program *English Village* sangat penting bagi warga desa ring 1 dikarenakan sebelum warga desa ring 1 mengikuti program *English Village* ini mereka harus mengetahuui terlebih dahulu tentang isi sosialisasi dari program ini agar mereka tidak salah paham dan mengerti tentang program *English Village* ini.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tingkat pengetahuan warga desa ring 1 mengenai program *Corporate Social Responsibility English Village* menunjukkan hasil yang tinggi, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Secara akademis, peneliti merasa penelitian ini belum sempurna. Oleh sebab itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan dasar untuk penelitian lanjutan mengenai Program *Corporate Social Responsibility English Village*.

2. Secara praktis, bagi PT. Holcim Indonesia Tbk. Tuban Plant dan pengajar untuk mengadakan sosialisasi kembali kepada warga desa ring 1 terkait dengan beasiswa, dikarenakan belum sepenuhnya mereka mengetahui mengenai beasiswa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1994). *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam (Jilid 1), Jakarta: Binarupa Aksara.

Hadi, Nor. (2014). *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi Kelima). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations*, Jakarta: Erlangga

Mulyana, Deddy. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moerdijati, Sri. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.

Noor, Juliansyah. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Grup

Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta.

Rachmat, Kriyantono. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Dengan Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama.

Untung, Hendrik Budi. (2008). *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika

Wibisono, Yusuf (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing.

Sujarweni, V Wiratna., Endrayanto, Poly.(2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu

INTERNET

PT Holcim Sabet Tiga Penghargaan Sekaligus di Global CSR Summit and Award 2015. (10 Oktober 2017, 19.40 WIB) (SEA).

<https://csr-indonesia.com/2015/03/pt-holcim-sabet-tiga-penghargaan-sekaligus-di-global-csr-summit-and-award-2015/>

Menjadikan keselamatan sebagai prioritas utama dalam melaksanakan kegiatan operasinya, PT Holcim Indonesia Tbk, Pabrik Tuban menerima penghargaan Zero Accident untuk yang ketiga kalinya dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur. (10 Oktober 2017, 19.40 WIB) (Sofuan, Times Indonesia)

<https://www.timesindonesia.co.id/read/142922/20170222/105910/pt-holcim-indonesia-raih-penghargaan-zero-accident/>

www.holcimindonesia.com (10 Oktober 2017, 19.40 WIB)

<https://tubankab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/247> (26 November 2017, 19.58)

WAWANCARA

Hartoyo, Kusno, Penanggung jawab program *Corporate Social Responsibility*

English Village dari *Department Community Relations* Holcim Tuban Plant.
(4 November 2017, 11.00 WIB)

Ningsih, warga desa ring 1 Holcim Tuban Plant. 4 November 2017, 11.00 WIB

Siswati, Indriani, *Corporate Communications Holcim East Java & East Indonesia*. (11 September 2017, 12.00 WIB)

Solikin, warga desa ring 1 Holcim Tuban Plant.(4 November 2017, 11.00 WIB)