

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi Internal *Public Relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di Kompas tahun 2012 sudah berlangsung secara efisien, efektif dan terencana. Membangun jaringan komunikasi interaktif antara karyawan, manajemen dan direksi. Selain itu *Public Relations Officer* juga turut membantu proses restrukturisasi, mulai dari sosialisasi dan membantu terciptanya dan memelihara budaya perusahaan yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Strategi internal *Public Relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan menunjukkan bahwa program-program kegiatan internal dapat menimbulkan sikap pada kalangan internal dalam perusahaan yaitu program komunikasi internal membentuk sikap positif bagi karyawan sebagai khalayak internal perusahaan.

Hasil dari strategi internal ini yaitu terkumpulnya fakta dan memberikan masukan kepada pihak perusahaan, misalnya memberikan data bagi pimpinan untuk persiapan rapat umum. Hal ini telah memungkinkan keefektifan awal untuk mendorong perubahan pendekatan dan pelaksanaan. Sasaran diterapkannya budaya perusahaan ini kepada seluruh anggota karyawan. Tujuan diterapkan strategi ini adalah untuk mengubah sikap dan perilaku sumber daya manusia yang ada agar dapat meningkatkan produktivitas kerja untuk menghadapi berbagai tantangan dimasa yang akan datang. Serta untuk menyelenggarakan dan

bertanggung jawab atas penyampaian informasi atau pesan secara lisan atau tertulis kepada publik, sehingga karyawan mempunyai pengertian tentang hal pokok perusahaan, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

Strategi tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran global dari budaya organisasi tertentu. Gambaran ini menjadi dasar organisasi, bagaimana masalah dapat terselesaikan didalam perusahaan tersebut melalui program dan strategi internal yang dilaksanakan. Maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penentuan (Enachment) yaitu bahwa strategi internal *Public Relations* Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan di Kompas sudah dapat dikatakan dengan baik. Dikatakan demikian karena melalui strategi-strategi internal *Public Relations* sebuah program yang didiskusikan akan memberikan dampak bagi perusahaan khususnya dalam melaksanakan kegiatan internal dalam rangka menumbuhkan budaya perusahaan yang jauh lebih baik.
2. Unsur berdasarkan kategori Seleksi (Selections) dapat disimpulkan bahwa selama strategi berlangsung untuk menyeleksi program yang memang benar-benar jelas dan terarah dalam membangun budaya perusahaan bagi karyawan serta merumuskan tata cara penyampaian unsur-unsur program berencana Harian Umum Kompas. Strategi tersebut untuk memperoleh gambaran global daru budaya perusahaan tertentu.
3. Pada unsur retensi (Retentions) yaitu strategi pihak *Public Relations* dalam mengarahkan dan membentuk sikap karyawan sehingga dapat membentuk

teamwork yang kompak dan dapat diarahkan untuk mencapai organisasi yang efisien. Ini dilakukan untuk melakukan evaluasi atau proses menyimpan aspek-aspek tertentu mengenai strategi internal yang tengah dilaksanakan di Kompas.

4. Dalam kesimpulan akhir, uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa fungsi internal *Public Relations* telah dapat dikomunikasikan oleh *Public Relations* Kompas melalui berbagai strategi internalnya, membentuk budaya yang pas diantara orang-orang dalam perusahaan, maka perusahaan akan dapat lebih mudah bersaing dan meraih keberhasilan.

B. SARAN

Dalam sebuah penelitian seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi, atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah :

2.1 Saran bagi perusahaan

1. Untuk Perusahaan, khususnya manajer *Public Relations* sebaiknya membentuk Tim Budaya Perusahaan, sehingga bukan hanya menjadi tugas seorang *Public Relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan. Seperti membentuk Divisi Protokoler dan Internal Communication dan Corporate Communication sebagai mediator dalam mendukung penerapan budaya perusahaan.

2. Untuk pimpinan perusahaan, diharapkan perusahaan memiliki Change Agent yang bisa berfungsi sebagai komunikator, mengawasi dan bertanggung jawab atas setiap bawahannya. Ini bertujuan agar Change Agent juga turut membantu manajer Public Relations dan perusahaan dalam menyusun dan mensosialisasikan budaya yang ingin diterapkan jika benar-benar ingin mencapai tujuan perusahaan serta mendapatkan hasil yang lebih maksimal.
3. Untuk Karyawan, diharapkan mampu menyampaikan filosofi perusahaan kepada karyawan yang baru meskipun itu bukan tanggung jawab karyawan. Dan dengan begitu budaya yang ada akan cepat diterima dan dipahami oleh karyawan baru dalam perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan.

2.2 Bagi peneliti selanjutnya

1. Mengambil tema strategi internal *Public Relations* sebaiknya menggunakan metode dan teknik analisa berbeda.
2. Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan rujukan, tanpa melupakan nilai keaslian dalam penelitian di bidang Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations*, khususnya mengenai strategi internal *Public Relations* Dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di Kompas.