

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **B. KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Indosat Ooredoo dalam menjalankan dan menyukseskan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pemberdayaan perempuan “Batik Banyumasan” yang merupakan program CSR Indosat yang ditujukan untuk masyarakat perempuan di Desa Sokaraja Kulon yang terbentuk dalam Komunitas Soka Ayu. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang digunakan Indosat Ooredoo dalam program CSR “Batik Banyumasan” pada Komunitas Soka Ayu adalah melakukan kerjasama dengan DISPERINDAG Banyumas, Pelibatan tokoh masyarakat, event, dan pemanfaatan internet dalam pemasaran hasil produksi.
2. Pelibatan tokoh masyarakat sebagai komunikator menjadi salah satu strategi komunikasi Indosat Ooredoo dan menjadi kunci kesuksesan strategi komunikasi yang dijalankan oleh Indosat Ooredoo. Komunikator memiliki peran yang sangat penting sebagai saluran komunikasi dan juga media sosialisasi program kepada masyarakat perempuan di Desa Sokaraja Kulon sehingga masyarakat perempuan

disana mau untuk berpartisipasi dan diberdayakan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka.

3. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Indosat Ooredoo dalam program CSR “Batik Banyumasan” ini dilakukan dengan menggunakan analisis *The 8-Step Communication Planning Model*. Tahapan itu diantaranya adalah analisis situasi; menetapkan tujuan; identifikasi maksud program; mengembangkan dan merangkai pesan; memilih saluran, kegiatan dan bahan; mengembangkan *action plan*; mengembangkan dan mencoba bahan atau strategi yang akan digunakan; melaksanakan, mengevaluasi dan mengubah rencana. Berdasarkan *step* pada model komunikasi tersebut, langkah-langkah yang digunakan oleh Indosat Ooredoo sebagai acuan membuat dan menjalankan strategi komunikasi dalam program CSR “Batik Banyumasan” agar berhasil dan sukses dilaksanakan meliputi analisis situasi; menetapkan tujuan; dan identifikasi maksud program.

## B. SARAN

Peneliti mengemukakan beberapa saran mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Indosat Ooredoo dalam menjalankan dan menyukkseskan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pemberdayaan perempuan “Batik Banyumasan” pada komunitas Soka Ayu sebagai berikut:

1. Selain melalui internet, proses pemasaran dapat diperluas melalui kerjasama dengan berbagai media seperti media cetak yaitu dengan poster atau pamflet dan radio dalam proses mengenalkan program CSR “Batik Banyumasan” yang akhirnya membentuk komunitas Soka Ayu. Selain itu pemasaran melalui berbagai media ini juga dapat memperkenalkan hasil produksi dari komunitas Soka Ayu kepada masyarakat.

2. Terdapat kendala pada tahap pemasaran melalui internet. Sebaiknya, sebelumnya sebagian masyarakat dipilih oleh Indosat Ooredoo untuk dilatih hingga dapat menggunakan internet dalam melakukan pemasaran produk, sehingga masyarakat bisa benar-benar mandiri dan menambah keahlian.