

dengan sempurna. Dan penerima bantuan bisa memahami perusahaan dengan baik.

Adapun hal ini ditunjang oleh Konsep efektif atau efektifitas menurut Onong U. Effendy:

“Efektif atau efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai **tujuan** yang direncanakan sesuai dengan **biaya yang dianggarkan**, **waktu yang ditetapkan**, dan **jumlah personil yang ditentukan**.”

(Effendy, 2013: 15).

Dari tolak ukur efektivitas di atas peneliti menyimpulkan bahwa tujuan, biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan, dan jumlah personil yang ditentukan memiliki hubungan terhadap citra PT. Len Industri (Persero). Citra yang digunakan oleh peneliti merupakan Model Pembentuk Citra menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, yang memiliki empat komponen. Yaitu Persepi, kognisi, motivasi dan sikap. Keseluruhan hubungan efektivitas dan citra mempunyai kolerasi yang kuat pada program CSR PT. Len Industri (Persero). Sebenarnya efektivitas program yang dilaksanakan PT. Len bisa lebih kuat lagi. Jika mengefektivkan pada faktor-faktor lainnya. Seperti melalui media sosial, kegiatan CSR yang membantu masyarakat (pemberian bantuan untuk membantu organisasi masyarakat) atau melakukan pameran. Agar terciptanya citra yang diinginkan oleh perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisa peneliti dan pengolahan hasil data statistik pada penelitian tentang “Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri (Persero) Melalui Bantuan Pendidikan Terhadap Citra Perusahaan Dikalangan Penerima Bantuan.” Peneliti menarik beberapa kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan hasil analisis dari bab-bab terdahulu.

1. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara **Tujuan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan di kalangan penerima bantuan.
2. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara **Biaya yang dianggarkan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan dikalangan penerima bantuan.
3. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara **Waktu yang ditetapkan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan dikalangan penerima bantuan.
4. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara **Personil yang ditentukan** *Corporate Social Responsibility* PT. Len

Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap Citra Perusahaan dikalangan penerima bantuan

5. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri melalui bantuan pendidikan Terhadap **Persepsi** Penerima Bantuan.
6. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Kognisi** Penerima Bantuan.
7. Ada hubungan kolerasi yang cukup, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Motivasi** Penerima Bantuan.
8. Ada hubungan kolerasi yang kuat, signifikan dan searah antara Efektivitas *Corporate Social Responsibility* PT. Len Industri Terhadap **Sikap** Penerima Bantuan.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan diharapkan untuk lebih aktif mengadakan kegiatan pengenalan perusahaan kepada masyarakat seperti *study tour* di perusahaan, *Corporate Social Responsibility* lainnya seperti sumbangsih pada acara organisasi masyarakat, atay CSR kepada penduduk sekitar dengan mendirikan taman bacaan serta mengadakan pameran produk ke sekolah-sekolah. Sehingga masyarakat lebih mengetahui tentang perusahaan.

2. Bagi perusahaan dapat menggunakan teknologi media sosial atau media partnership saat melakukan CSR sehingga bukan hanya orang yang diberikan bantuan yang mengetahui tentang perusahaan namun seluruh publik
3. Bagi Perusahaan untuk mempertahankan program-program yang memberikan dampak positif pada pembangunan Indonesia, seperti pemberian bantuan pendidikan seperti ini.
4. Bagi penerima bantuan bisa menyampaikan kebaikan yang didapatkan dari PT. Len Industri (Persero) kepada orang lain. Sehingga masyarakat mengetahui tentang PT. Len Industri (Persero).