

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai bagaimana strategi komunikasi program *Corporate social responsibility* (CSR) dalam upaya membentuk *corporate image* di PT. Adidaya Tangguh, dapat di tarik kesimpulan bahwa Strategi komunikasi yang baik dalam program CSR sangat penting untuk membentuk citra perusahaan yang positif. PT. Adidaya Tangguh menggunakan tiga strategi komunikasi, yaitu:

Strategi Informasi Stakeholder: Walaupun strategi ini terkesan mudah untuk dilakukan, namun strategi ini adalah strategi yang paling berisiko untuk mengkomunikasikan program CSR karena dapat terlalu menekankan legitimasi perusahaan yang dapat berisiko mendapatkan efek sebaliknya. Melihat dari informan perusahaan menunjukkan seberapa pentingnya strategi komunikasi ini di perlukan disisi lain, informan mewakili stakeholder justru menunjukkan sedikit perbedaan karena cenderung tidak terlalu berpengaruh pada stakeholder

Strategi Respons Stakeholder: Ini adalah komunikasi dua arah asimetris di mana perusahaan berinteraksi dengan stakeholder untuk mengumpulkan informasi dan pendapat mereka, sambil tetap mengendalikan pesan dan arah komunikasi. Meskipun menantang, strategi ini membantu membangun hubungan konstruktif dan reputasi yang kuat dengan stakeholder.

Strategi Pelibatan Stakeholder: penerapan strategi ini membentuk kepercayaan, loyalitas, dan hubungan jangka panjang yang kuat dengan stakeholder

yang menguntungkan pada kedua pihak. Namun, menyeimbangkan berbagai kepentingan dan pandangan dari banyak individu bisa menjadi tantangan.

Melalui kombinasi ketiga strategi ini, PT. Adidaya Tangguh berhasil membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, memperbaiki perekonomian lokal, dan mengatasi pandangan negatif masyarakat terhadap perusahaan. Strategi komunikasi CSR yang efektif ini memastikan bahwa program pemberdayaan masyarakat tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga memperkuat citra dan reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberi saran kepada pihak PT. Adidaya Tangguh khususnya pada Departemen Eksternal yang memegang tanggung jawab atas program CSR/PPM dan pembentukan citra PT. Adidaya Tangguh, adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Adidaya Tangguh

Saran yang peneliti dapat berikan kepada PT. Adidaya Tangguh agar PT. Adidaya Tangguh dapat meningkatkan kehadiran mereka di platform media sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, dan Instagram. Menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan perusahaan, program CSR, dan inisiatif lingkungan dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan umpan balik langsung dari *stakeholder* dan menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran mereka secara cepat.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

Saran yang peneliti dapat berikan kepada penelitian selanjutnya dengan objek penelitian yang sama adalah agar dapat melakukan observasi lebih dalam terkait CSR PT. Adidaya Tangguh karena luasnya cakupan dari program CSR PT. Adidaya Tangguh yang membuat kurang mendalamnya observasi yang dilakukan dalam penelitian kali ini.