

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Gudang Garam Tbk Tegal dilakukan dengan sangat sistematis dan teratur sehingga citra positif perusahaan dapat dipertahankan. Hasil penelitian menunjukkan adanya peran Public Relation (PR) melalui program CSR dalam mempertahankan citra perusahaan dimulai dengan:

- a. Penelitian yang mencakup pencarian informasi mengenai permasalahan apa yang ada di kota Tegal untuk dibantu dengan program CSR, pencarian data-data yang sesuai dengan fakta 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. 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 sangat lancar.
- d. Evaluasi dilakukan oleh PR PT. Gudang Garam Tbk Tegal dijadikan sebagai pembelajaran dan acuan untuk program selanjutnya dengan tujuan untuk terus mempertahankan citra positif perusahaan.

Menurut peneliti, PR PT. Gudang Garam Tbk Tegal sudah berperan dengan sangat baik. PR berperan secara profesional melalui program CSR, sehingga program dapat terlaksana dengan lancar dan hal tersebut menjadi salah satu cara yang efektif dalam mempertahankan citra positif perusahaan.

5.2 Saran

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

- a. Pada program CSR yang dilakukan dengan pihak eksternal, untuk menghindari pengalokasian dana CSR yang kurang efektif akan lebih baik jika PR dapat mengkoordinasi lebih teliti pada saat program tersebut dilaksanakan.
- b. Meningkatkan profesionalisme dengan cara menjaga komunikasi yang baik dengan pihak eksternal, mengikuti perkembangan berita atau informasi yang berkenaan langsung dengan perusahaan maupun masalah umum lainnya yang akan berguna untuk perencanaan program CSR selanjutnya.

- c. Menjaga hubungan baik dengan media untuk mempertahankan citra positif serta melakukan publikasi mengenai program CSR yang telah dilaksanakan di media cetak elektronik dan media *online*, karena pada umumnya masyarakat menggunakan semua media tersebut.
- d. 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.