

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis isi kualitatif pada konten komunikasi CSR pada akun media sosial instagram @pertamina, dapat disimpulkan bahwa akun tersebut mengomunikasikan pesan CSR dengan memanfaatkan instagram sebagai wadah dalam membagikan informasi dari kegiatan CSR PT Pertamina (Persero). Pada konten yang diunggah ditemukan nilai-nilai yang sesuai konsep dalam CSR yaitu *Triple Bottom Line (planet, people, dan profit)* serta penyampaian pesan komunikasi CSR didasarkan pada komponen komunikasi Lasswell. Kemudian, terdapat dua kesimpulan pada hasil penelitian untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah yaitu:

1. PT Pertamina (Persero) mengomunikasikan isi pesan CSR pada akun media sosial instagram @pertamina melalui konten unggahan yang dikemas dalam bentuk gambar, video serta *carousel* yang didasarkan pada konsep *triple bottom line* dengan didominasi oleh konten yang berfokus pada tema CSR yaitu *planet* (lingkungan). Konten tersebut bertujuan untuk mengomunikasikan pesan bahwa Pertamina sebagai perusahaan BUMN sangat peduli terhadap aspek kelestarian lingkungan dalam menjalankan bisnisnya.
2. PT Pertamina (Persero) dalam mengomunikasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam media sosial instagram @pertamina menggunakan strategi komunikasi yang mengedepankan pada *stakeholder information strategy*. Platform media sosial *official* instagram @pertamina digunakan sebagai media informasi sekaligus menumbuhkan *awareness* kepada para *stakeholder* khususnya masyarakat mengenai kegiatan CSR yang dijalankan pada prinsip berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa akun instagram @pertamina merupakan sumber yang informatif terkait hal-hal yang menyangkut kegiatan CSR yang berorientasi pada kepentingan banyak orang, sehingga berguna

bagi para pembaca yang ingin memulai hal-hal baik khususnya terhadap alam sekitar. Sebab, konten yang dibagikan oleh Pertamina secara tidak langsung mengajak para *stakeholder* khususnya masyarakat untuk mulai berbuat hal-hal yang positif terhadap kondisi sosial dan lingkungan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Mengingat bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pesan komunikasi CSR yang dijalankan oleh PT Pertamina (Persero) pada instagram, terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan untuk membantu penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian analisis isi pesan komunikasi CSR pada konten yang dibagikan oleh PT Pertamina (Persero) melalui instagram meliputi data-data yang bersifat implisit sehingga dibutuhkan validasi lebih lanjut dari perwakilan perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan wawancara dengan humas perusahaan untuk mendukung data yang telah diperoleh serta memahami konteks dari tiap-tiap kegiatan CSR yang telah dijalankan.

Kedua, penelitian analisis isi kualitatif ini dilakukan terbatas pada media sosial instagram @pertamina untuk mengetahui pesan komunikasi CSR yang disampaikan berdasarkan komponen komunikasi Lasswell. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengelaborasi lebih lanjut tidak hanya pada pesan yang disampaikan kepada audiens serta efek pesan yang diberikan, namun juga terhadap karakteristik penerima pesan dari berbagai *platform* media sosial untuk mendapatkan perbandingan.

5.2.2 Saran Teoritis

Pada penelitian analisis isi kualitatif dibutuhkan dasar teori serta konsep yang kuat untuk menjadi landasan dalam mengkategorikan data dalam penelitian, sebab hasil analisis yang diperoleh akan terlalu luas (*general*) serta subjektif apabila hal tersebut tidak diperhatikan. Maka dari itu, penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan konsep dan teori yang digunakan agar tidak hanya relevan, namun dapat menjadi dasar utama yang kuat dan mencakup aspek yang lengkap untuk menganalisis data berdasarkan kategori yang telah ditentukan.