

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

Strategi *Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Dalam Mempertahankan *Corporate Image* melalui program *CSR Green Belt* dilaksanakan melalui peran *public relations* sebagai komunikator dengan melakukan publikasi *CSR Green Belt*.

Hasil analisis yang dilakukan dalam Strategi *Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Dalam Mempertahankan *Corporate Image* melalui program *CSR Green Belt* dilakukan oleh divisi *Beraue of PR & Comdev* yang terdiri dari bagian *Public Relations* sebagai komunikator yang mempublikasikan *CSR Green Belt* dan bagian *Community Development* sebagai pelaksana CSR.

Dalam pelaksanaan komunikasi program *CSR Green Belt* oleh bagian *public relations*, dilakukan perencanaan media untuk publikasi dan *media relations* juga untuk menepis isu dampak negatif semen terhadap lingkungan. Dari hasil pelaksanaan komunikasi *CSR Green Belt* yang dilakukan dapat dikatakan berhasil, terlihat dari pemberitaan yang dimuat media dimana terdapat banyak pemberitaan positif terkait *CSR Green Belt* yang tentunya memberikan manfaat bagi *corporate image (profit)* dan dapat mempertahankan *corporate image* dari isu negatif terkait dampak lingkungan dengan memberikan bukti nyata, dapat terlihat dengan tidak ditemui berita terkait isu debu atau lingkungan yang muncul.

Dalam pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh *Community Development* dan dari hasil yang ditemukan dalam penelitian, program CSR

*Green Belt* untuk petani *Green Belt (people)* *Green Belt* dinilai sudah dapat meningkatkan perekonomian petani yang ada terbukti dengan adanya peningkatan hasil produksi dan peningkatan nilai jual hasil produksi. Dari sisi lingkungan (*planet*) pelaksanaan *Green Belt* juga berhasil, dapat dilihat dari luasnya penghijauan yang perusahaan lakukan sesuai dengan tujuan.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Praktis**

Dari hasil temuan yang di dapat dalam Strategi *Public Relations* PT. Semen Gresik (Persero) Tbk dalam Mempertahankan *Corporate Image* Melalui Program CSR *Green Belt*, program ini dilaksanakan oleh divisi *Beraue of PR & Comdev* yang terdiri dari bagian *Community Development* sebagai pelaksana CSR, masih diperlukan pengembangan dalam pemberdayaan petani dari pengembangan pengolahan hasil panen dan kemandirian petani yang mungkin dapat diwujudkan melalui pengembangan koperasi.

Bagian *Public Relations* selaku komunikator program CSR dalam tugasnya melakukan publikasi CSR *Green Belt* akan lebih baik jika kedepannya media di dimiliki perusahaan sudah dapat digunakan dan dimaksimalkan dalam penggunaannya, dari evaluasi akan lebih baik jika menggunakan pengukuran yang pasti dalam evaluasi yang dilakukan seperti menggunakan rumus TARP (*Target Audience Rating Points*), HUT (*Homes Using TV*), SIU (*Sets In Use*) dan sebagainya.

### **V.2.2. Saran Akademis**

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan secara lebih mendalam dan lengkap terkait pelaksanaan CSR maupun komunikasi CSR

*Green Belt* yang dilakukan divisi *Beraue of PR & Comdev* yaitu bagian *Community Development* sebagai pelaksana CSR dan bagian *Public Relations* sebagai komunikator dalam mempublikasikan CSR *Green Belt*, mengingat saat penelitian ini dibuat masih banyak pengembangan yang sedang dilakukan oleh bagian *Community Development* untuk pelaksanaan CSR *Green Belt* dan bagian *Public Relations* dalam komunikasi CSR yang dilakukan.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Butterick Keith. 2013. *Pengantar Public Relations, Teori dan Praktik*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hakim, Budi Rahmat. 2015. *Manajemen Komunikasi Korporasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hikmat, 2014. *Metode Penelitian, Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility, Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia*. Bandung. PT Refika Aditama
- Moerdijati, Sri. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya. PT Revka Petra Media
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications, A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Rusdianto, Ujang. 2014. *Cyber CSR; A Guide to CSR Communications on Cyber Media*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Edisi Revisi*. Jakarta. RajaGrafindo Persada.

- Soemirat Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2002. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Public Relations from charity to sustainability*. Jakarta. Salemba Empat
- Subiyanto Ibnu. *Metodologi Penelitian*. Universitas Gunadarma
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Suharto, Edi. 2010. *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era . Globalisasi*. Bandung. Alfabeta
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat, Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Bandung. Refika Aditama
- Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus Desain dan Metode, Edisi Revisi*. Jakarta RajaGrafindo Persada
- Yuliana, Nina. 2014. *Media Relations*. Yogyakarta. Graha Ilmu

### **Jurnal**

- Rokhim, Abdul, 2012, *Kegiatan Usaha Pertambangan Vs Kerusakan Lingkungan*  
*Hidup*, ISSN: 0854-7254, di akses tanggal 19/10/2017

### **Online**

Pencemaran Udara Pabrik Semen Diduga Sebabkan Kematian Warga?

<http://www.mongabay.co.id/2016/04/26/pencemaran-udara-pabrik-semen-diduga-sebabkan-kematian-warga> (Diakses 12/02/2017)

Pabrik Semen Kendeng Siap Beroperasi

<https://www.youtube.com/watch?v=d-i6z1Cix9c> (Diakses 09/08/2017)

Puluhan Warga Tewas Diduga Pencemaran Udara

<https://www.youtube.com/watch?v=NdEzgadffXE> (Diakses 09/08/2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=jxL3Zq36q1g> (Diakses 5/11/2017)

<https://www.youtube.com/watch?v=dCR.SsufLugo> (Diakses 5/11/2017)

<https://twitter.com/ptsemengresik> (Diakses 5/11/2017)

<http://instabrown.com/explore/tags/untukbumi> (Diakses 5/11/2017)

Keberhasilan Tuban diterapkan di Rembang

<http://kalimantan.bisnis.com/read/20170326/436/640374/keberhasilan-tuban-diterapkan-di-rembang> (Diakses 10/11/2017)

Mayoritas Warga Rembang dukung berdirinya pabrik Semen Indonesia

<https://ekbis.sindonews.com/read/1190681/34/mayoritas-warga-rembang-dukung-berdirinya-pabrik-semen-indonesia-1490185201> (Diakses 14/11/2017)

Menteri Rini yakin pabrik Semen Rembang beroperasi bulan depan

<https://bisnis.tempo.co/read/857094/menteri-rini-yakin-pabrik-semen-rembang-beroperasi-bulan-depan> (Diakses 14/11/2017)

SG Launching program unggulan CSR

<https://www.jawapos.com/radarbojonegoro/read/2017/08/24/9372/sg->

launching-program-unggulan-csr (Diakses 8/11/2017)

### **Wawancara**

Yuwono, Mochammad Sani. (13 November 2017). *Strategi Public Relations PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Yuwono, Mochammad Sani. (27 November 2017). *Strategi Public Relations PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Sulaiman, Edy. (5 Desember 2017). *Strategi Public Relations PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Setyabudi, Ivan. (5 Desember 2017). *Strategi Public Relations PT. Semen Gresik (Persero) Tbk.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Lestari, Yeni Indah. (16 Oktober 2017). *Strategi Perusahaan dalam mempertahankan corporate image.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Rullyantoro, Arif. (10 Desember 2017). *Community Development Green Belt.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Hasanah. (10 November 2017). *Warga Desa Tlogowaru.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)

Lasmuri. (10 November 2017). *Warga Desa Karanglo dan Petani Green Belt.* (Kevin Wimeida, *interviewer*)