

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya dalam program Bank Sampah Rukmi berjalan melalui beberapa tahapan utama:

1. Pada tahap identifikasi khalayak dan permasalahan, dilakukan dengan pemetaan wilayah serta analisis karakter sosial-ekonomi masyarakat untuk mengetahui siapa saja yang potensial terlibat dan hambatan yang dihadapi. Proses ini juga melibatkan pengurus RT/RW dan tokoh masyarakat agar program lebih mudah diterima oleh lingkungan setempat.
2. Tahap perancangan pesan komunikasi, di mana tim TJSL Pegadaian bersama pengelola Bank Sampah Rukmi menyusun pesan yang menekankan manfaat langsung, yaitu lingkungan yang bersih, kesehatan warga yang meningkat, serta insentif ekonomi berupa tabungan emas. Pesan ini dirancang agar sederhana, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan warga, sehingga mampu mendorong partisipasi.
3. Pada tahap pemilihan metode dan media komunikasi, dilakukan melalui kombinasi pendekatan tatap muka dan media digital. Tatap muka diwujudkan dalam bentuk sosialisasi, pertemuan RT/RW, kegiatan PKK, dan penimbangan sampah, sedangkan media digital seperti WhatsApp group digunakan untuk memperluas jangkauan informasi dan mempermudah koordinasi.

4. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan komunikasi dua arah, yang memberi ruang dialog antara Pegadaian, pengelola bank sampah, dan masyarakat. Dalam tahap ini, warga dapat menyampaikan masukan, kritik, maupun kendala teknis yang kemudian dijadikan bahan perbaikan oleh pihak TJSL. Model ini sejalan dengan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* Grunig & Hunt (1984), yang menekankan keterlibatan dan keseimbangan kepentingan antara perusahaan dan publik.
5. Tahap terakhir yaitu evaluasi, dilakukan secara rutin melalui laporan perkembangan volume sampah, saldo tabungan emas, serta forum diskusi dengan warga dan pengurus RT/RW. Hasil evaluasi digunakan untuk memperbaiki strategi komunikasi, baik dalam perumusan pesan maupun pemilihan media, sehingga program tetap adaptif terhadap kondisi lapangan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pegadaian Kanwil XII Surabaya melalui program Bank Sampah Rukmi memperlihatkan adanya pendekatan komunikasi yang terencana, kolaboratif, dan adaptif. Temuan utama penelitian ini adalah bahwa keberhasilan program tidak hanya diukur dari partisipasi masyarakat, tetapi dari bagaimana komunikasi dijalankan secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi berkelanjutan. Dampak yang dihasilkan mencakup peningkatan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan (*people*), pengurangan volume sampah dan lingkungan yang lebih sehat (*planet*), serta hadirnya insentif ekonomi berupa tabungan emas (*profit*). Dengan demikian, strategi komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pegadaian mampu menyatukan dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi, sekaligus memperkuat legitimasi sosial perusahaan di tengah

masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Pegadaian Kanwil XII Surabaya

Diharapkan program Bank Sampah PT Pegadaian dapat terus dikembangkan dengan memperluas cakupan operasionalnya, tidak hanya terbatas di wilayah Surabaya, tetapi juga menjangkau daerah-daerah sekitarnya. Selain itu, perlu penguatan aspek edukatif melalui sosialisasi yang lebih intensif mengenai pemilahan sampah sejak rumah tangga serta penerapan konsep *ekonomi sirkular*. Pengembangan insentif juga dapat dilakukan dengan menawarkan variasi tabungan hasil penukaran sampah, tidak terbatas pada emas saja. Dengan inovasi tersebut, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pegadaian akan semakin berkelanjutan sekaligus memperkuat citra perusahaan di mata publik.

2. Bagi Pengelola Bank Sampah Rukmi

Penting untuk menjaga keberlanjutan program melalui pelatihan rutin kepada relawan dan kader pengelola baru agar tidak terjadi ketergantungan pada individu tertentu. Selain itu, pengelola dapat meningkatkan promosi dan edukasi kepada masyarakat melalui media digital, kegiatan komunitas, maupun kolaborasi dengan sekolah dan lembaga pendidikan. Dengan cara ini, partisipasi warga dapat diperluas dan pemahaman mereka mengenai manfaat program akan semakin menyeluruh.

3. Bagi Pemerintah Kota Surabaya

Diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih sistematis terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis lingkungan seperti bank sampah, baik dalam bentuk regulasi, insentif, maupun integrasi ke dalam program lingkungan kota. Pemerintah juga dapat menjadikan Bank Sampah Rukmi sebagai model percontohan (best practice) yang dapat direplikasi di wilayah lain, sehingga upaya pengelolaan sampah menjadi lebih terstruktur, terukur, dan berkesinambungan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan fokus pada evaluasi keberlanjutan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), baik dari aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Peneliti juga dapat membandingkan model *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis lingkungan yang diterapkan oleh perusahaan lain agar dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi CSR dalam konteks pengelolaan sampah berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia.