

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung dilakukan dengan sangat sistematis dan teratur sehingga citra positif perusahaan dapat dipertahankan. Hasil penelitian menunjukkan adanya peran *Public Relations* (PR) melalui program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan dalam mempertahankan citra perusahaan dimulai dengan:

- a. Penelitian yang mencakup pencarian informasi terkait masyarakat atau pihak eksternal yang mengirimkan sebuah proposal kepada perusahaan untuk dibantu dengan program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan, pencarian data-data yang sesuai di lapangan, membina hubungan baik dengan pihak eksternal sehingga dapat dilakukan komunikasi yang baik dalam mendapatkan data. Komunikasi dilakukan dengan proses komunikasi primer (tatap muka) dan proses komunikasi sekunder (media surat resmi dan telepon).
- b. Perencanaan yang mencakup pengumpulan data hasil penelitian, lalu merumuskan tujuan dari program CSR yaitu untuk mempertahankan citra positif perusahaan yang diwujudkan dengan program-program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekaligus kewajiban setiap perusahaan. Analisis sasaran program dan perencanaan anggaran dilakukan dengan teliti.

- c. Pada saat pelaksanaan program sejauh ini tidak pernah mengalami hambatan yang berarti dari perusahaan, pihak eksternal, maupun masyarakat. Pelaksanaan program berjalan dengan lancar.
- d. Evaluasi dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung dijadikan sebagai pembelajaran dan acuan untuk program yang selanjutnya dengan tujuan untuk terus mempertahankan citra positif perusahaan.

Menurut peneliti, *public relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII Bandung sudah melakukan peran dan fungsi dengan sangat baik melalui program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan, sehingga hal tersebut menjadi salah satu cara yang efektif dalam mempertahankan citra positif perusahaan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yaitu:

- a. Meningkatkan profesionalisme dengan cara menjaga komunikasi yang baik dengan pihak eksternal, mengikuti perkembangan berita atau informasi yang berkenan langsung dengan perusahaan maupun masalah umum lainnya yang akan berguna untuk perencanaan program CSR selanjutnya.
- b. Menjaga hubungan baik dengan media untuk mempertahankan citra positif serta melakukan publikasi dan komunikasi mengenai program CSR yang telah dilaksanakan di media cetak elektronik dan media *online*, karena pada umumnya masyarakat menggunakan semua media tersebut.

- c. Semakin giat dalam melakukan fungsi-fungsi kehumasan, terutama melalui program CSR yang sudah ada atau merencanakan program baru dengan tujuan mempertahankan citra positif perusahaan. Riset dan evaluasi merupakan hal yang penting dalam kegiatan kehumasan.