

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan penulis, sikap konsumen pada program CSR “Gamedia *Go Green No Plastic Bags Today*” adalah positif. Indikator yang paling dominan dalam mendukung sikap positif konsumen adalah indikator *planet*. Mayoritas responden mengetahui dan merasa senang dengan program CSR “Gamedia *Go Green, No Plastic Bags Today*” yang di selenggarakan oleh Gamedia. Sedangkan indikator yang kurang dominan dalam mendukung sikap positif adalah indikator *profit*. Mayoritas responden ragu-ragu bahwa dengan adanya program Gamedia *Go Green* konsumen lebih mengetahui Gamedia. Akibatnya mereka juga ragu-ragu bahwa Gamedia merupakan toko buku ritel pertama di Surabaya yang melakukan program *Go Green*. Oleh karena itu mereka kurang memiliki kecenderungan untuk membeli produk Gamedia jika dilihat dari faktor *profit*.

Jika dilihat dari komponen kognitif, mayoritas konsumen Gamedia Surabaya memiliki sikap yang positif terhadap program CSR “Gamedia *Go Green, No Plastic Bags Today*”. Pernyataan yang paling dominan dalam mendukung sikap positif adalah pernyataan yang berkaitan dengan indikator *planet* yaitu pada pernyataan saya mengetahui program Gamedia *Go Green No Plastic Bags Today* menjaga kelestarian lingkungan. Sedangkan pernyataan yang kurang mendapatkan sikap positif

dari masyarakat ada pada indikator *profit* yaitu saya lebih mengetahui Gramedia dengan adanya program ”Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*”.

Jika dilihat dari komponen afektif, mayoritas konsumen Gramedia Surabaya memiliki sikap yang positif mengenai program CSR “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*, dimana nilai positif komponen ini lebih kecil dibandingkan dengan komponen kognitif. Pernyataan mengenai indikator *planet* bahwa saya merasa senang ketika program “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*” menjaga kelestarian lingkungan, merupakan pernyataan yang paling dominan dalam mendukung sikap afektif yang positif. Sedangkan pernyataan mengenai indikator *profit* saya lebih mengetahui Gramedia dengan adanya program “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*” menjadi pernyataan yang kurang dominan dalam mendukung sikap afektif yang positif.

Pada komponen konatif, sebagian besar konsumen Gramedia Surabaya memiliki sikap yang netral terhadap program CSR “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*”. Pernyataan yang paling dominan adalah pernyataan mengenai indikator *planet* yaitu pada pernyataan saya memiliki kecenderungan untuk membeli ketika program “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*” menjaga kelestarian lingkungan. Pernyataan yang kurang dominan dalam komponen konatif ini adalah pernyataan mengenai *profit* yaitu pada pernyataan saya memiliki kecenderungan membeli ketika Gramedia menyelenggarakan program “Gramedia *Go Green No Plastic Bags Today*”.

Dari pembahasan diatas, maka didapat kesimpulan bahwa sikap konsumen Gramedia Surabaya mengenai program CSR “Gramedia *Go*

Green, No Plastic Bags Today” adalah positif. Tujuan utama yang ingin dicapai oleh Gramedia melalui program CSR tersebut adalah mengedukasi dan mengajak para konsumennya untuk lebih peduli dengan lingkungan sekitar, yaitu dengan cara mengurangi penggunaan kantong plastik.

V.2. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak Gramedia dalam pembuatan program CSR berikutnya adalah:

1. Sebaiknya dalam program “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*” yang akan berlangsung mendatang, pihak Gramedia memberikan *souvenir* yang lebih menguntungkan para konsumennya (memiliki relasi dengan kegiatan program), sehingga konsumen lebih memahami pesan yang ingin disampaikan Gramedia dan lebih memiliki sikap yang positif pada indikator *profit*.
2. Dengan adanya hasil temuan yang menunjukkan sikap positif konsumen Gramedia mengenai program “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*”, sebaiknya pihak Gramedia lebih memperpanjang jangka waktu pelaksanaan program CSR “Gramedia *Go Green, No Plastic Bags Today*” yang akan mendatang, karena sebagian besar dari konsumen Gramedia memberikan respon positif dan sangat mendukung keberlangsungan program *Go Green*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syaifuddin. 2003. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmad. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Pernerda Media Grup.
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab sosial)*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Nova, Firsana. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santrock, J. W. 1995. *Life-span Development: Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambaha Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT RefikaAditama.

- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. 2006. *Metode penelitian survey*. Jakarta:PT. Pustaka LP3ES.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Rosdakarya
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*.
- Peter dan Olson. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Untung, Budi Hendrik. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wahyudi, Isa dan Azheri, Busyra. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. In-Trans Institute.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Surabaya: Media Grafika.
- Zafrullah dan, Suyanto. 2008 & Suyanto, Bagong. *Mengunggah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Mengkaji Peran Program CSR dalam Penanganan Masalah Kesejahteraan Sosial di Jawa Timur*.

Online:

http://aprindo.net/komunikasikan_dengan_jujur_berita4.html Diakses pada 12 Desember 2015

www.kompasgramedia.com Diakses pada 12 Desember 2015

www.kompas.com Diakses pada 22 Desember 2015

<http://www.topbrand-award.com> Diakses pada 22 Desember 2015

www.tribunnews.com Diakses pada 28 Januari 2016

Wawancara:

Susilowati. Pengunjung Gamedia Ciputra World. 5 Oktober 2015. Gamedia Ciputra World.

Boby. Pengunjung Gamedia Ciputra World. 5 Oktober 2015. Gamedia Ciputra World.

Simon Ramlan Tinambunan. *Sales Superintendent* Gamedia Ciputra World. 19 Oktober 2015. Di Gamedia Ciputra World.

Joy Putra. *Cashier* Gamedia Ciputra World. 19 Oktober 2015. Di Gamedia Ciputra World.

Harry Wibowo. *Supervisor* Gamedia Pakuwon Trade Center. 9 November 2015. Gamedia Pakuwon Trade Center.

Sari Widjayanti. Supervisor Gamedia Tunjungan Plaza. 11 November 2015. Gamedia Tunjungan Plaza.

Alam Winulang. *Supervisor* Gamedia Expo. 21 Desember 2015. Gamedia Expo Surabaya.

Harry Wibowo. *Supervisor* Gamedia Pakuwon Trade Center. 11 January 2016. Gamedia Pakuwon Trade Center.

Sophia Prasetyo. Pengunjung Gamedia. 11 Januari 2106. Gamedia Pakuwon Trade Center.

Arif Darta. Pengunjung Gamedia. 11 Januari 2106. Gamedia Pakuwon Trade Center.

Jessica Chandra. Pengunjung Gamedia. 11 Januari 2106. Gamedia Pakuwon Trade Center.

Joy Putra. *Cashier* Gamedia Ciputra World. 12 Januari 2016. Gamedia Ciputra World.

Bryant Yoshi. Pengunjung Gamedia. 12 Januari 2016. Gamedia Ciputra World.

Irine Olivia. Pengunjung Gamedia. 12 Januari 2016. Gamedia Ciputra World.

Henny Suharsari. Pengunjung Gamedia. 12 Januari 2016. Gamedia Ciputra World.

Megawati Wijaya. Pengunjung Gamedia. 13 Januari 2016. Gamedia Tunjungan Plaza.

Agung Saputra. Pengunjung Gamedia. 13 Januari 2016. Gamedia Tunjungan Plaza.

Budi. Pengunjung Gamedia. 13 Januari 2016. Gamedia Tunjungan Plaza.

Betty Indawati. Pengunjung Gamedia. 13 Januari 2016. Gamedia Tunjungan Plaza.

Hendra Wintoro. Pengunjung Gamedia. 13 Januari 2016. Gamedia Tunjungan Plaza

Suci. Pengunjung Gamedia. 13 Januari 2016. Gamedia Tunjungan Plaza.

Kevin Alexander. Pengunjung Gamedia. 14 Januari 2016. Gamedia Supermall Pakuwon Indah.