

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian sikap warga Wanengpaten Kota Kediri mengenai program *Corporate Social Responsibility* Ekspedisi Brantas yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam Tbk adalah positif. Sikap positif berupa pengetahuan mengenai program, dukungan terhadap program hingga mau mengikuti dan melakukan program Ekspedisi Brantas.

Sikap positif jika dilihat dari aspek kognitif, afektif dan konatif berupa positif. Aspek kognitif memiliki nilai positif paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa warga mengetahui program Ekspedisi Brantas PT. Gudang Garam Tbk memberikan banyak keuntungan, baik untuk kehidupan warga Wanengpaten sendiri dan lingkungan di sekitar Brantas lainnya. Keuntungan tersebut berupa kebersihan dan peluang usaha baru, selain itu warga juga mengetahui bahwa program ini memberdayakan kehidupan warga dengan meningkatkan taraf kesehatan, serta turut melestarikan lingkungan dan ekosistem yang ada di sungai Brantas.

Sedangkan aspek konatif memiliki nilai paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua warga menyetujui dan mau melakukan program Ekspedisi Brantas PT. Gudang Garam Tbk. Beberapa warga menyetujui dan mau melakukan apabila program ini dilaksanakan karena program ini dapat mensejahterakan kehidupan warga yang tinggal di desa Wanengpaten. Namun beberapa warga yang lain justru menolak pengadaan program ini.

V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, banyak terdapat respon yang positif maupun negatif terhadap program Ekspedisi Brantas yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam Tbk. Sikap warga Wanengpaten yang positif merupakan sebuah keberhasilan dari program *Corporate Social Responsibility* yang direncanakan oleh *public relations*.

Program Ekspedisi Brantas ini mendapat penilaian yang positif oleh sebagian besar warga Wanengpaten. Namun penilaian negatif juga diberikan oleh warga yang kurang mengetahui, mendukung dan mau melaksanakan program tersebut. Sehingga sebaiknya kepada *public relations* PT. Gudang Garam Tbk dapat menentukan program *Corporate Social Responsibility* yang dapat lebih diterima oleh seluruh warga yang menjadi target atau sasaran dari program tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Azwar, Saiffuddin. (2007). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hamid, Abdul. (2012). *Komunikasi Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ruslan, Rosadi. (2003). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Jurnal:

Ulum, Bahrul, dkk. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 8 No. 1. Hal 1-8.

Susetyarsi.(2014). Analisis Dimensi Citra Perusahaan Ritel Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Ritel Carrefour Di Kota Semarang.*Jurnal STIE Semarang*.Vol 6 No. 2. Hal 1-24

Online:

Gudang Garam Tbk (2014). *Sejarah, Profil dan Corporate Social Responsibility*.

Diakses dari: www.gudanggaramtbk.com

Diakses pada: 10 Januari 2016 Pk. 15.00 WIB

Kediri Kota (2015). *Desa Wanengpaten Kota Kediri*.

Diakses dari: www.kedirikota.go.id

Diakses pada: 12 Januari 2016 Pk. 19.05 WIB

Wawancara:

Jakabaya, *Koordinator Warga Wanengpaten Kota Kediri*, 27 November 2015 Pk. 14.00 WIB