

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dalam membangun identitas dan citra korporat serta membina hubungan dengan *stakeholder*, PT KPI RU IV Cilacap berusaha memberikan dedikasinya sebagai usaha dalam menciptakan kemandirian masyarakat dengan melakukan pembagian wilayah secara umum yang mempertimbangkan tiga hal yakni jarak, aset, serta dampak operasional perusahaan.

Demi mencapai keberhasilan dalam setiap kondisi yang dihadapi perusahaan, PT KPI RU IV Cilacap menggunakan empat langkah strategi *public relations* dalam menjalankan program CSR yaitu dimulai dari tahap perencanaan, implementasi, monitoring, dan evaluasi.

Kemudian, berdasarkan faktor pendukung dan penghambat di atas, terlihat bahwa PT KPI RU IV Cilacap melalui program CSR sebagai komitmen keberlanjutan dalam pelaksanaan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Perusahaan (TJSLP)/*Community Development* memiliki banyak dukungan dari *stakeholder*. Selain itu, terdapat juga permasalahan yang menjadi faktor penghambat yaitu lokasi Pasar SEMOK yang tidak strategi karena berada di permukiman penduduk Kemiren Asri, dan kurang gencarnya promosi melalui media *online* sehingga Pasar SEMOK menjadi kurang dikenal oleh masyarakat Kabupaten Cilacap.

#### **B. Saran**

##### 1. Bagi PT Kilang Pertamina Internasional RU IV Cilacap

Terus meningkatkan strategi *public relations* PT KPI RU IV Cilacap kepada publik eksternal serta kepada seluruh *stakeholder* dan instansi terkait, memaksimalkan potensi mitra binaan kepada khalayak ramai agar semakin dikenal serta mampu meningkatkan citra positif

perusahaan. Tidak menggunakan gender sebagai alat suatu nama/singkatan untuk kepentingan umum agar tidak terjadi kesalahpahaman antar publik dengan perusahaan.

Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan kebijakan yang terkait dengan strategi khususnya strategi *public relations* untuk membantu melaksanakan kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan atau visi dan misi.

2. Bagi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap

Agar dapat lebih meningkatkan mutu dan kualitas pendidikan, terutama dalam bidang penelitian baik secara teori maupun praktis. Sehingga ke depannya dapat menghasilkan penelitian yang semakin baik dan berkualitas sesuai kaidah-kaidah yang berlaku.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Dalam melakukan penelitian, diharapkan memahami tentang lokasi perusahaan atau objek yang akan diteliti sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan observasi dan berinteraksi dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk memahami pentingnya strategi *public relations* pada perusahaan untuk menjamin keberhasilan dalam melaksanakan tugas.