

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini masyarakat Surabaya memiliki opini positif mengenai program CSR “Kran Air Siap Minum” oleh PDAM Surya Sembada Surabaya. Pada indikator *cognition* (tingkat pengetahuan) masyarakat Surabaya lebih banyak yang mengetahui bahwa program CSR Kran Air Siap Minum yang merupakan layanan air gratis yang dapat langsung diminum. Pada indikator *affection* (perasaan atau emosi), masyarakat Surabaya lebih banyak menyukai program ini karena program ini menggalang peduli lingkungan dengan konsep *eco office/eco campus/eco green/eco park/eco scholl/eco green*. Sedangkan pada indikator *Behavior* (tingkah laku), masyarakat Surabaya lebih banyak yang akan menggunakan program CSR “Kran Air Siap Minum” karena program ini ditujukan untuk masyarakat umum dan dapat digunakan oleh semua orang.

V.2 Saran

Dalam bidang akademis melalui penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian serupa yang sejenis dan bisa dikembangkan menjadi lebih baik lagi. Sedangkan dalam bidang praktik, meskipun opini masyarakat Surabaya mengenai program CSR “Kran Air Siap Minum” cenderung positif, namun masih kurang pengetahuan dan pemahaman masyarakat Surabaya terutama mengenai tahap filterisasi program CSR tersebut. Oleh sebab itu pihak PDAM Surya Sembada Surabaya perlu melakukan sosialisasi lagi kepada

masyarakat sekitar, sehingga masyarakat menjadi semakin percaya dengan kebersihan Kran Air Siap Minum tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Budimanta, Arif, Adi Prasetyo, dan Bambang Rudito. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: ICSD
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Rosady, Ruslan. (1994). *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis Dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- (2006). *Manajemen Public Relations Media komunikasi*. Jakarta: PT Grafindo Persada

- Saputra , W dan Rulli Nasrullah. (2011). *Public Relations 2.0*. Jakarta : Gramata Publishing
- Sunarjo, Djoenasih. (1997). *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Sastropoetro, Santoso.(1987). *Pendapat Publik, Pendapat Umum dan Pendapat Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: Remadja Karya CV
- Silalahi, Ulber.(2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama
- Singarimbun & Sofian Effendi (2006). *Metode Penelitian Survei* .Jakarta Barat : Pustaka LP3ES Indonesia
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Untung, Hendrik Budi.(2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika
- Wahyudi Isa dan Busyra, A.(2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan implementasi*. Malang: In-Trans Publishing
- Wibisono, Yusuf.(2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing