

## BAB V KESIMPULAN

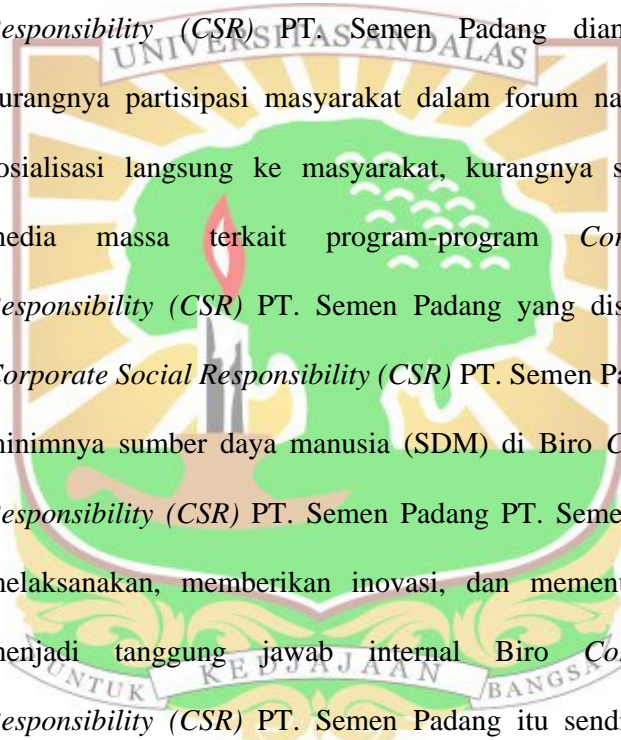
### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya tentang strategi komunikasi pelaksana *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang dalam upaya pemberdayaan anak nagari Lubuk Kilangan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pelaksanaan program CSR dijalankan oleh Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang dengan mengimplementasikan model komunikasi Multitangkah, dimana Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang sebagai komunikator. Mengusung pesan “Basinergi Mambangun Nagari” bersama dengan saluran atau *community relations* nya Forum Nagari dengan tujuan bersama-sama memberdayakan masyarakat, membangun reputasi dan mengubah persepsi anak nagari Lubuk Kilangan dan masyarakat Lubuk Kilangan sebagai komunikan. Melalui strategi komunikasi ini efek yang diharapkan adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat Lubuk Kilangan, terciptanya keharmonisan antara PT. Semen Padang dengan Anak Nagari Lubuk Kilangan, mewujudkan kepedulian sosial terhadap anak nagari dan masyarakat Lubuk Kilangan melalui program pemberdayaan masyarakat yang dikelompokkan menjadi 2 program

besar, yaitu: Program PKBL yang terdiri dari Program Kemitraan, program Bina Lingkungan. Disamping itu Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang juga menjalankan program situasional yaitu Program Basinergi Mambangun Nagari melalui forum nagari.

2. Hambatan dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang diantaranya adalah kurangnya partisipasi masyarakat dalam forum nagari, kurangnya sosialisasi langsung ke masyarakat, kurangnya sosialisasi lewat media massa terkait program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang yang disusun oleh Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang. Selain itu minimnya sumber daya manusia (SDM) di Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang untuk melaksanakan, memberikan inovasi, dan memenuhi tugas yang menjadi tanggung jawab internal Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang itu sendiri. Pemicu lain munculnya masalah lama mengenai asal mula berdirinya pabrik PT. Semen Padang yang menjadikan hubungan antara PT. Semen Padang dengan anak nagari Kecamatan Lubuk Kilangan kurang harmonis.



## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran:

1. Penting dan perlunya melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman akan melahirkan program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang lebih bervariasi dan mampu menjawab permasalahan masyarakat. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan lebih maksimal apabila tenaga SDM pada Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang juga diberikan pengetahuan tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari kacamata komunikasi, mengingat tenaga SDM yang ada didominasi oleh sarjana ekonomi. Serta melakukan peningkatan jumlah SDM dan kualitas SDM di biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang.
2. Perlu diberikan perhatian lebih kepada strategi terkait media. Media yang umum digunakan dalam mensosialisasikan program CSR oleh Biro *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Semen Padang adalah new media, sementara diketahui bahwa tidak seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses new media. Sehingga penggunaan media luar ruang seperti baliho, spanduk, pamflet dan brosur dapat dimaksimalkan untuk menutupi kekurangan dari new media. Selain itu penting nya

meningkatkan rasa empati terhadap masyarakat juga dapat mengantarkan perusahaan menemukan solusi atas hambatan yang ada. Selain itu juga terus melakukan evaluasi terhadap keefektifan program yang telah dijalankan sebelumnya.

