

# CITRA PROGRAM BINA LINGKUNGAN PT. JAMU AIR MANCUR KARANGANYAR OLEH MASYARAKAT DAGEN

Yudana Ari S, Nurnawati H, dan Herning Suryo

## Program Sudi Ilmu Komunikasi

### ABSTRAK

Melihat betapa kuatnya pengaruh pelaksanaan program Bina Lingkungan terhadap pembentukan citra perusahaan, maka ketika sebuah perusahaan memiliki citra negatif, peranan sosial dari Program Bina Lingkungan yang telah dilakukan haruslah kembali dikaji. Melalui penelitian ini, peneliti berfokus pada Citra Program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar oleh Masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui citra program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan penelitian dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan analisis interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan masyarakat sekitar perusahaan terhadap program Bina Lingkungan telah memberikan kesan dan penilaian yang baik bagi perusahaan. Realitas dari program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur yaitu pemberian produk perusahaan dan sembako, hewan kurban kepada Masjid terdekat antara 1 sampai 2 ekor kambing, program bina lingkungan yang diterapkan perusahaan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sempat, dan program Bina Lingkungan rutin dilakukan oleh perusahaan. Adanya program Bina Lingkungan di PT. Jamu Air Mancur, masyarakat sekitar tidak ada yang komplain, melainkan masyarakat sekitar merasa senang dengan program Bina Lingkungan maupun keberadaan perusahaan, karena pihak masyarakat merasa diuntungkan dalam hal perekonomian, seperti halnya masyarakat mendapat peluang untuk membuka usaha, seperti: warung makan, membuat usaha kos-kosan dan lain-lain. Masyarakat menyadari timbulnya dampak positif dari terlaksananya program Bina Lingkungan. Masyarakat sekitar mendapatkan sembako secara gratis, Masjid sekitar mendapat bantuan hewan kurban yang berupa kambing. Selain itu, masyarakat juga menyadari dengan keberadaan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar.

Kata kunci: Citra, Program Bina Lingkungan.

### ABSTRACT

*Seeing how strong the influence of the implementation of the Community Development program on the formation of the company's image, when a company has a negative image, the social role of the Community Development Program that has been carried out must be re-examined. Through this research, the researcher focuses on the Image of the Community Development Program of PT. Karanganyar Fountain Herbal Medicine by the Community. The purpose of this study was to determine the image of the Community Development program of PT. Karanganyar Fountain Herbal Medicine by the community. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. Research informants using purposive sampling technique. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques with interactive analysis consisting of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the study show that the trust of the community around the company in the Community*

*Development program has given a good impression and assessment for the company. The reality of the Community Development program of PT. Jamu Air Mancur, namely giving the company's products and basic necessities, sacrificial animals to the nearest mosque between 1 to 2 goats, the environmental development program implemented by the company can be felt by the community for a time, and the Community Development program is routinely carried out by the company. The existence of the Community Development program at PT. Jamu Air Mancur, the local community has no complaints, but the surrounding community is happy with the Community Development program and the company's existence, because the community feels benefited in terms of the economy, as well as the community has the opportunity to open a business, such as: food stalls, making boarding houses - boarding house and others. The community is aware of the positive impact of the implementation of the Community Development program. The surrounding community received free basic necessities, the surrounding mosque received the assistance of sacrificial animals in the form of goats. In addition, the community is also aware of the existence of PT. The Karanganyar Fountain Jamu can provide great benefits to the surrounding community.*

*Keywords: Image, Community Development Program.*

## **PENDAHULUAN**

Era globalisasi seperti sekarang ini, badan usaha sebagai salah satu pelaku ekonomi mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan perekonomian dan masyarakat luas, sehingga suatu badan usaha tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan kreditor tetapi juga kepada masyarakat luas. Semakin berkembangnya perusahaan juga memunculkan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar di mana perusahaan itu beroperasi.

Persaingan perusahaan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk menjadi yang lebih unggul, perusahaan juga berlomba-lomba untuk bersaing agar mendapatkan citra terbaik dari masyarakat. Terdapat banyak hal yang dapat membentuk citra positif terhadap perusahaan salah satunya melalui program bina lingkungan sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Program Bina Lingkungan adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Pelaksanaan program Bina Lingkungan merupakan upaya untuk menyelaraskan strategi bisnis perusahaan dengan program-program berkesinambungan yang mengacu pada kebutuhan masyarakat. Pelaksanaan Program Bina Lingkungan tersebut dilakukan dengan memperhatikan tujuan pembangunan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan saat ini, tanpa mengabaikan hak generasi mendatang. Pelaksanaan Program Bina Lingkungan akhirnya bertujuan untuk membangun dan menjaga pendapat masyarakat agar selalu positif tentang perusahaan.

Salah satu keuntungan dari Program Bina Lingkungan adalah meningkatnya citra positif perusahaan, karena apabila perusahaan melakukan kegiatan yang positif dan bermanfaat bagi banyak pihak, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan *feed back* yang positif pula. Adona (2006:107) mendefinisikan citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka pribadi. Citra yang positif dari

suatu perusahaan akan memiliki dampak yang menguntungkan perusahaan tersebut, sedangkan citra yang negatif akan merugikan perusahaan. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan melakukan program Bina Lingkungan untuk membangun citra positif baik di media massa maupun di mata masyarakat luas.

Kecamatan Kebakkramat Kabupaten Karanganyar, terdapat banyak industri besar dari berbagai macam sektor. Salah satunya adalah sektor industri jamu, yaitu PT. Jamu Air Mancur. PT. Jamu Air Mancur merupakan salah satu perusahaan yang mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, terutama tanaman dan tumbuh-tumbuhan sebagai bahan baku produksi dalam pembuatan jamu. Kegiatan produksi PT. Jamu Air Mancur Karanganyar menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat sekitar, seperti polusi udara, polusi air yang disebabkan dari limbah industri perusahaan.

Munculnya permasalahan akibat aktivitas PT. Jamu Air Mancur tersebut, menjadi pembelajaran berharga bagi pemilik dan manajemen PT. Jamu Air Mancur untuk membuat kebijakan yang lebih memberi kepedulian dan tanggung jawab yang lebih baik kepada masyarakat sekitar, seperti ungkapan sebuah pribahasa dimana bumi dipijak disitu langit dijunjung, demikianlah pelaksanaan Proram Bina Lingkungan seharusnya bisa dioptimalkan oleh perusahaan untuk meminimalisir terjadinya dampak negatif bagi masyarakat.

Program Bina Lingkungan sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* PT. Jamu Air Mancur harus menjadi komitmen bersama dari perusahaan untuk bertanggung jawab dalam hal masalah-masalah sosial, termasuk juga perusahaan industri jamu yang merupakan jenis perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dengan mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian yang dilakukan di PT. Jamu Air Mancur di Karanganyar yang merupakan perusahaan industri jamu di Indonesia yang melaksanakan program Bina Lingkungan sebagai wujud *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Program Bina Lingkungan yang dilakukan di PT Jamu Air Mancur Karanganyar, terdiri atas program tidak tetap dan program tetap. Program tidak tetap, berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang terkena musibah, seperti tsunami di Aceh, bencana gunung Merapi dan Kelud yang melutus, dan juga bencana banjir di pinggiran Bengawan Solo. Program tetap, PT. Jamu Air Mancur melakukan berbagai kegiatan, diantaranya:

1. Bina lingkungan merangkul lingkungan sekitar supaya terjaga kondisi rukun.
2. Setiap hari raya besar Idhul Adha memberikan hewan kurban di Masjid sekitar pabrik.
3. Setiap Idhul Fitri memberikan zakat fitrah di tingkat desa yang di tempati PT Jamu Air Mancur. Zakat diserahkan ke Kantor Desa dan Masjid terdekat dengan perusahaan sebanyak 17 Kantor Desa dan Kecamatan.
4. Setiap 17 Agustus memberikan support dana ke Kelurahan, Kecamatan, bahkan ke Kabupaten yang dilakukan secara rutin dengan menyesuaikan kebijakan nominal dana dari masing masing tingkat daaerah.
5. Memberikan Tahmir Masjid, bantuan pendidikan kepada putra dan putri karyawan yang kurang mampu dari tingkat TK sampai SMA. Bantuan untuk pendidikan bagi putra-putri karyawan yang tidak mampu berupa uang melalui Masjid Air Mancur.

Melihat betapa kuatnya pengaruh pelaksanaan program Bina Lingkungan terhadap pembentukan citra perusahaan, maka ketika sebuah perusahaan memiliki citra negatif, peranan sosial dari Program Bina Lingkungan yang telah dilakukan haruslah kembali dikaji. Melalui penelitian ini, peneliti berfokus pada Citra Program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar oleh Masyarakat. Berdasarkan latar belakang diatas maka

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui citra program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar oleh masyarakat Dagen.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

*Public relations* pada intinya menjadi jembatan penghubung antara perusahaan dengan masyarakat yang menyampaikan pesan secara dua arah dari dalam perusahaan ke luar perusahaan maupun sebaliknya. Melalui komunikasi yang baik antara PR dengan masyarakat, perusahaan akan mendapatkan citra yang positif di mata masyarakat.

Citra perusahaan menurut Supranto dan Limakrisna (2017: 132), didefinisikan sebagai apa yang konsumen pikir dan rasakan ketika mendengar atau melihat suatu merek dan apa yang konsumen pelajari tentang merek tersebut. Citra perusahaan disebut juga sebagai memori merek yang skematis, berisi interpretasi pasar sasaran tentang karakteristik produk, manfaat produk, situasi penggunaan dan karakteristik pemasaran.

Menciptakan citra yang positif terhadap perusahaan merupakan tujuan utama bagi seorang *Public Relations*. Untuk mengukur citra perusahaan, baik citra positif maupun negatif diperlukan alat ukur untuk mengetahui citra perusahaan tersebut. Menurut Ruslan (2015: 27) ada empat hal yang digunakan sebagai alat pengukur pembentukan citra perusahaan yaitu: 1) Kepercayaan, merupakan kesan, dan pendapat atau penilaian positif khalayak terhadap suatu perusahaan; 2) Realitas, menggambarkan suatu yang realitas, jelas terwujud, dapat diukur, dan hasilnya dapat dirasakan di pertanggung jawabkan dengan perencanaan yang matang dan sistematis bagi responden; 3) Terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, menggambarkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publiknya, dan 4) Kesadaran, adanya kesadaran khalayak tentang perusahaan dan perhatian terhadap produk yang dihasilkan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Pihak yang dijadikan informan adalah yang dianggap mempunyai informasi (*key-informan*) yang dibutuhkan di wilayah penelitian. Cara yang digunakan untuk menentukan informan kunci tersebut peneliti menggunakan teknik "*purposive sampling*" atau sampling bertujuan. "*Purposive sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan informannya (Sugiyono, 2014: 128)". Menurut peneliti, informan dalam penelitian ini, antara lain: Pegawai Bagian Humas, dan masyarakat yang menerima CSR dari PT. Jamu Air Mancur. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Mengkaji keabsahan data digunakan teknik triangulasi data (sumber). Analisis data menggunakan analisis *interactive model of analysis*, yang terdiri 3 jenis komponen yaitu data reduksi, data display dan data kesimpulan. (Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2014: 92).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur sebagai upaya untuk menyelaraskan strategi bisnis perusahaan dengan program-program berkesinambungan yang mengacu pada kebutuhan masyarakat. Pelaksanaan Program Bina Lingkungan tersebut dilakukan dengan memperhatikan tujuan pembangunan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan saat ini, tanpa mengabaikan hak generasi mendatang. Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur bertujuan untuk membangun dan menjaga persepsi masyarakat agar selalu positif terhadap perusahaan.

Keuntungan yang didapat dari Program Bina Lingkungan bagi PT. Jamu Air Mancur adalah meningkatnya citra positif perusahaan, karena apabila perusahaan melakukan kegiatan yang positif dan bermanfaat bagi banyak pihak, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan *feed back* yang positif pula. Citra yang positif dari suatu perusahaan akan memiliki dampak yang menguntungkan perusahaan tersebut, sedangkan citra yang negatif akan merugikan perusahaan. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan melakukan program Bina Lingkungan untuk membangun citra positif baik di media massa maupun di mata masyarakat luas

Berbagai kegiatan dalam program Bina Lingkungan yang ada di PT. Jamu Air Mancur tersebut diharapkan dapat menumbuhkan citra yang positif dari masyarakat. Terbentuknya citra dari program Bina Lingkungan yang dilakukan PT. Jamu Air Mancur, dapat dilihat dari empat aspek, yaitu kepercayaan, realitas, terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, dan kesadaran.

#### 1. Kepercayaan

Citra program Bina Lingkungan yang dilakukan PT. Jamu Air Mancur, ditinjau dari aspek kepercayaan menunjukkan kepercayaan masyarakat sekitar perusahaan telah memberikan kesan dan penilaian yang baik terhadap perusahaan, walaupun masih ada beberapa warga masyarakat yang belum mengetahui adanya program Bina Lingkungan, hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi dari pihak perusahaan. Oleh karena itu pihak perusahaan harus lebih meningkatkan lagi sosialisasi terkait dengan program Bina Lingkungan kepada masyarakat sekitar, dengan harapan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dapat lebih meningkat, meningkatnya kepercayaan merupakan aspek yang sangat penting dalam hal mewujudkan citra positif perusahaan. Hal ini ada relevansinya dengan pendapat Saputri (2010) bahwa citra perusahaan adalah sumber keunggulan kompetitif: karena fakta bahwa citra perusahaan hanya dapat dibentuk selama waktu yang lama, menjadi sulit untuk meniru. Selain itu, citra perusahaan menciptakan kepercayaan konsumen dan menghalangi pesaing untuk memasuki pasar.

Timbulnya kepercayaan masyarakat terhadap program Bina Lingkungan yang dijalankan PT. Jamu Air Mancur, menunjukkan ada relevansinya dengan pendapat Sutojo (2014) bahwa kepercayaan timbul karena adanya suatu rasa percaya kepada pihak lain yang memang memiliki kualitas yang dapat mengikat dirinya, seperti tindakannya yang konsisten, kompeten, jujur, adil, bertanggung jawab, suka membantu dan rendah hati. Kepercayaan warga masyarakat terhadap perusahaan diimplementasikan dari kredibilitas perusahaan dan kepedulian perusahaan pada masyarakat sekitar yang ditujukan melalui performance perusahaan pada pengalaman melakukan hubungan dengan warga masyarakat sekitarnya.

#### 2. Realitas

Realitas dari program Bina Lingkungan yang dilakukan PT. Jamu Air Mancur yaitu perusahaan memberikan produk perusahaan dan sembako, memberikan hewan kurban kepada Masjid terdekat antara 1 sampai 2 ekor kambing, program bina lingkungan yang diterapkan perusahaan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar, dan program Bina Lingkungan rutin dilakukan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa realitas dari program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur benar-benar dapat terwujud dengan jelas terwujud, dapat diukur, dan hasilnya dapat dirasakan serta dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan.

### 3. Terciptanya Kerjasama yang Saling Menguntungkan

Program Bina Lingkungan yang dijalankan PT. Jamu Air Mancur menunjukkan dapat mewujudkan kerjasama yang saling menguntungkan antara masyarakat sekitar dengan pihak perusahaan. Meskipun dari segi pengetahuan terhadap produk perusahaan belum sepenuhnya masyarakat mengetahuinya. Terjalannya kerjasama yang saling menguntungkan tersebut dapat dilihat dari tidak adanya komplain dari masyarakat sekitar, melainkan masyarakat sekitar merasa senang dengan program Bina Lingkungan maupun keberadaan perusahaan, karena pihak masyarakat merasa diuntungkan dalam hal perekonomian, seperti halnya masyarakat mendapat peluang untuk membuka warung makan, membuat usaha kos-kosan dan lain-lain.

Terbukanya peluang usaha bagi masyarakat sekitar inilah yang dirasa menguntungkan. Begitu juga dengan pihak PT. Jamu Air Mancur, keuntungan yang diperoleh dari pelaksanaan program Bina Lingkungan yaitu masyarakat sekitar tidak ada yang komplain terhadap kegiatan produksi perusahaan. Dengan terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan inilah, citra dari program Bina Lingkungan yang diterapkan PT. Jamu Air Mancur menjadi baik.

### 4. Kesadaran

Ditinjau dari aspek kesadaran, program Bina Lingkungan yang diterapkan PT. Jamu Air Mancur menunjukkan masyarakat menyadari adanya dampak positif dari adanya program Bina Lingkungan, dan masyarakat juga menyadari manfaat yang muncul dari keberadaan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar. Namun demikian, program Bina Lingkungan yang dijalankan perusahaan kenyataannya juga belum mampu membuat masyarakat sekitar dapat memperhatikan produk-produk hasil produksi perusahaan, serta jarang mengkonsumsi jamu hasil produksinya.

Kurangnya perhatian masyarakat sekitar terhadap produk hasil produksi PT. Jamu Air Mancur, bukanlah faktor utama yang diharapkan pihak perusahaan, karena lambat laun masyarakat sekitar akan mengetahui dan mau memperhatikan produk-produk PT. Jamu Air Mancur, selaku produk yang dihasilkan menunjukkan kualitas yang diharapkan. Hal yang terpenting adalah dengan adanya program Bina Lingkungan, nama baik atau citra PT. Jamu Air Mancur di mata masyarakat tetap terjaga dengan baik dan positif.

Nama baik atau citra positif perusahaan dapat memberikan manfaat yang besar bagi perusahaan itu sendiri. Sebagaimana pendapat Sutojo (2014: 3) bahwa citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat sebagai berikut: a. Daya saing jangka menengah dan panjang, di mana citra perusahaan yang baik dan kuat akan menjadi identitas atau kepribadian perusahaan yang tidak mudah ditiru perusahaan lain sekaligus melindungi perusahaan dari pesaing; b. Menjadi perisai selama masa krisis, di mana perusahaan yang memiliki citra baik dan kuat akan lebih mudah mendapat dukungan serta maaf dari masyarakat atas kesalahannya; c. Menjadi daya tarik eksekutif handal. Sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan mampu menarik, memotivasi dan menahan eksekutif andal yang merupakan aset penting penggerak roda perusahaan; d. Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran, dengan citra yang sudah terbentuk dengan baik, dalam menerjunkan produk baru di pasar maka kegiatan melakukan strategi pemasaran tidak akan sebesar saat belum adanya citra; e. Penghematan biaya operasional, hal ini dapat diketahui sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan membutuhkan biaya untuk mempromosikan produk lebih sedikit atau lebih hemat dibandingkan yang dilakukan oleh perusahaan yang belum memiliki citra atau bahkan belum dikenal konsumen.

## **KESIMPULAN**

Citra program Bina Lingkungan yang diterapkan PT. Jamu Air Mancur ditinjau dari aspek kepercayaan menunjukkan kepercayaan masyarakat sekitar perusahaan terhadap program Bina Lingkungan telah memberikan kesan dan penilaian yang baik bagi perusahaan, walaupun masih ada beberapa warga masyarakat yang belum mengetahui adanya program Bina Lingkungan, hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi dari pihak perusahaan.

Citra program Bina Lingkungan ditinjau dari aspek realitas menunjukkan realitas dari program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur yaitu perusahaan memberikan produk perusahaan dan sembako, memberikan hewan kurban kepada Masjid terdekat antara 1 sampai 2 ekor kambing, program bina lingkungan yang diterapkan perusahaan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sempat, dan program Bina Lingkungan rutin dilakukan oleh perusahaan.

Citra program Bina Lingkungan ditinjau dari aspek terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, menunjukkan bahwa dengan adanya program Bina Lingkungan di PT. Jamu Air Mancur, masyarakat sekitar tidak ada yang komplain, melainkan masyarakat sekitar merasa senang dengan program Bina Lingkungan maupun keberadaan perusahaan, karena pihak masyarakat merasa diuntungkan dalam hal perekonomian, seperti halnya masyarakat mendapat peluang untuk membuka usaha, seperti: warung makan, membuat usaha kos-kosan dan lain-lain.

Citra program Bina Lingkungan ditinjau dari kesadaran, menunjukkan bahwa masyarakat menyadari timbulnya dampak positif dari terlaksananya program Bina Lingkungan. Masyarakat sekitar mendapatkan sembako secara gratis, Masjid sekitar mendapat bantuan hewan kurban yang berupa kambing. Selain itu, masyarakat juga menyadari dengan keberadaan PT. Jamu Air Mancur Karanganyar dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar. Walaupun masyarakat sekitar sendiri kurang memperhatikan produk-produk hasil produksi perusahaan dan jarang mengkonsumsi jamu hasil produksinya.

## **SARAN**

Program Bina Lingkungan yang dijalankan belum dapat memperkenalkan produk-produk perusahaan kepada masyarakat. Untuk itu pihak perusahaan dalam menjalankan program Bina Lingkungan hendaknya menyertakan sosialisasi kepada masyarakat tentang jenis produk-produk yang dihasilkan dan manfaat dari produk-produk tersebut.

Penelitian mengenai citra program Bina Lingkungan PT. Jamu Air Mancur oleh masyarakat ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian serupa yang lebih mendalam dari aspek temuan penelitian, analisis dengan teori-teori yang lebih lengkap, dan pemilihan narasumber yang lebih lengkap secara demografi. Sehingga dapat dihasilkan temuan penelitian yang lengkap dan bisa memperkaya referensi dalam bidang program Bina Lingkungan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adona, Fitri. 2006. *Citra dan Kekerasan Simbolik dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Ruslan, Rosadi. 2015, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Saputri, Nurmaya. 2010. “Analisis Program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT *Fast Food* Indonesia di Kota Semarang”. *Jurnal*. Universitas diponegoro.

Supranto dan Limakrisna. 2017. *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Kencana Media.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sutojo, Siswanto. 2014. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.