

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dari rumusan masalah penelitian mengenai aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT. ASABRI dalam meningkatkan citra Positif perusahaan sebagai berikut :

Program CSR bina lingkungan pada PT. ASABRI memiliki 3 dari 5 strategi yang dikemukakan oleh Bonait (2015). Yaitu, *reducing offensiveness*, dimana strategi ini pihak PT. ASABRI mengambil simpati publik dalam mengembalikan citra positif perusahaan melalui peristiwa yang pernah terjadi sebelum adanya isu miring tersebut. PT. ASABRI mengambil peran melalui Program CSR bina lingkungan sebagai salah satu upaya perusahaan dalam meningkatkan Kembali positif citra perusahaan, kemudian strategi *Corrective action*, yaitu mengembalikan citra positif perusahaan yang sempat menurun menurut Bonait (2015). Pada strategi ini, PT. ASABRI mengembalikan citra positif perusahaan melalui program CSR PT. ASABRI. Strategi terakhir yang dilakukan oleh PT. ASABRI adalah *Mortification* yaitu PT. ASABRI mengakui kesalahannya hal ini didukung oleh berita yang dipublikasikan oleh Liputan6.com

PT. ASABRI memiliki beberapa indikator keberhasilan dalam melakukan program CSR yaitu, stakeholder memiliki adanya manfaat dalam program CSR bina lingkungan, lalu komunikasi antara stakeholder internal dan eksternal berjalan dengan lancar. Sesuai dengan konsep yang telah di analisis oleh peneliti. Program CSR bina lingkungan dalam meningkatkan Kembali citra positif perusahaan yang dijalani PT. ASABRI dapat dikatakan berhasil walaupun beberapa program dijadwalkan ulang dikarenakan pandemi yang berlangsung.

PT. ASABRI mengalami beberapa kendala dalam melakukan pengembalian citra positif perusahaan melalui program CSR bina lingkungan diantaranya adalah, komunikasi serta akses yang sulit dijangkau pada saat kegiatan program CSR berlangsung. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh PT. ASABRI untuk meningkatkan kembali citra positif perusahaan melalui media sosial asabri yaitu, Instagram, website dan twitter.

PT. ASABRI menggunakan rumus 7C menurut (Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, 2011) bahwa melakukan program *Public Relations* dalam meningkatkan Kembali citra perusahaan. Tindakan ini membuahkan hasil bagi PT. ASABRI dimana masyarakat memiliki kepercayaan Kembali kepada perusahaan yang sebelumnya sempat menurun akibat adanya isu miring.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat oleh peneliti diatas, peneliti memberikan beberapa masukan atau saran untuk mempelancar program CSR bina lingkungan menjadi lebih maksimal dan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan PT. Asabri

### a. Saran Praktis

1. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum sepenuhnya mendalami tentang aktivitas program CSR bina lingkungan PT. Asabri karena keterbatasan waktu dan informan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan informan yang terkait.
2. Dalam melakukan terjun ke lapangan, peneliti menyadari kekurangan sumber data internal PT. Asabri sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh sumber data pendukung agar dapat mendalami penelitian terkait.

### b. Saran Teoritis

1. Penelitian tentang program CSR dalam meningkatkan kembali citra perusahaan serupa selanjutnya disarankan melakukan wawancara lebih banyak dari informan. Sehingga hasil penelitian dapat jauh lebih mendalam dan efektif, lalu penelitian selanjutnya diharapkan dapat melihat dari sudut pandang yang berbeda.
2. Dirapkan pada penelitian selanjutnya dapat melakukan dengan objek yang berbeda baik dalam segi informan dan perusahaan sehingga memiliki berbagai macam pengetahuan mengenai aktivitas program CSR dalam meningkatkan kembali citra positif perusahaan.
3. Penelitian menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk menemukan referensi teori terbaru lainnya, mengenai aktivitas program CSR dalam meningkatkan kembali citra positif perusahaan.