

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Gambaran tentang program *Corporate Social Responsibility* di PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. berada pada kategori baik atau responden menyatakan dalam kriteria setuju. Dimensi yang memperoleh skor rata-rata tertinggi yaitu *directionary*, hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat menganggap bahwa keberadaan perusahaan memberikan manfaat bagi mereka. Sedangkan dimensi yang memperoleh skor rata-rata terendah adalah *personality* yang berarti masyarakat belum memahami perusahaan seperti perusahaan dapat dipercaya.
2. Gambaran citra di PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. berada pada kategori baik atau responden menyatakan dalam kriteria setuju. Dimensi yang memperoleh skor rata-rata tertinggi yaitu dimensi *trustworthness*, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menganggap perusahaan belum mampu menumbuhkan rasa percaya dan rasa bangga masyarakat menjadi bagian dari perusahaan. Sedangkan dimensi yang memperoleh skor rata-rata terendah yaitu *value*, yang berarti masyarakat menganggap bahwa perusahaan kurang peduli terhadap pelanggan dan tidak cepat tanggap dalam menyikapi permintaan dan keluhan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis terdapat pengaruh yang positif dari program *Corporate Social Responsibility* terhadap citra PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. dengan tingkat pengaruh yang tinggi. Hal tersebut dapat ditafsirkan bahwa semakin baik program *Corporate Social Responsibility* maka semakin baik pula citra perusahaan di masyarakat.

5.2 Implikasi

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang kajian lebih lanjut tentang topik *Corporate Social Responsibility* terutama dalam hal memperlihatkan sejauh mana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat menciptakan program *Corporate Social Responsibility* yang baik agar citra perusahaan yang tercipta di masyarakat akan semakin baik pula, sehingga pencapaian tujuan perusahaan dapat sesuai dengan yang diharapkan.

5.3 Rekomendasi

5.3.1 Rekomendasi Akademis

Penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra perusahaan perlu dikembangkan lagi. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan teori dan model *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan dan mencari pandangan pihak terkait program *Corporate Social Responsibility* di perusahaan. Penelitian pada perusahaan yang lain juga dapat memperkaya penelitian dalam bidang *Corporate Social Responsibility*.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Melihat rendahnya dimensi *personality* dan dimensi *value*, maka perlu ditingkatkan kembali diskusi dengan penerima program agar kekurangan yang dirasakan penerima program dapat dipenuhi perusahaan, dan untuk meningkatkan kesadaran publik tentang produk perusahaan, perusahaan sebaiknya lebih giat melakukan promosi atau iklan. Sehingga semua *stakeholder* perusahaan berperan aktif dalam memberikan saran dan perusahaan dapat memenuhi keingintahuan publik mengenai segala sesuatu tentang perusahaan.

5.3.3 Rekomendasi Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia

Keberhasilan program *Corporate Social Responsibility* perusahaan terdiri dari dua aspek yaitu pelaksanaan dan dampak program *Corporate Social Responsibility*. Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia perlu meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai program *Corporate Social Responsibility*, sehingga mahasiswa tidak hanya tahu bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* semata tetapi juga mengetahui dampak yang akan di hasilkan dari program *Corporate Social Responsibility*. Diharapkan kurikulum mengenai *Corporate Social Responsibility* di departemen dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaaman mahasiswa mengenai implementasi program *Corporate Social Responsibility*.