

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang Pengaruh Video CSR FIFGROUP terhadap Pengetahuan dan Sikap (Studi Eksperimen pada Warga Perumahan *Spring Garden Residence* Pondok Melati, Bekasi), dapat disimpulkan bahwa, terdapat perbedaan pada pengetahuan awal dan pengetahuan akhir setelah diberikan perlakuan berupa video kaleidoskop CSR FIFGROUP 2023. Nilai signifikansi 2-tailed sebesar  $<0.001$  menyatakan  $H_1$  diterima, yaitu perlakuan yang diberikan berhasil menambahkan pengetahuan baru dengan peningkatan nilai rata-rata 26.96%. Namun, tidak terdapat perbedaan antara sikap awal dan sikap akhir responden. Nilai signifikansi 2-tailed sebesar 0.014 menyatakan  $H_2$  ditolak meskipun terdapat kenaikan nilai rata-rata sebesar 15.06% setelah diberikan perlakuan. Oleh karena itu, perbedaan yang ada pada pengetahuan responden menunjukkan asumsi teori disonansi kognitif dimana disonansi akan berkurang dengan adanya pengetahuan baru pada responden. Namun, disonansi kognitif yang berkurang dengan adanya informasi baru tidak mampu memberikan perbedaan sikap awal dan sikap akhir yang signifikan sehingga hal ini tidak dapat menyatakan adanya pengurangan disonansi kognitif.

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Disarankan untuk penelitian yang akan datang melakukan penelitian pada media komunikasi selain audio visual, yaitu media komunikasi visual atau media komunikasi audio yang berbeda dalam komunikasi CSR. Selain itu, penelitian dapat difokuskan pada responden yang merepresentasikan kota-kota dan perusahaan pada bidang lainnya sehingga memperluas perspektif penelitian dengan perbedaan latar belakang sosial dan latar belakang perusahaan. Penelitian juga dapat dilakukan dengan metode penelitian yang berbeda, kualitatif, dan/atau memperbanyak jumlah responden untuk perspektif yang lebih beragam.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Untuk perusahaan FIFGROUP, peneliti menyarankan untuk lebih sering melakukan publikasi kegiatan CSR perusahaan melalui media sosial Youtube yang dimiliki. Oleh karena itu, diharapkan masyarakat akan mendapatkan pengetahuan lebih lengkap mengenai kegiatan CSR perusahaan yang telah dilakukan yang diharapkan perusahaan akan mendapatkan respon serta sikap positif masyarakat kepada perusahaan.