

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah melalui seluruh tahapan metodologi ilmiah yang meliputi penyusunan proposal, pengumpulan data, analisis temuan, dan pembahasan mendalam terhadap objek kajian. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi PT. Tradeasia dalam pelaksanaan program CSR Tradeasia Academy telah dirancang dan diimplementasikan secara sistematis sesuai dengan prinsip-prinsip strategi komunikasi Hafied Cangara. Validitas data diperkuat melalui metode wawancara mendalam terhadap informan kunci yang terlibat langsung dalam program, sehingga temuan yang diperoleh merepresentasikan kondisi empirik di lapangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi PT. Tradeasia mampu mengatasi hambatan komunikasi dalam program Tradeasia Academy, serta menghasilkan nilai tambah strategis bagi perusahaan melalui perencanaan komunikasi yang terstruktur.

Strategi komunikasi yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, melainkan juga sebagai instrumen manajerial untuk meminimalkan gangguan komunikasi yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan program. Berdasarkan analisis SWOT, strategi komunikasi yang diterapkan berorientasi pada fast growth dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal. Segmentasi khalayak dilakukan berdasarkan faktor demografis dan geografis untuk menyesuaikan konteks program yang bersifat global, serta pemanfaatan media digital digunakan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi.

Dalam mengatasi hambatan komunikasi, PT. Tradeasia menerapkan pendekatan berbasis siklus dari Teori Informasi Organisasi yang menekankan

pentingnya tindakan dalam mengelola ekuivokalitas pesan dan menjadikannya sebagai dasar dalam pembentukan kebijakan internal. Program CSR Tradeasia Academy memiliki tujuan instruksional, yaitu untuk memastikan peserta memperoleh pemahaman konseptual dan keterampilan praktis. Oleh karena itu, pesan komunikasi dirancang berdasarkan prinsip relevansi, dengan penggunaan studi kasus actual, dan prinsip kredibilitas, dengan melibatkan praktisi dari universitas terkemuka sebagai fasilitator.

Evaluasi efektivitas strategi komunikasi dilakukan melalui metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada peserta program guna mengukur persepsi dan tanggapan mereka terhadap proses komunikasi. Secara keseluruhan, pendekatan komunikasi yang terstruktur ini tidak hanya berhasil mengurangi hambatan komunikasi, tetapi juga memperkuat reputasi PT. Tradeasia melalui pelaksanaan program CSR yang berkelanjutan dan memiliki nilai strategis, yang ditunjukkan dengan keberhasilan perusahaan dalam membuka pasar baru dan memperoleh pengakuan dari forum global. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dalam konteks ini tidak hanya berperan sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai bagian integral dari strategi bisnis perusahaan.

5.2 Saran

Saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti tentang penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengelolaan Hambatan Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Multinasional Dalam Menciptakan Nilai Tambah Perusahaan” terbagi dari dua jenis saran, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji topik serupa dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang didukung oleh teori yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran variabel secara objektif melalui data numerik, sehingga hasil penelitian dapat memberikan generalisasi yang lebih kuat dan kesimpulan yang bersifat lebih pasti.
2. Penelitian mendatang dianjurkan untuk mengadopsi teori Organizational Relationship Management agar fokus dapat diarahkan pada dinamika interaksi internal perusahaan, khususnya dalam mengidentifikasi dan mengatasi hambatan komunikasi. Pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas hubungan antar unit dalam organisasi.
3. Untuk memperkaya perspektif konseptual, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengelaborasi lebih mendalam teori Stakeholder dan mengintegrasikan konsep Creating Shared Value (CSV) dalam konteks program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pendekatan ini akan memberikan landasan teoritis yang lebih kuat dalam memahami peran perusahaan dalam menciptakan nilai bersama bagi seluruh pemangku kepentingan.

5.2.2 Saran Praktis

1. PT. Tradeasia disarankan untuk mengadopsi platform Learning Management System (LMS) sebagai sarana pendukung penyampaian materi dalam program Tradeasia Academy. Pemanfaatan LMS dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia serta meningkatkan efisiensi komunikasi dan distribusi informasi secara sistematis dan terukur.
2. Dalam rangka meningkatkan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan, PT. Tradeasia diharapkan menetapkan tujuan yang bersifat

kuantitatif dan terukur (measurable objectives). Hal ini akan memudahkan dalam proses monitoring dan evaluasi, serta memungkinkan perusahaan mengidentifikasi celah yang perlu diperbaiki dalam pelaksanaan program.

3. Disarankan agar proses evaluasi program tidak hanya mengandalkan kuesioner dari peserta, namun juga mencakup evaluasi internal yang melibatkan pemateri atau fasilitator. Pendekatan evaluasi ganda ini akan memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif terhadap keberhasilan program dan area yang memerlukan perbaikan.
4. Perusahaan yang aktif dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) disarankan untuk mengintegrasikan pendekatan berbasis pelatihan dan pendidikan dalam kegiatan CSR-nya. Pendekatan ini berpotensi memberikan dampak jangka panjang yang lebih signifikan, baik bagi masyarakat maupun keberlanjutan bisnis perusahaan.