

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti menyimpulkan ada empat faktor yang mempengaruhi perubahan persepsi para informan yaitu : faktor pengalaman, faktor selektivitas, faktor dugaan dan faktor evaluatif.

##### a. Faktor pengalaman

Faktor pengalaman yang disimpulkan dalam penelitian ini adalah bagaimana beberapa informan menilai mengenai suatu komunitas mobil dari apa yang mereka alami dilingkungan sekitarnya dulu. Dimana komunitas mobil selalu terlihat buruk berdasarkan pengalaman beberapa informan. Sehingga setelah adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh komunitas Honda Brio Community Surabaya faktor pengalaman yang buruk tersebut berubah menjadi baik atau positif

##### b. Faktor selektivitas

Faktor selektivitas berasal dari informan yang menilai dan memandang sesuatu berdasarkan kecermatan. Pada penelitian ini disimpulkan bahwa selektivitas berasal dari kecermatan dan seleksi yang dilakukan oleh informan kepada komunitas mobil yang menganggap bahwa komunitas

mobil selama ini selalu kebut-kebutan di jalan. Dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh komunitas Honda Brio Community Surabaya pandangan tersebut menjadi baik atau positif.

c. Faktor dugaan

Faktor dugaan dalam penelitian ini berasal dari penilaian pribadi yang didasarkan pada faktor pendidikan dan pengetahuan yang kurang luas serta informasi lingkungan sekitar. Pada penelitian ini, penilaian awal informan yakni jika ada orang yang lebih tua maka dianggap lebih ramah. Dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh komunitas ini ternyata yang muda juga bisa sopan dan ramah.

d. Faktor evaluatif

Faktor evaluatif disimpulkan bahwa menganggap semua orang yang ada di komunitas itu baik. Sehingga proses evaluasi yang dilakukan sudah menghasilkan dampak yang positif bahkan sebelum adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh komunitas Honda Brio Community Surabaya .

Secara umum kesimpulan yang didapat bahwa seseorang tidak bisa menilai dan meng *judge* suatu komunitas secara rata dan sama. Karena dibalik banyaknya komunitas pasti ada kegiatan kebaikan yang tidak semua orang tahu dan paham.

Lalu yang ke dua bahwa semua orang selalu membutuhkan bukti dan tidak hanya perkataan. Dimana dari adanya kegiatan *CSR* dengan melakukan kegiatan sosial di Panti Asuhan dan Panti Jompo ini bisa menjadi bukti untuk mengubah persepsi sebuah komunitas mobil yang selama ini dianggap buruk.

## 5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang peneliti berikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai masyarakat luas kita seharusnya menambah pengetahuan kita mengenai suatu hal apapun, termasuk tentang komunitas mobil. Karena tanpa kita sadari sebenarnya masih banyak komunitas lainnya yang juga sering membantu orang-orang kesusahan.
2. Di zaman yang sudah modern ini, generasi muda juga sudah banyak yang memahami arti berbagi dan melakukan kegiatan sosial merupakan kegiatan yang harus dilakukan. Terutama bagi orang-orang yang di atas untuk selalu membantu yang dibawah seperti komunitas mobil Honda brio community Surabaya.

3. Persepsi buruk mengenai banyaknya komunitas mobil yang selalu bersikap negatif dan suka ugal-ugalan harus di saring dua kali lagi, sebelum kita mengetahui bahwa masih banyak komunitas yang melakukan hal-hal baik.
4. Saran yang sangat bermanfaat agar semua komunitas yang ada di Indonesia lebih sering melakukan kegiatan *CSR* atau kegiatan sosial lainnya. Bahkan mereka juga harus meng share semua kegiatan positif tersebut supaya menjadi awal kebaikan untuk komunitas lainnya, terutama komunitas mobil.