

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam penelitian ini, penulis telah melaksanakan proses penelitian mulai dari penyusunan proposal penelitian sampai pada hasil pembahasan penelitian. Kesimpulan yang dapat dijelaskan adalah strategi perusahaan PT Angkasa Pura II pada program tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) dalam membangun kepercayaan *stakeholders* telah berjalan dengan efektif sesuai dengan prosedur yang berlaku. Keabsahan data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan para narasumber yang berkedudukan tinggi serta berpengalaman aktif di seluruh program TJSL PT Angkasa Pura II.

PT Angkasa Pura II pada program TJSL telah membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingan dengan nilai yang positif. Diawali dengan pemetaan *stakeholder* menurut Mitchell dengan kategori *low, moderate, dan high*. Kemudian, melakukan analisis SWOT ditetapkan strategi SO (*growth oriented strategy*). Tahapan strategi komunikasi pada tahap penelitian (*research*), perusahaan melakukan teknik *social mapping* dalam memetakan kebutuhan pemangku kepentingan sebagai pertimbangan pada penyusunan program. Kemudian strategi perencanaan (*plan*), perusahaan menyusun tujuan dan sasaran hingga anggaran TJSL PT Angkasa Pura II. Selanjutnya pada strategi pelaksanaan (*execute*), perusahaan memiliki prinsip pelaksanaan yang merupakan bagian dari etika komunikasi dalam menjalankan program TJSL dan memiliki saluran media sebagai bentuk aksi komunikasi program TJSL menyesuaikan pada pemetaan pemangku kepentingan. Strategi evaluasi (*measure*), perusahaan melakukan evaluasi terhadap program-program TJSL yang ditinjau dari evaluasi anggaran dan evaluasi program setiap bulan dan setiap akhir tahun. Untuk strategi pelaporan (*report*), Perusahaan memiliki laporan tahunan (*annual report*), laporan keberlanjutan (*sustainability report*), dan laporan keuangan dalam menginformasikan para pemangku kepentingan sehingga adanya rasa percaya atas informasi yang bersifat transparansi oleh perusahaan.

Untuk mengukur indikator keberhasilan yang dapat disampaikan secara kuantitatif, perusahaan mulai menghitung indikator keberhasilan program melalui SROI (*Social Return On Investment*) untuk tiga program besar TJSL yang mewakili masing masing tiap kategori program. Pada periode selanjutnya, adanya informasi merger antara PT Angkasa Pura I dan PT Angkasa Pura II akan menghadirkan kebaruan strategi komunikasi TJSL yang dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti tentang penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi PT Angkasa Pura II Pada Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dalam Membangun Kepercayaan *Stakeholders*” terbagi dari dua jenis saran, sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Peneliti selanjutnya dengan topik serupa dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori yang tepat supaya penelitian dapat dilihat dari sudut pandang yang berbeda yaitu dengan perhitungan kuantitatif sehingga kesimpulan dapat bersifat mutlak karena disampaikan dengan angka.
2. Peneliti selanjutnya dengan topik serupa dapat mewawancarai perusahaan yang sama dikarenakan adanya merger perusahaan sehingga dunia mengenai CSR akan semakin menarik untuk perlu dilakukan penelitian.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Saran ini disampaikan kepada perusahaan yang giat melaksanakan program TJSL untuk dapat menambah pengetahuan dan informasi seputar strategi yang tepat dalam membangun kepercayaan pemangku kepentingan dan mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (TPB)
2. Saran ini disampaikan kepada masyarakat umum untuk mulai menyadari dari saat ini apakah perusahaan di sekitar kita sudah melaksanakan inisiatif TJSL mereka dengan tepat sebagai bentuk pembinaan hubungan baik dengan masyarakat.

3. Saran ini disampaikan kepada PT Angkasa Pura II untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan serta mengembangkan kepercayaan *stakeholders* dengan beragam inovasi dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat mengenai program TJSL.