

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1. Kesimpulan

Melalui pembahasan keseluruhan yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa media internal website “SMILE” efektif sebagai media komunikasi internal PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Hasil diperoleh melalui jawaban 84 responden dengan enam poin indikator.

Pertama, indikator penerima (*receiver*) berfungsi efektif dalam menerima pesan dan informasi perusahaan melalui *website* “SMILE”. Kedua, *website* “SMILE” berfungsi dengan efektif sebagai media komunikasi internal PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk melalui indikator isi (*content*). Ketiga, *website* “SMILE” efektif sebagai media komunikasi internal perusahaan yang menyediakan informasi secara rutin setiap harinya dan memiliki lebih dari satu informasi melalui indikator ketepatan waktu (*timing*).

Keempat, *website* “SMILE” efektif sebagai media komunikasi internal PT Semen Indonesia (Persero) Tbk sebagai satu-satunya media komunikasi penyampai informasi melalui indikator media komunikasi (*media*). Kelima, indikator format berfungsi dengan efektif dalam menyatakan media internal “SMILE” disajikan dalam bentuk *website*. Keenam, indikator sumber pesan (*source*) berfungsi dengan efektif dalam menyatakan *website* “SMILE” sebagai media komunikasi internal perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk yang sumber informasinya berasal dari narasumber resmi yang dipilih oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pria, dengan usia 40 - 49 tahun yang memiliki jenjang pendidikan Sarjana. Didominasi karyawan yang berada di eselon 4 dengan lama masa kerja dalam kurun waktu 20 – 29 tahun.

## **V.2. Saran**

### **V.2.1. Saran Akademis**

Saran akademis yang dapat diberikan dari hasil penelitian tentang efektivitas media internal “SMILE” sebagai media komunikasi internal PT Semen Indonesia (Persero) Tbk bagi peneliti selanjutnya adalah untuk melakukan penelitian serupa namun menggunakan indikator yang berbeda. Selain itu, peneliti juga dapat melakukan penelitian serupa dengan menggunakan metode analisis isi ataupun dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan terdapat berbagai cara untuk meneliti efektivitas media internal, sehingga penelitian semacam ini dapat dilakukan kembali namun dengan cara yang berbeda.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Saran praktis yang dapat diberikan dari hasil penelitian tentang efektivitas media internal “SMILE” sebagai media komunikasi internal PT Semen Indonesia (Persero) Tbk bagi divisi *Intrnl Rel, Web & Social Media* untuk lebih maksimal dalam melakukan upaya publikasi kepada seluruh karyawan mengenai beralihnya media internal perusahaan yang semula dalam bentuk cetak dan kini telah menjadi media internal dalam bentuk *website*. Upaya ini harus dilakukan agar seluruh karyawan menyadari bahwa

*website* “SMILE” merupakan satu-satunya media internal perusahaan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

## DAFTAR PUSTAKA

**BUKU :**

Arikunto, Suharsimi. (1999). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : PT.Rineka Cipta.

Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Effendy, Uchjana Onong. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Elvinaro, A. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia.

Gibson, James L., John M. Ivancevich dan James H. Donnelly, Jr. (1994). *Organisasi dan Manajemen. Perilaku, Struktur, Proses*. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga.

Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi : Teori dan Praktek*. Jakarta: Grafindo.

Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Penerbit Erlangga, Jakarta

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing : Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhammad, Arni. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi : Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sendjaja, Djuarsa, Sasa. (2017). *Teori Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suharsono & Lukas, D. (2013). *Komunikasi Bisnis : Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta : CAPS.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.

Wawan, A dan Dewi, M. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Manusia..* Yogyakarta : Nuha Medika.

**JURNAL :**

Astrid, F. (2017). Eksistensi Media Internal Sebagai Alat Kehumasan (Studi Kasus Majalah Empati Psmpp Toddopuli Makassar). *Jurnal Komunikasi*, Vol.3 Nomor 1 : 136-150.

Beata, Benedicta. (2016). Efektivitas “Tabloid Jubileum” Sebagai Media Internal Bagi Umat Katolik di Wilayah Keuskupan Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 4 Nomor 1:1-8.

Fadillah, Arif. (2013). Efektivitas Website Sman 5 Samarinda Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Siswa. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 Nomor 1 : 113 -125.

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

Gandhi, T. & Destania, Suci. (2015). Pengelolaan Media Internal “Newsletter Legal & Corsec” Pt Salim Ivomas Pratama Tbk Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, Vol.14 No. 2 : 192-205.

Novia, Jessica. (2013). Efektivitas Media Komunikasi Internal SMAK Kolese Santo Yusup. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol.1 Nomor 1:10.

Nurullita,V. & Wilujeng, K. (2011). Hubungan Antara Tingkat Penyajian Media Internal Bulletin “Fokus” Dengan Sikap Karyawan Terhadap

Penyajian Bulletin “Fokus” Di Kantor Pusat Pt. Sarinah (Persero). *Jurnal Komunikasi*, Vol.8 Nomor 1 : 43-59.

Pasaribu, Z. & Agung, Diah. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Internal Portal PT. Dirgantara Indonesia Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Komunikasi*, Vol.14 Nomor 1:61-70.

Sulastri, R., Wulan, R., & Nasionalita, K. (2016). Efektivitas Media Internal Intranet Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Bio Farma (Persero). *Jurnal Komunikasi*, Vol.3 Nomor 2 : 2203-2210.

Tri, Yesi. (2014). Pengaruh Motif Penggunaan Media Internal Excellence Terhadap Kepuasan Informasi Karyawan Perseroan Terbatas (Pt) Bank Riau Kepri Pekanbaru. *Jurnal SKomunikasi*, Vol.1 Nomor 2 : 1-13.