BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai implementasi fungsi *Public Relations* dalam meningkatkan *corporate image* melalui Djarum Foundation Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis di PT Djarum Kudus adalah sebagai berikut:

1. Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis merupakan salah satu program dari strategi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Djarum.
2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa implementasi fungsi *Public Relations* PT Djarum adalah :
    a. *Public Relations* mempunyai fungsi untuk membentuk citra yang baik di mata *stakeholder*. Rokok cenderung mempunyai citra yang negatif di mata masyarakat, namun PT Djarum melalui divisi *Public Relations*-nya melakukan suatu tanggung jawab sosial perusahaan yang secara garis besar berkaitan dengan kesehatan yakni Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis. Strategi ini dianggap mampu untuk membangun *image* positif

dari PT Djarum di mata publik, meskipun rokok merupakan produk yang secara garis besar mempunyai citra negatif.

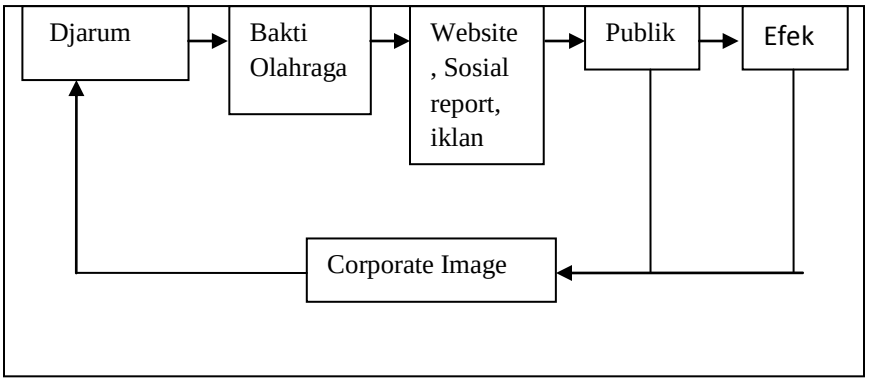
b. *Public Relations* mempunyai fungsi untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima oleh semua pihak. *Public Relations* PT Djarum mampu menciptakan sebuah opini publik dimana PT Djarum mempunyai dedikasi yang cukup tinggi untuk kesejahteraan lingkungan. Hal itu dibuktikan dengan dilakukan berbagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang seluruhnya bertujuan untuk membangun opini publik terhadap PT Djarum.

c. *Public Relations* berupaya memberikan solusi atas harapan yang diinginkan oleh publik. Strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* yakni tanggung jawab sosial secara keseluruhan bias dikatan untuk memenuhi harapan dari masyarakat. Misalnya beasiswa bulutangkis merupakan suatu tempat untuk bibit-bibit muda menyalurkan bakatnya dalam olahraga bulutangkis.

d. *Public Relations* mempunyai fungsi sebagai pihak yang menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. *Public Relations* PT Djarum

berupaya untuk menjalin dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan. Hal itu bertujuan agar dari hasil hubungan baik tersebut akan didapatkan sutau dampak yang positif bagi perusahaan.

3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa implementasi fungsi *Public Relations* PT Djarum dalam program beasiswa bulutangkis adalah mengkomunikasikan Djarum Foundation Bakti Olahraga melalui berbagai macam cara, diantaranya melalui pengelolaan *website*, promosi iklan, coaching clinic, dan majalah internal warta keluarga djarum.



4. Berdasarkan hasil penelitian terhadap informan eksternal Djarum Foundation Bakti Olahraga yang peneliti lakukan diketahui bahwa penilaian dan respon masyarakat terkait dengan program beasiswa bulutangkis tersebut menjadi evaluasi bagi perusahaan. Data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa program beasiswa bulutangkis tersebut diterima masyarakat dan memberikan nilai yang positif bagi perusahaan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi kemajuan kinerja *Public Relations* dalam meningkatkan *corporate image* melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bakti Olahraga Beasiswa Bulutangkis, sebagai berikut :

1. Bagi *Public Relations* PT Djarum dalam upaya meningkatkan *corporate image* diperlukan komunikasi yang efektif kepada *stakeholder,* khususnya bersosialisasi dengan atlet-atlet dan masyarakat secara langsung. Harapannya dengan bersosialisasi secara langsung, akan didapatkan sebuah perhatian khusus tentang maksud dan tujuan didirikannya program beasiswa bulutangkis.
2. Bagi atlet-atlet PB Djarum perlu meningkatkan keahlian dalam merespon pesan- pesan yang disampaikan oleh pengelola agar tidak terjadi *miss communications* diantara kedua belah pihak. Kemudian untuk masyarakat perlu menyadari sejak dini tentang bakat-bakat terpendam yang dimiliki oleh anak-anak. Penyaluran bakat ke tempat yang sesuai dan berkualitas tentunya akan berdampak baik terhadap masa depan anak-anak.
3. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini nantinya dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengadakan penelitian lanjutan mengenai fungsi *Public Relations* dalam suatu perusahaan.