

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Program “*Coca-Cola Forest*” diresmikan pada tanggal 8 maret merupakan kegiatan *Public Affair and Communications* Coca-Cola Amatil Indonesia Central dalam membangun hubungan baik dengan pihak internal dan pihak eksternal. Program ini sebagai langkah nyata Coca-Cola Amatil Indonesia untuk mendukung upaya pengelolaan lingkungan dan pengembangan masyarakat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan cadangan air jangka panjang dengan cara menumbuhkan 50.000 bibit pohon per tahunnya untuk di tanam di daerah sekitaran Jawa Tengah. Program “*Coca-Cola Forest*” memiliki empat program utama yaitu penanaman dan pembibitan pohon di mana hasil bibit tersebut akan dibagikan kepada masyarakat yang berada di area zone-1 dan dimanfaatkan untuk membantu pembiayaan infra struktur sekolah di sekitar pabrik operasi , pembuatan pupuk organik dimana program ini memberikan pembelajaran dalam membuat kompos dari ampas *freshtea*, meningkatkan efisiensi lahan dengan memanfaatkan genangan air sawah sebagai budaya ikan air tawar melalui teknik minapadi dan edukasi lingkungan dan pelatihan daur ulang merupakan program untuk mengembangkan masyarakat melalui pelatihan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, sehingga program ini berhasil untuk menjadi “Desa Mandiri Lestari” .

Program “*Coca-Cola Forest*” yang ketiga Sesudah Lampung dan Bandung menggabungkan program-program untuk memberdayakan masyarakat melalui empat modul pelatihan sekaligus melestarikan lingkungan melalui penanaman pohon di area resapan air. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan “Persepsi

*Community Zone-1* terhadap Program *Corporate Social Responsibility* “*Coca-Cola Forest*” di Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java.

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh dapat diketahui bahwa persepsi *Community Zone-1* mendapatkan respon positif dari 4 indikator perhatian, ketertarikan, motivasi dan harapan.

##### 1. Perhatian (*Attention*)

Pengetahuan masyarakat mengenai kegiatan “*Coca-Cola Forest*” yang dilaksanakan di Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java dikatakan baik dengan persentase sejumlah (77%). Berdasarkan temuan penelitian masyarakat mengetahui dan mengikuti program “*Coca-Cola Forest*”, tolak ukur intensitas masyarakat dalam mengikuti kegiatan “*Coca-Cola Forest*” mayoritas masyarakat kadang-kadang dalam mengikuti kegiatan tersebut dikarenakan kegiatan ini terdapat 4 bidang kegiatan yang dilaksanakan sehingga fokus sasaran dari kegiatan tersebut juga berbeda dan tidak selalu terlibat adapun karena ada faktor lain yaitu masyarakat dalam menerima informasi mengenai kegiatan tersebut mengalami keterlambatan sehingga masyarakat tidak mengikuti kegiatan tersebut secara menyeluruh dan terakhir dalam tolak ukur pemahaman masyarakat terkait kegiatan “*Coca-Cola Forest*”. Masyarakat dalam mendapatkan informasi oleh Ibu Ida Lukitowati selaku *Public Affair and Communication* Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java paham terhadap penyebaran informasi

## 2. Ketertarikan (*Interest*)

Ketertarikan masyarakat dalam berpartisipasi mengikuti Program *Corporate Social Responsibility "Coca-Cola Forest"* dinilai sangat baik dengan persentase (76%) karena mayoritas *Community Zone-1* tertarik dalam mengikuti kegiatan "*Coca-Cola Forest*" karena program ini terdiri dari empat program dan ketertarikan masyarakat dalam mengikuti program yang dilakukan di lahan milik Coca-Cola yaitu program Edukasi Lingkungan dan Pelatihan Daur Ulang karena perusahaan berharap dengan adanya program ini bisa mewujudkan area zona ini menjadi "Desa Mandiri dan Lestari".

## 3. Motivasi (*Motivation*)

Berdasarkan temuan penelitian bahwa lebih dari mayoritas responden sejumlah (75%) sangat setuju dengan adanya kegiatan ini, Pada aspek penyebaran informasi menunjukkan hasil yang baik karena mayoritas menjawab penting dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh *Public Affair and Communications* melalui Sosialisasi yang dilakukan di balai desa dengan kesepakatan awal mengenai rencana program yang dilakukan selama 1 periodik ataupun melalui teknologi komunikasi berupa handphone untuk menginformasikan kepada masyarakat agar terlibat terhadap program "*Coca-Cola Forest*", selanjutnya motivasi mereka dalam mengikuti kegiatan ini antara lain untuk mendapatkan manfaat dan keuntungan sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di area zone-1.

#### 4. Harapan (*Expectation*).

Berdasarkan temuan penelitian dengan persentase (80%) hasil yang diharapkan oleh *Community Zone-1* dapat memberikan kesejahteraan sehingga wilayah yang berada di area zona 1 ini dapat meningkatkan nilai perekonomian yang tinggi, karena sebagian responden menjawab kegiatan yang dilakukan oleh Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java sudah sesuai harapan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat karena kegiatan yang dilaksanakan selama 1 periodik (1tahun) merupakan program yang dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan awal *Community Zone-1* dengan *Public Affair and Communications* Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java.

#### 4.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap Persepsi *Community Zone-1* terhadap program *Corporate Social Responsibility* “*Coca-Cola Forest*” di Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java, terdapat saran dalam pelaksanaan program yang dilaksanakan.

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai tolok ukur intensitas masyarakat, semua masyarakat dapat terlibat melalui kegiatan tersebut tidak hanya perwakilan dari desa tertentu saja tetapi keseluruhan perwakilan desa yang menjadi bagian area zone-1 sehingga bisa menambah jaringan yang luas mengenai kegiatan yang dilaksanakan.

2. Berdasarkan hasil penelitian *Public Affair and Communication* Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java diminta untuk tidak terlambat dalam memberikan informasi kepada *Community Zone-1* mengenai kegiatan “*Coca-Cola Forest*”.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai keterlambatan dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh *Public Affair and Communication* Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java perlu menambah staff *Public Affair and Communications* agar tidak keteteran dalam melakukan pekerjaan dalam bidang kehumasan.
4. Berdasarkan hasil penelitian mengenai keberlanjutan program yang dilaksanakan satu tahun ke depan perlu adanya inovasi-inovasi baru mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan tahun berikutnya tidak hanya pelatihan, tetapi masyarakat diajarkan manajemen pemasaran sehingga hasil karya mereka bisa dijual kepada masyarakat luas untuk meningkatkan perekonomian *Community Zone-1*.
5. Berdasarkan hasil penelitian mengenai program minapadi, diperlukan perawatan yang intensif di kolam yang ada di “*Coca-Cola Forest*” tersebut sehingga tidak mengurangi populasi ikan yang ada.