

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan penelitian ini adalah :

1. Riset formatif dalam perusahaan, yang dilakukan PT.Trisula Textile Industries menjalankan beberapa strategi yang merupakan bagian penting sebagai proses awal penentuan strategi, dimana setiap tahap ini digunakan untuk mengumpulkan semua informasi dan sekaligus menganalisa situasi. Diperlukan pengamatan yang tepat terhadap tiga aspek perusahaan yaitu lingkungan internal (misi, performance, dan sumber daya perusahaan), reputasi dan lingkungan eksternal. Dengan demikian, Hal ini akan membuat perusahaan Memberikan dampak positif pada perusahaan dan tercapai dengan objektif yang ditargetkan diperusahaan mampu mengatur prioritas dalam berhubungan dengan publiknya yang beragam.

2. Strategi mempunyai perbedaan dalam taktik yang dimilikinya, ruang lingkup lebih sempit serta waktu yang dimiliki lebih singkat, meskipun secara umum orang sering mencampuradukan ke dua kata itu. Dalam hal ini, Perusahaan berusaha mengintegrasikan tanggung jawab sosial melalui keputusan dan kegiatan diseluruh perusahaan dan lingkaran pengaruhnya. Kegiatan atau program yang hanya ditunjukkan untuk reputasi semata, itu perlu ditinjau kembali karena lebih diarahkan untuk mengelola dampak, terutama dampak negatif

3. Pemilihan taktik, PT Trisula Textile Industries menggunakan media sebagai alat untuk berkomunikasi dalam penyampaian pesan kepada publik. Perusahaan menggunakan komunikasi interpersonal dengan percakapan langsung dalam melakukan interaksi, Branding, membuat proposal dan menggunakan sosial media dalam mengkomunikasikan nilai berita dan pesan pesan kepada publik.

4. Evaluasi PT Trisula Textile Industries Dalam mengevaluasi suatu rencana strategi ada beberapa point yang harus dilakukan, diantaranya memonitoring setiap kegiatan apakah sudah sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Laporan setiap program atau kegiatan lebih difokuskan kepada perencanaan strategi dan implementasi untuk kedepannya dalam perencanaan suatu program. Dan yang terakhir adalah, *me-review* seluruh program atau kegiatan untuk menentukan tolak ukurnya apa yang perlu diperbaiki dan apa saja taktik yang digunakan dalam mencapai sasaran. dalam mengevaluasi rencana strategi dalam perusahaan bukan hanya sekedar mengevaluasi bagus atau tidaknya suatu program itu, dan sukses atau tidaknya program itu dilihat dari indikator publik yang bisa digayet, apakah sudah tercapai dengan obejektif yang ditargetkan diperusahaan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran akademis yaitu:

1. Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi dalam strategi perencanaan komunikasi CSR di perusahaan, sebagai salah satu sumber atau referensi untuk penelitian mendatang.

2. Menambah ilmu dan pengetahuan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip
Universitas LanglanBuana Bandung

3. Menjadi bahan kajian lebih lanjut mengenai strategi komunikasi CSR didalam
sebuah perusahaan

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran praktis yaitu:

1. Diharapkan dapat memberikan manfaat, pandangan serta masukan dalam hal
Corporate Social Responsibility diperusahaan

2. Memberikan manfaat dalam menjalankan strategi perencanaan komunikasi di
perusahaan.

3. Saran untuk peneliti terutama yang mengkaji tentang komunikasi CSR
Perusahaan