

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada bab IV, 74 orang atau sebesar 76% menyatakan buletin Integritas efektif sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi sedangkan 24 orang atau sebesar 24% menyatakan tidak efektif. Nilai rata – rata responden adalah sebesar 2,82 yangmana angka tersebut menunjukkan bahwa efektivitas buletin Integritas adalah rendah berdasarkan enam indikator yang digunakan yakni *significant*, *magnitude*, *aktualitas*, *proximity*, *human interest* dan *prominent*.

Tingkat efektivitas pada enam region adalah beragam dan rata – rata memiliki tingkat efektivitas tinggi. Efektivitas tertinggi terdapat di dua region yakni region Sumatra dan Jawa Timur. Dua region tersebut memiliki tingkat efektivitas tinggi karena nilai rata – rata dari enam indikator yang digunakan adalah tinggi. hal tersebut dapat terjadi karena karyawan region Sumatra dan Jawa Timur rutin membaca buletin Integritas setiap tiga bulan. Disamping itu juga untuk menyiasati keterlambatan buletin yang datang HRRM region Sumatra memberikan file pdf buletin dan disebarakan melalui grup chat pada cabang kantor region Sumatra. Frekuensi membaca setiap tiga dan enam bulan adalah frekuensi tertinggi yang dipilih responden. Laki – laki merupakan responden yang paling sering membaca buletin Integritas karena pada tahun 2018 jumlah karyawan laki – laki lebih banyak dibandingkan karyawan wanita. Usia 40 – 49 merupakan usia karyawan yang tertinggi menyatakan buletin Integritas efektif karena pada usia tersebut jumlah karyawan lebih besar. Grade 10 -12 adalah yang menyatakan paling efektif karena jumlah karywan pada grade tersebut lebih besar (junior staf, staf dan senior staf) dan juga karena budaya pada perusahaan tersebut yang cenderung

berorientasi pada profit maka grade di atas 10 – 12 biasanya jarang membaca buletin dan menganggap Integritas hanyalah sebagai pelengkap walaupun banyak dari mereka mendapatkan buletin sendiri. Divisi Marketing merupakan divisi yang memiliki jumlah karyawan paling besar maka dari itu responden dari divisi tersebut yang menyatakan efektif paling tinggi. Masa kerja 6 – 8 tahun adalah responden dengan jumlah tertinggi menyatakan bahwa buletin Integritas efektif sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi karyawan karena pada masa kerja tersebut karyawan memiliki rasa memiliki dan rasa ingin tahu lebih besar terhadap informasi yang berkembang di perusahaan.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Saran peneliti adalah penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa lainnya atau penelitian ini dapat disempurnakan lebih baik lagi di kemudian hari. Hal ini dilakukan untuk melihat fenomena serupa dari sisi yang berbeda misalnya untuk pendekatan dan metode penelitian bisa dilakukan dengan cara lain.

V.2.2. Saran Praktis

Saran peneliti berdasarkan keseluruhan hasil efektivitas Buletin Integritas sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi karyawan dari responden tergolong rendah dan hanya dua region dari total enam region yang memiliki efektivitas tinggi. Nilai rendah rata – rata muncul pada indikator nilai berita magnitude dan proximity. Untuk berita atau artikel yang dimuat juga harus melihat dua nilai berita tersebut agar karyawan dapat memiliki minat baca yang lebih tinggi lagi pada media internalnya apalagi Buletin Integritas adalah satu- satunya media internal yang dimiliki PT. Catur Sentosa Adiprana Tbk. Peneliti berharap untuk ke depannya berita atau artikel yang dimuat dalam Buletin Integritas harus memiliki pengaruh bagi si pembaca

dan juga memiliki kedekatan baik secara geografis ataupun psikologis serta digiatkan lagi agar karyawan bisa mengirimkan hasil karya berupa artikel untuk dimuat ke dalam Buletin Integritas.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Anggoro, M Linggar.(2002). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT Ikrar Mandiriabadi
- Azwar, Saiffudin.(2012). *Metode Penelitian*.Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset
- Bonar, S.K.. (1993). *Hubungan Masyarakat Modern*. Jakarta :PT Rineka Cipta
- Effenndy, Onong Uchjana.(2009).*Human Relation & Public Relation*.Bandung:CV Mandar Maju
- Ghozali, Dody M.(2005) *Communication Measurement; Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relations*.Bandung:Simbiosis Ekatama Media
- Hadi, Sutrisno.(1984).*Metodologi Research untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Kriyantono, Rachmat (2014) *Teknis Praktis Riset Komunika*s, Jakarta:Kencana Prenamedia Group
- Lattimore, Dan. Otis Baskin, Suzette T. Heiman, dan Elizabeth L. Toth. 2014.*Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moerdijati, Sri. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media
- Moore, H.Frazier. 2000. *Hubungan Masyarakat Prinsip, Kasus dan Masalah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rosady, Ruslan (2016). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ruliana, Poppy. 2016. *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2015. *Dasar-Dasar Public Relations*.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Silalahi, Ulber. 2017. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Siregar, Ashadi dan Rondang Pasaribu.2000.*Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*.Yogyakarta:Kanisius
- Sugiyono.2015.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*,Bandung:Alfabeta

JURNAL

Astrid, A. Fauziah. 2017. Eksistensi Media Internal Sebagai Alat Kehumasan (Studi Kasus Majalah Empati PSMP Toddopuli Makassar). *Jurnalisa*. 03(1). Halaman 136-150.

Engkus Kuswono. 2001. Efektivitas Komunikasi Organisasi. *Mediator*. 2(1). 55-61.

Sasongko, Annisa Febiastu. 2017. Aktivitas Penggunaan Portal Telkom Sebagai Media Komunikasi Internal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Telkom DCS Regional Semarang. *Jurnal The Messenger*. 9(2). 203-209.

Novia, Jessica. 2013. Efektivitas Media Komunikasi Internal SMAK Kolese Santo Yusup. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*. 1(01). 2-10.

Susyanti, Dewi Winarni. 2013. Media Internal Sebagai Jembatan Komunikasi Di Dalam Perusahaan. *Epigram*. 10(2). 96-101.