

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah menganalisis, menyajikan dan menjelaskan bagaimana proses manajemen komunikasi pada pelaksanaan program Masyarakat Mandiri Kutawaru (MAMAKU) sebagai bentuk implementasi dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) *Refinery Unit IV* Cilacap. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa perusahaan dalam melaksanakan program telah mengimplementasikan ke-empat tahapan fungsi dasar manajemen yang meliputi tahap perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*) dan monitoring evaluasi (*Controlling*).

Pada proses komunikasi tahap perencanaan program tersebut dilakukan melalui beberapa cara yang diawali dengan melakukan kajian *social mapping* terlebih dahulu, kemudian didiskusikan dengan melalui *focus group discussions* dengan menggunakan komunikasi *bottom up* dan juga dengan menggunakan komunikasi lintas stakeholder. Juga dengan pengoptimalan peran *community development officer* sebagai upaya yang efektif dalam memfasilitasi komunikasi yang sehat dan berkelanjutan antara organisasi dan *stakeolder* yang terlibat.

Sedangkan untuk proses komunikasi pada tahap pengorganisasian program dimulai dengan dilakukannya pengelompokan SDM dan SDA yang ada. Adapun

komunikasi yang dilakukan pada tahap pengorganisasian yaitu dengan komunikasi dari tingkat atas ke tingkat bawah atau *downward communication* yang bersifat mandatory.

Sedangkan pada penerapan manajemen komunikasi tahap pelaksanaan (*actuating*) diketahui bahwa pada tahap awal dimulai dengan dilakukannya *checklist* dalam pelaksanaan kegiatan. Kemudian dengan sering melakukan kegiatan pengembangan kemampuan kelompok atau *capacity building* yang diperuntukan bagi kelompok masyarakat binaan. Selain melakukan kegiatan *capacity building* perusahaan juga berkomitmen untuk melakukan kegiatan infrastruktur dan pemberian modal dalam pelaksanaan program ini.

Sedangkan untuk media komunikasi yang dilakukan dalam menunjang kelancaran jalanya program tersebut yaitu dengan komunikasi langsung dilapangan, didukung dengan peran dari seorang *local hero* yang menjadi perantara komunikasi antara perusahaan dengan kelompok masyarakat. Dalam kegiatan monitoring dan evaluasi program ini diketahui dengan melakukan brainstorming. Perusahaan diketahui juga mengadakan pertemuan rutin dan *sharing sessions* yang dilaksanakan secara berkala dan terjadwal dalam jangka waktu yang tetap, seperti mingguan, bulanan maupun tahunan.

Diketahui dalam proses komunikasi program terdapat hambatan yang terjadi terkait faktor kepercayaan. Sedangkan proses komunikasi antara masyarakat dengan perusahaan dirasa tidak ada hambatan karena proses penyampaian informasi dari perusahaan yang dirasa cukup cepat dan responsif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan paparan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, dengan ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada sampel, metodologi, dan juga analisis serta keterbatasan dan kendala yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan. Karena itu, penelitian ini mendorong pada peneliti selanjutnya di masa depan untuk mengkaji topik tentang manajemen komunikasi dalam pelaksanaan program khususnya program yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk dikaji lebih dalam lagi.

Dengan penelitian ini juga peneliti mendorong perusahaan untuk meningkatkan strategi yang telah sesuai dengan fungsi dalam tahapan manajemen komunikasi dengan lebih baik dan memperbanyak inovasi dalam membangun komunikasi yang lebih efektif dalam menunjang keberhasilan pelaksanaan program. Dan mendorong perusahaan untuk dapat menjadi teladan bagi berbagai perusahaan yang juga bergerak dalam bidang pengelolaan sumber daya alam sejenisnya untuk ikut serta berkontribusi memberdayakan masyarakat sekitar juga dengan menerapkan fungsi manajemen komunikasi dalam pelaksanaan programnya.