

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Ketersediaan interaktivitas pada situs web dan media sosial Astra International dan Bank Central Asia dalam mengomunikasikan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki persamaan. Keduanya sama-sama menempatkan isu CSR sebagai isu yang penting dalam situs web. Memfasilitasi aspek aksesibilitas dan juga mengemas informasi CSR pada situs web dalam bentuk *hyperlinks*, teks, audio, video, infografik dan juga *icons*. Sedangkan pada media sosial, ketersediaan interaktivitas mendukung komunikasi dua arah dan juga multi arah, namun informasi mengenai CSR sangat minim.

Perbedaan situs web Astra dan BCA terletak pada fitur dan model interaktivitas yang mendukung keterlibatan pengguna dalam proses komunikasi CSR. Fitur yang disediakan oleh Astra sejauh ini hanya *email* maka interaktivitas yang terjadi adalah dari *user* kepada *publisher*. Model interaktivitas dikategorikan sebagai interaktivitas *feedback* yakni komunikasi yang masih berupa satu arah, namun memungkinkan pengguna memiliki partisipasi dalam proses komunikasi walaupun terbatas. Sementara fitur pada situs web BCA yakni *email* dan *live chat* maka ketersediaan interaktivitasnya adalah dialog responsif dengan perusahaan tetap memegang kendali utama atas komunikasi CSR, namun memungkinkan adanya komunikasi dua arah.

Perbedaan interaktivitas media sosial Instagram kedua perusahaan terletak pada kekayaan media, Astra memanfaatkan elemen teks, video, dan juga gambar sedangkan BCA hanya memanfaatkan elemen video untuk komunikasi CSR. Selain itu pengaruh sosial yang terjadi di *comment section* milik BCA lebih kaya akan interaksi baik antar pengguna maupun pengguna dengan perusahaan dibanding Astra.

B. SARAN

Berdasarkan pada kesimpulan tersebut, peneliti ingin memberikan saran-saran kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian dengan objek perusahaan swasta dengan fokus terhadap kekuatan modal sudah peneliti lakukan. Bagi penelitian selanjutnya dapat meneliti perusahaan atau industri sektor lain sehingga dapat mengetahui sejauh mana interaktivitas komunikasi CSR perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini berfokus pada ketersediaan interaktivitas aktual dengan melihat fitur-fitur yang ada pada situs web dan juga media sosial Instagram perusahaan dalam mengomunikasikan CSR. Penelitian selanjutnya dapat meneliti interaktivitas yang dirasakan pengguna melalui wawancara atau penyebaran angket sehingga dapat melihat seberapa kuat interaksi antara pengguna dengan situs web maupun antar pengguna dalam berbagi informasi.

2. Bagi PT Astra International

Interaktivitas adalah hal yang krusial dalam perkembangan teknologi komunikasi saat ini, dimana arah aliran informasi seharusnya tidak lagi searah. Menyediakan fitur penopang komunikasi berupa *email* saja tidak cukup, dibutuhkan fitur yang dapat mendukung komunikasi multi arah. Perusahaan harus mengelola situs web menjadi media dimana pengguna dapat berperan aktif didalamnya, perusahaan bisa memulai dengan fitur *polling*, *live chat*, forum komunitas, ataupun sesederhana kolom komentar. Sehingga terjadi pertukaran informasi, tidak hanya dengan *publisher* maupun situs web, tapi juga antar pengguna. Sementara pada media sosialnya diharap mampu lebih banyak untuk menyediakan informasi CSR.

3. Bagi Bank Central Asia

Memiliki fitur *live chat* di dalam situs web adalah langkah yang baik. Pengguna dapat dengan bebas bertukar pikiran dengan penyedia informasi yakni Bank Central Asia. Namun, aspek interaktivitas sesungguhnya terjadi jika komunikasi multiarah dapat dilakukan, dimana pengguna dan *publisher* memiliki posisi yang hampir sama. Sehingga memberi pengguna banyak kendali atas pengalaman komunikasi adalah tujuannya. Ruang obrolan, kolom komentar, papan buletin, forum komunitas sangat disarankan oleh peneliti untuk ditambahkan ke dalam situs web. Pengguna situs web tidak hanya menerima informasi, namun melalui fitur ini pengguna juga dapat

memproduksi berita terkait CSR. Sama halnya pada Astra, pada media sosial BCA diharap mampu lebih banyak untuk menyediakan informasi CSR.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraina, P. T. (2020, 24 Agustus). Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis. Kompas. Diakses pada 12 Mei 2021 dari <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/24/070356465/memahami-peran-public-relations-di-masa-krisis?page=all#page2>.
- Astra International. (n.d). *Filosofi, Misi & Visi*. Tentang Astra. Diakses September 10, 2022, melalui <https://www.astra.co.id/About-Astra/Philosophy-Vision-Mission>.
- BCA. (n.d). *Visi, Misi dan Tata Nilai*. Tentang BCA. Diakses September 10, 2022, melalui <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/visi-misi>.
- Bendes, Keith. (2018). Don't Underestimate The Power Of Interactive Content In Marketing. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/11/16/dont-underestimate-the-power-of-interactive-content-in-marketing/>.
- Boby. (2021, 19 November). *30 Perusahaan Terbesar di Indonesia: Ini Dia Daftarnya!*. Lifepal. Diakses pada 10 September 2022 dari <https://lifepal.co.id/media/perusahaan-terbesar-di-indonesia/>.
- Boer, K. M. (2013). Interaktivitas sebagai Strategi Mediated Communication pada Fanspage Starbucks Coffee Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 113-128.
- Bumi Global Karbon (BKG). 2020. *Analisa Praktik Pengungkapan Environmental, Social, Governance (ESG) Emiten Pasar Modal Indonesia*. BKG. Jakarta.
- Chung, D.S. dan Chan Yoo. (2008). Audiens Motivation for Using Interactive Features: Distinguishing Use of Different Types of Interactivity on an Online Newspaper. *Journal of Mass Communication and Society*, 11: 375-397.
- Den. (2021, 7 februari). Kecewa Terhadap PT. Indomarco, Warga Lebak Kirim Surat Terbuka ke Menaker. Diakses pada 13 September 2021 dari <https://tangerangonline.id/2021/02/07/kecewa-terhadap-pt-indomarco-warga-lebak-kirim-surat-terbuka-ke-menaker/>.
- Dunsire, F., Stefan, D., & Suni, H. (2022). Why Private Companies Need to Catch Up on Sustainability. Diakses pada 12 September 2022 dari <https://www.weforum.org/agenda/2022/04/why-private-companies-need-to-catch-up-on-sustainability/>.

- Geyser, Werner. (2022). Instagram Influencer Sponsored Post Money Calculator. Diakses pada 17 Oktober 2022 dari <https://influencermarketinghub.com/instagram-money-calculator/>.
- Ghifari, dkk. (2019). Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pemenuhan Hak Karyawan Terdampak Bencana Dalam Lingkungan Perusahaan. *Jurnal Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 269 -275.
- Gingiss, Dan. (2018, 27 September). New Research Shows Website Navigation May Be Losing You Customers. Diakses pada 25 Agustus 2021 dari <https://www.forbes.com/sites/dangingiss/2018/09/27/new-research-shows-website-navigation-may-be-losing-you-customers/>.
- Hall, Jason. (2020). How You Can Use Interactive Content To Grow Your Audience. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2020/07/28/how-you-can-use-interactive-content-to-grow-your-audience/>.
- Haryanti, Rosiana. (2019, 5 Agustus). Dinilai Lambat Sebarkan Info, Ini Harusnya Langkah PLN Saat “Blackout”. Kompas. Diakses pada 13 September 2021 dari <https://amp.kompas.com/nasional/read/2019/08/05/17073941/dinilai-lambat-sebarkan-info-ini-harusnya-langkah-pln-saat-blackout>.
- Hinson, R., Boateng, R., & Madichie, N. (2010). Corporate social responsibility activity reportage on bank websites in Ghana. *The International Journal of Bank Marketing*, 28(7), 498-518.
- Huang, T. K., dkk. (2018). How does Social Media Interactivity Affect Brand Loyalty?. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Science* (pp 2130-2139). Hawaii, United State.
- Humas. (2022). *IDEAS 2022: Mengomunikasikan DEI dan ESG dari Labuan Bajo*. Humas Indonesia. Diakses pada 10 September 2022 dari <https://www.humasindonesia.id/agenda/ideas-2022-mengomunikasikan-dei-dan-esg-dari-labuan-bajo-795>.
- Hunice, Mahad., dan Esben Rahbek pedersen. (2006). *Corporate Citizenship in Developing Countries: New Partnership Perspective*. Køge: Copenhagen Business School Press.
- Ihlen, Y., Jennifer Bartlett., dan Steve May. (2011). *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*. UK: John Wiley & Sons (diakses 5 Februari 2021) dari <https://books.google.co.id/books?id=SIVeZLDKhSYC&printsec=frontcover>

[r&dq=ihlen+2011&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj225iq6JvvAhXVjOYKHcxhAS0Q6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q&f=false>](#)

- Kim, S., & Rader, S. (2010). What They Can Do Versus How Much They Care. *Journal of Communication Management*, 14(1), 59-80.
- Kiousis, Spiro. (2002). Interactivity: A Concept Explication. *Journal of New Media and Society*, 4(3), 355-383.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis : an introduction to its methodology*. New York : Sage Publication
- Kurniawan, Fikri. (2021, 7 April). Pengguna Website di Indonesia Naik 61,6% Sepanjang 2020. Sindonews. Diakses pada 25 Agustus dari <https://teknosindonews.com/read/389902/207/pengguna-website-di-indonesia-naik-616-sepanjang-2020-1617800664>.
- Lahey, Connor. (2020). What is Bounce Rate and What is a Good Bounce rate?. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://www.semrush.com/blog/bounce-rate/>
- Lestari, S. H. (2021, 31 Juli). Ajinomoto Luncurkan Fitur Baru di Website Dapur Umami. Tribunnews. Diakses pada 13 September 2021 dari <https://surabaya.tribunnews.com/amp/2021/07/31/ajinomoto-luncurkan-fitur-baru-di-website-dapur-umami?page=2>.
- Li, Jun. & Andrew Wu. (2017, 8 Maret). Private Companies More Likely to Embrace Corporate Responsibility. Umichnews. Diakses pada 13 September 2021 dari <https://news.umich.edu/private-companies-more-likely-to-embrace-corporate-responsibility/>.
- Maghiszha, D. F. (2022, 3 Juni). Astra Luncurkan 2030 Sustainability Aspirations, Targetkan Penurunan Emisi 30 Persen. SINDOnews. Diakses pada 25 Agustus 2022 dari <https://ekbis.sindonews.com/read/787521/34/astra-luncurkan-2030-sustainability-aspirations-targetkan-penurunan-emisi-30-persen-1654243612>.
- Matanasi, Petrik. (2020, 2 April). Sejarah Jatuh Bangun PT Astra International William Soeryadjaya. Kumparan. Diakses pada 25 Agustus 2022 dari <https://tirto.id/sejarah-jatuh-bangun-pt-astra-bersama-william-soeryadjaya-cvcj>.
- McMillan, S. J. (2002). A Four-Part Model of Cyber-Interactivity: Some Cyber-Places are More Interactive Than Others. *Journal of New Media and Society*, 4(2), 271-291.
- Moleong, J. Lexy. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

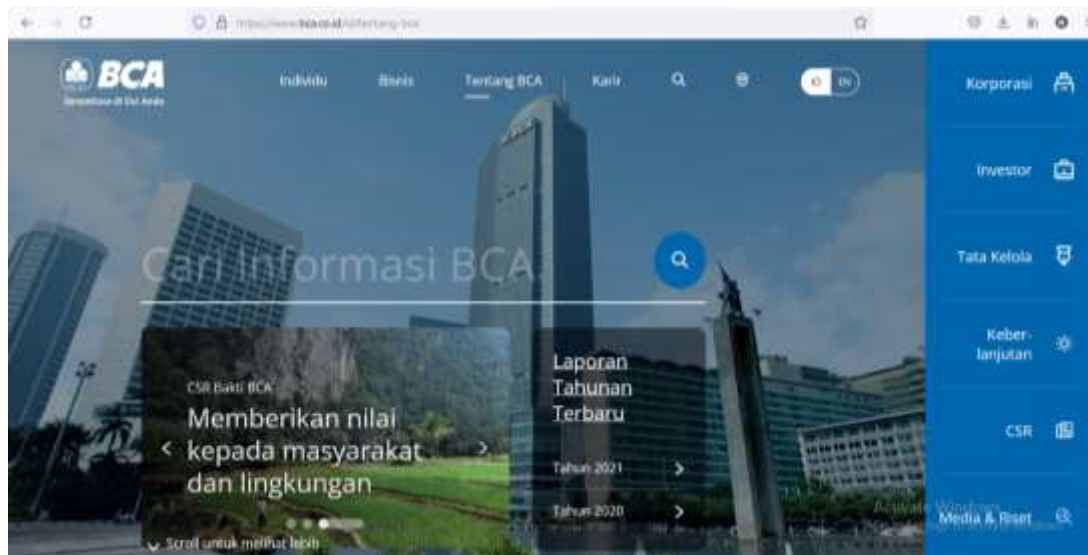
- Nugroho, A. W. (2019). Komunikasi CSR Perusahaan-perusahaan di Indonesia Tahun 2011. *Jurnal SCRIPTURA*, 9(2), 51-58.
- Parker, C. M., Zutshi, A., & Fraunholz, B. (2010). Online corporate social responsibility communication by Australian SMEs: A framework for website analysis. Paper presented at the The 23rd Bled eConference: eTrust: Implications for the Individual, Enterprises and Society (pp. 509-52). Bled, Slovenia.
- Podnar, K. (2008). Guest editorial: Communicating corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 14(2), 75-81.
- Putra, I Gusti Ngurah. (2020). Media Sosial dan Interaktivitas dalam Dunia Public Relation. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 1-11.
- Rachman, A. (2021, 10 Maret). Diduga Tidak Transparan, Pengelolaan Dana CSR Badan Lingkungan Hidup Purwakarta Dipertanyakan. *Metro Indonesia*. Diakses pada 17 Mei 2021 dari <https://metroindonesia.id/2021/03/10/diduga-tidak-transparan-pengelolaan-dana-csr-badan-lingkungan-hidup-purwakarta-dipertanyakan/>.
- Riza, Irfan. (2019, 23 Agustus). Komunikasi Krisis dengan Media : Belajar dari Kasus PLN. *Warta Ekonomi*. Diakses pada 13 September 2021 dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read242957/komunikasi-krisis-dengan-media-belajar-dari-kasus-pln>.
- Rumata, V. M. (2017). Analisis Isi Kualitatif Twitter #TaxAmnesty dan #AmnestyPajak. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 18(1), 1-18.
- Saputra, Ari. (2021, 29 Juni). Sejarah Berdirinya Bank BCA dan Perkembangannya. *CNN Indonesia*. Diakses pada 10 September 2022 dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210623153759-83-658396/sejarah-berdirinya-bank-bca-dan-perkembangannya>.
- Suherman, Maman. (2004). Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Menurunkan Angka Kemiskinan di Jawa Barat. *Jurnal DIKTI*, 12(3), 317-332.
- Test, Lyssa. (2021). 2021 Digital Experience Benchmarks by Industry. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://contentsquare.com/blog/2021-digital-experience-benchmarks-by-industry/>
- Yang, F. & Fuyuan. S. (2017). Effects of Web Interactivity: A Meta-Analysis. *Communication Research*, 45(5), 1-24.

Yec. (2022). Why You Should Make Your Website Interactive ASAP—And How To Do It. Diakses pada 12 Juni 2022 dari <https://www.forbes.com/sites/theyec/2022/04/26/why-you-should-make-your-website-interactive-asap-and-how-to-do-it/?sh=683220d725cf>.

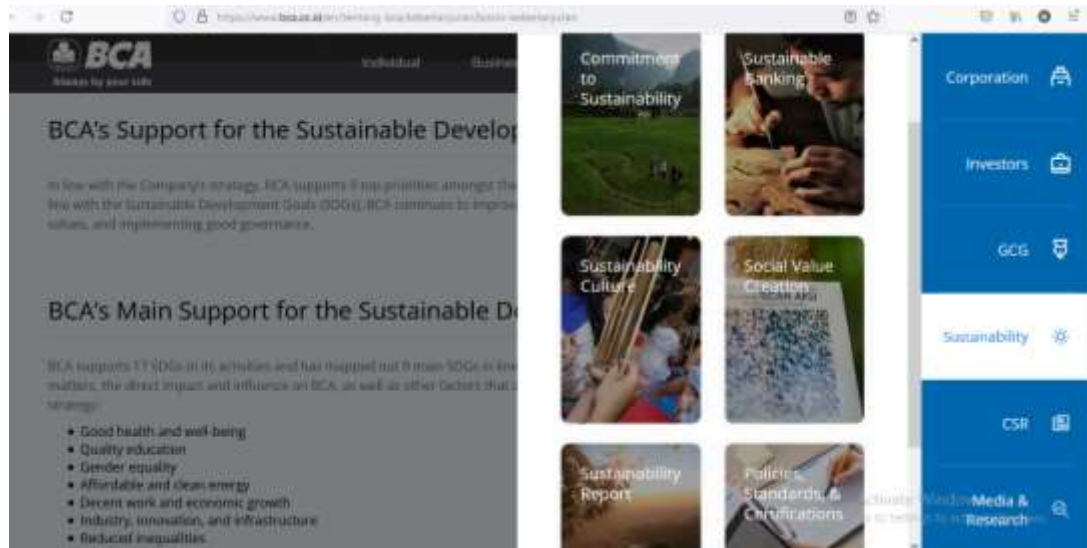


LAMPIRAN

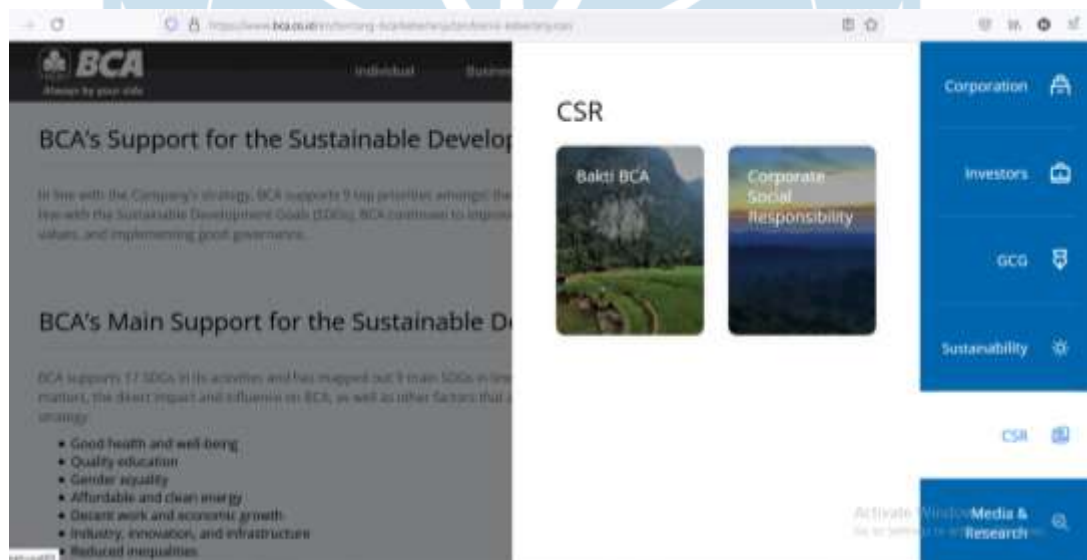
SITUS WEB BANK CENTRAL ASIA



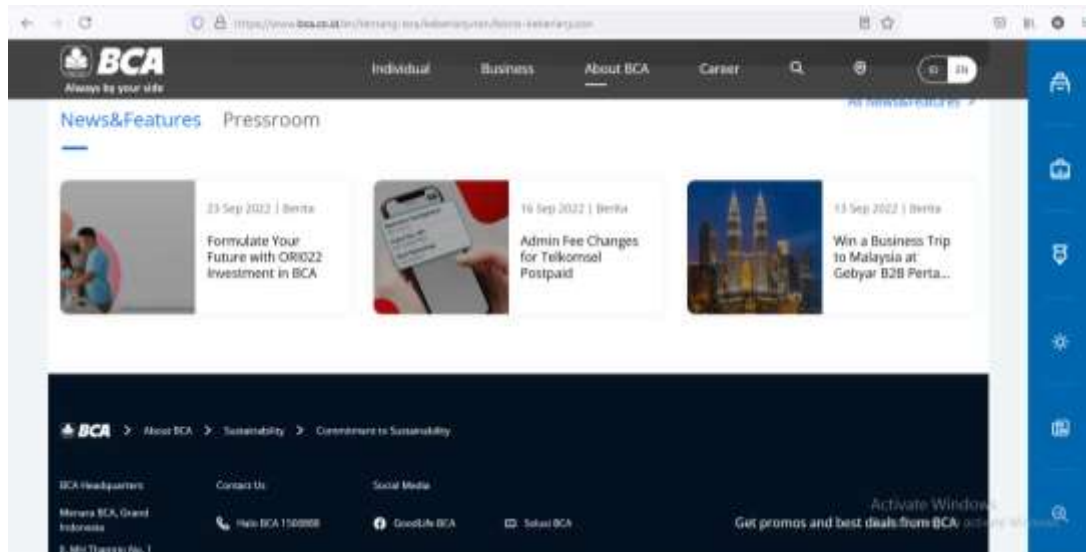
(Halaman Utama)



(Menu Keberlanjutan)



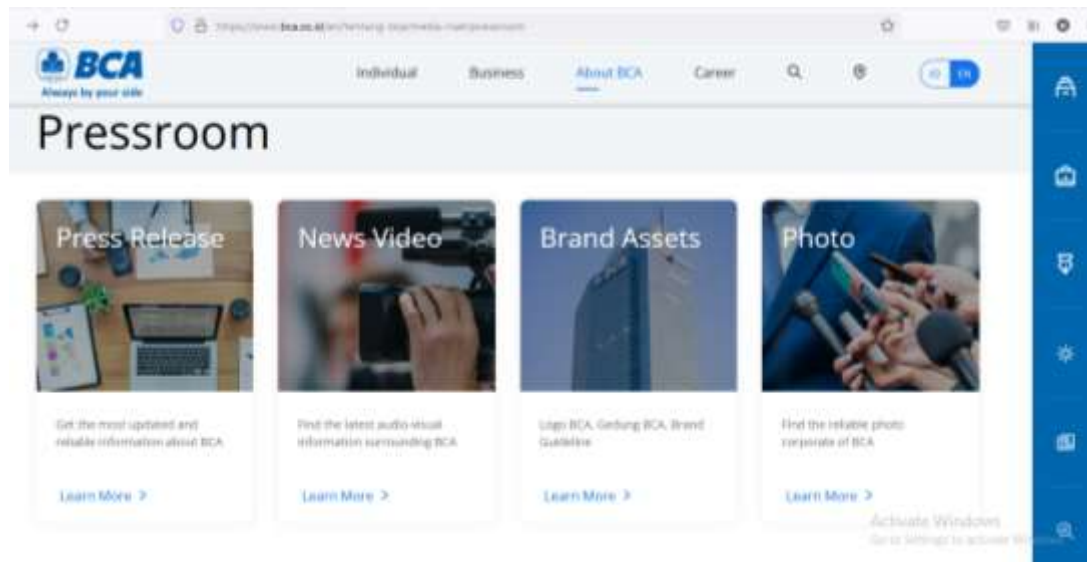
(Menu CSR)



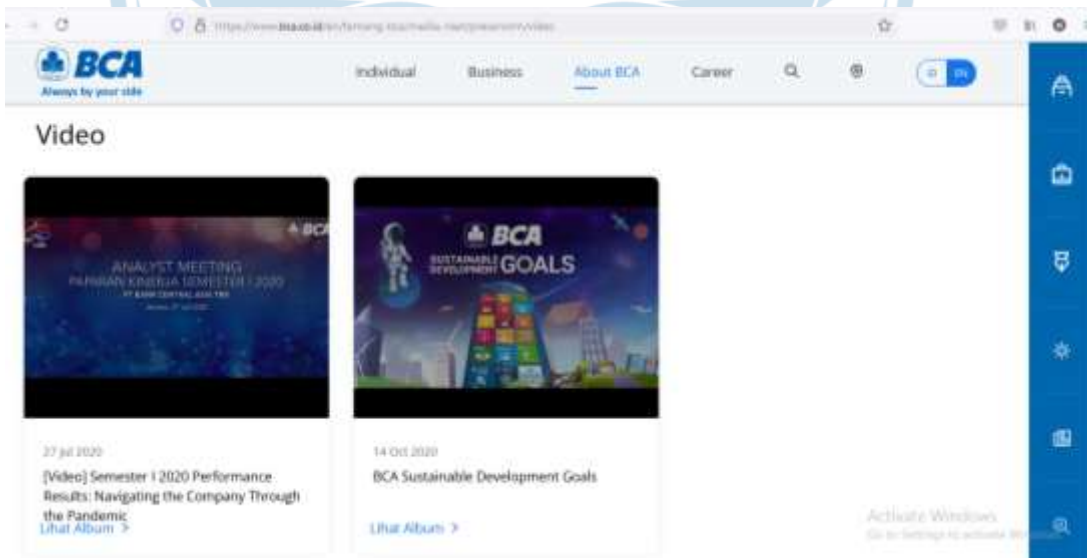
(Feather Halaman CSR dan Keberlanjutan)



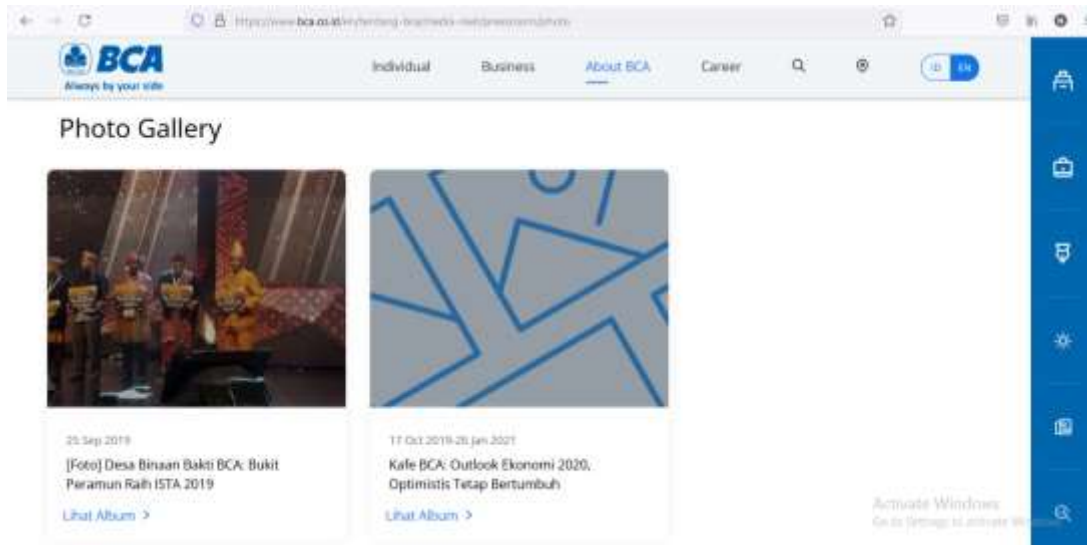
(Infografi CSR pada halaman Keberlanjutan)



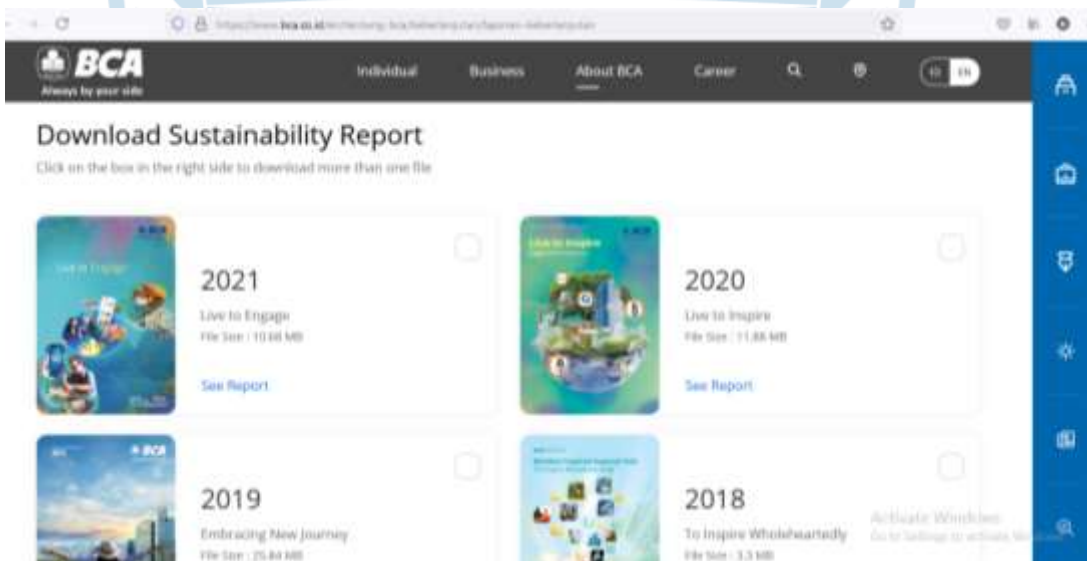
(Halaman *Pressroom* dimana terdapat *press* mengenai CSR)



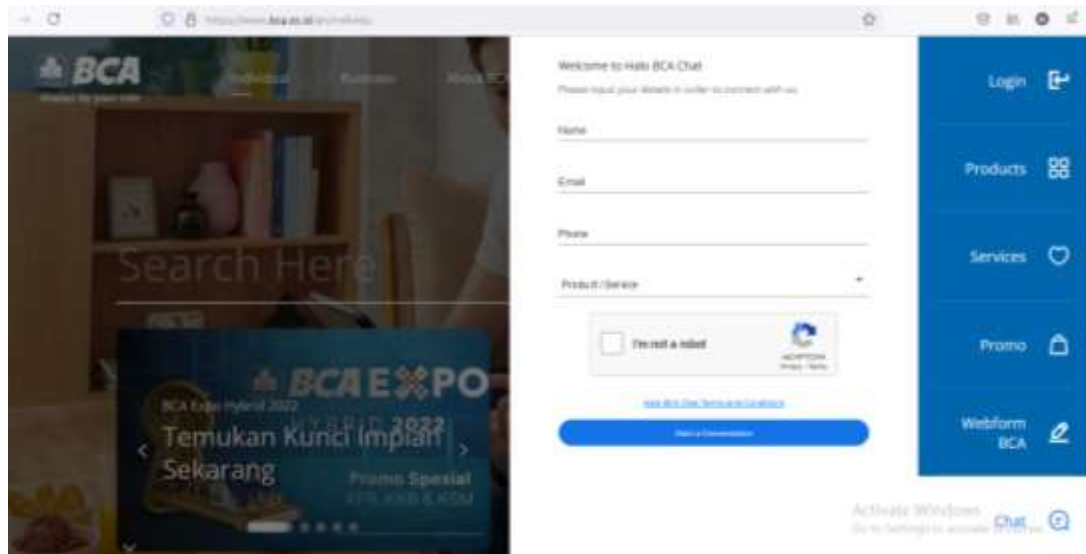
(Elemen Video mengenai CSR)



(Elemen Foto mengenai CSR)



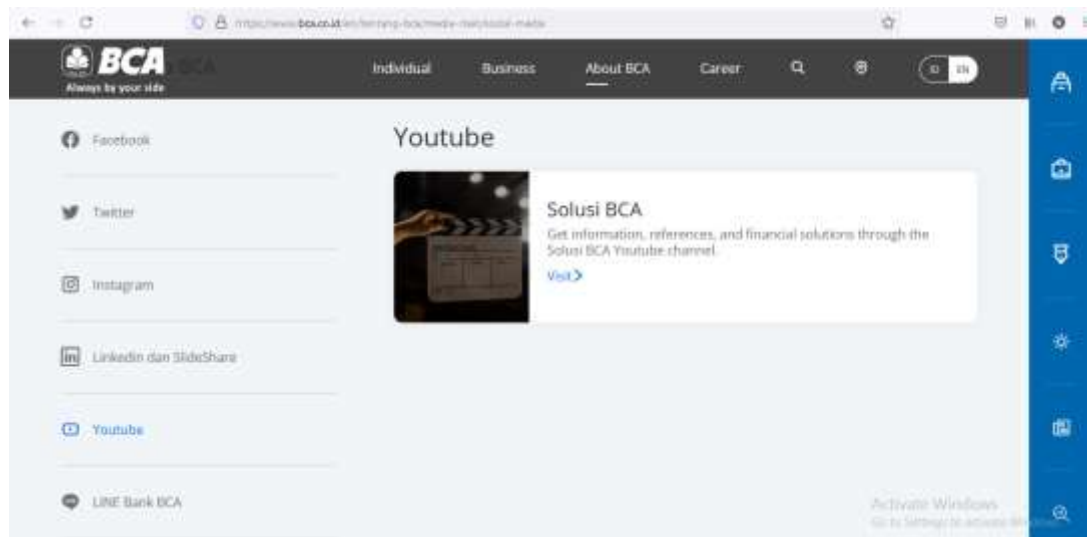
(Sustainability Report)



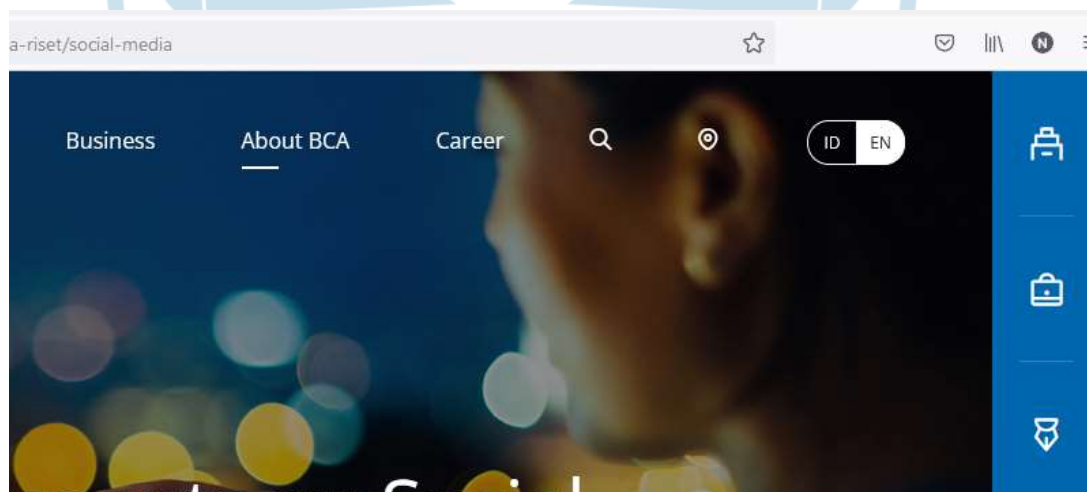
(Fitur Live Chat pada setiap Halaman)



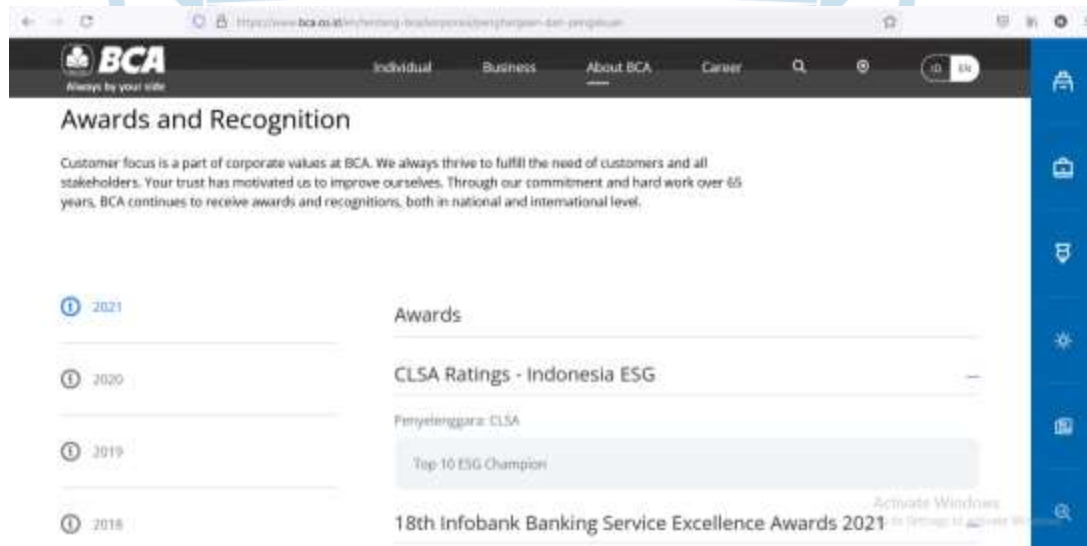
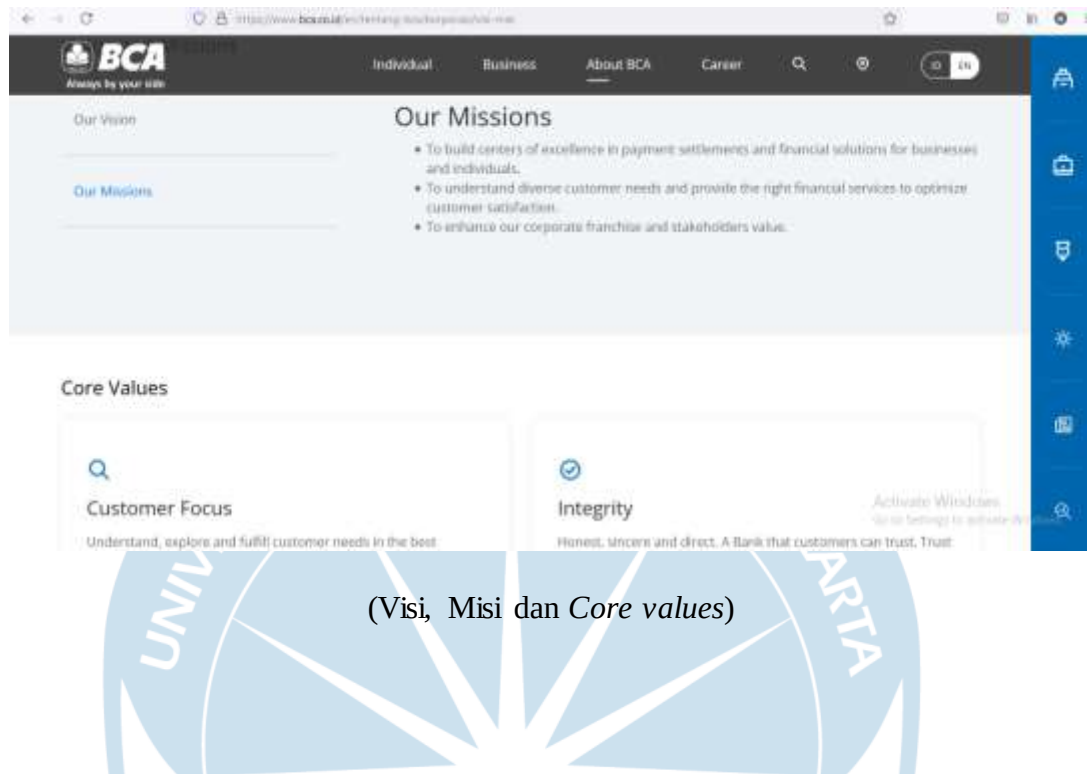
(Contoh terbitan artikel CSR)



(Saluran media sosial yang juga memuat informasi CSR)



(Fitur pencarian, ganti bahasa, dan filter)



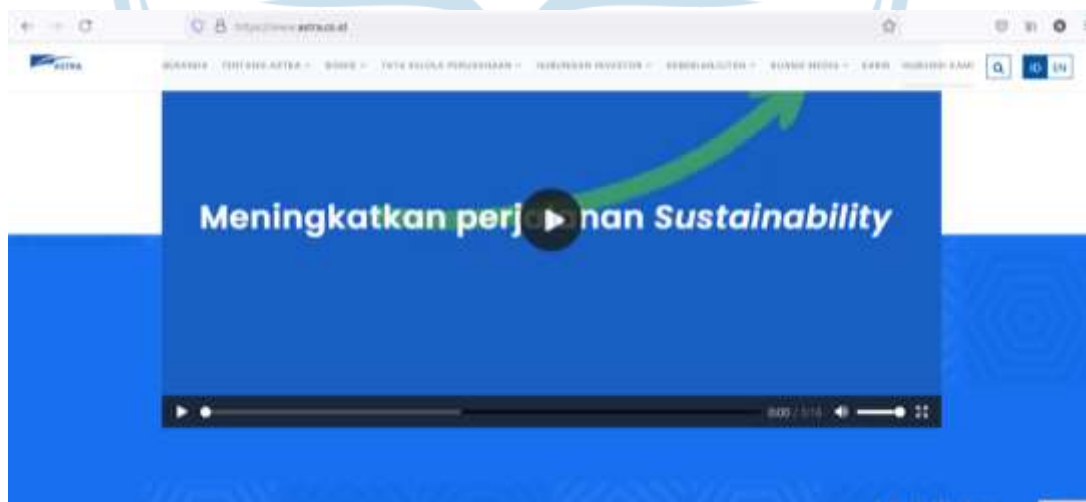


(Media Sosial Instagram Astra International)

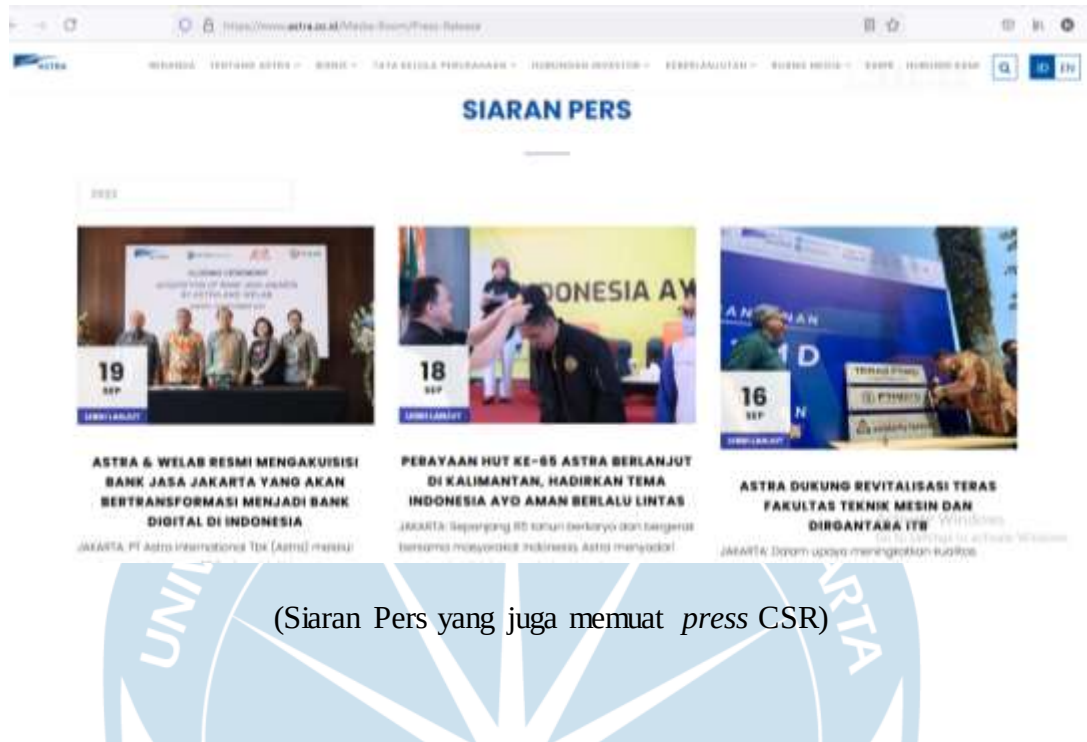
SITUS WEB ASTRA INTERNATIONAL



(Halaman Utama)



(Elemen Video mengenai CSR)



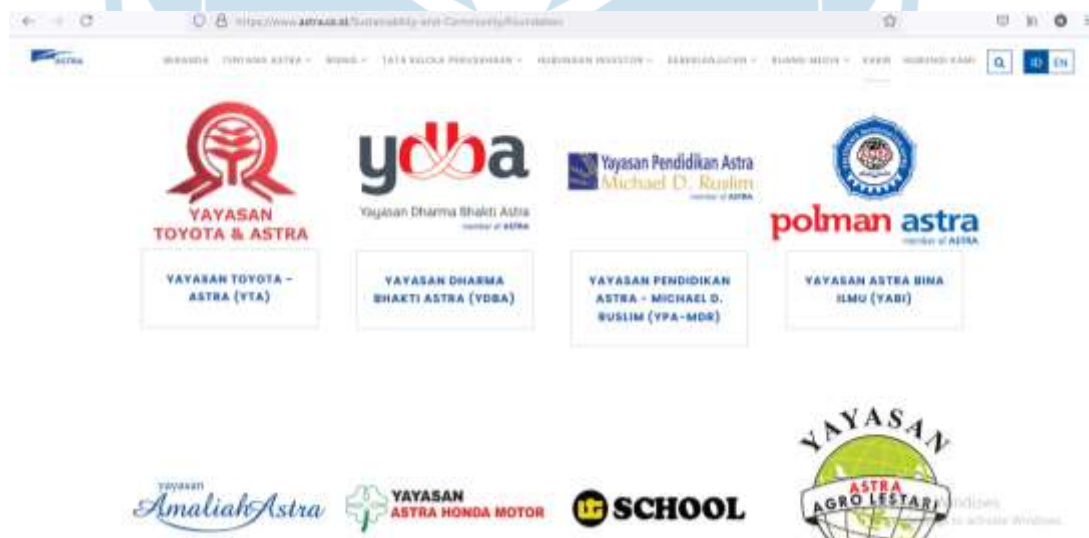
(Siaran Pers yang juga memuat *press* CSR)



(Artikel CSR yang diterbitkan oleh Astra)



(Infografi CSR)



(Yayasan mitra Astra untuk CSR)



(Elemen icons pada komunikasi CSR)



(Elemen foto terkait CSR)



(Halaman visi, misi, dan filosofi Astra)



(Media Sosial Instagram BCA)