



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa divisi *corporate communication* dan divisi *internal relations* atau *internal communication* sudah berusaha secara maksimal mungkin untuk menyosialisasikan nilai-nilai luhur dari Eka Tjipta Widjaja. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan sebuah kampanye internal yang kreatif bertema *6 values*. Pihak Sinar Mas belum sepenuhnya mempraktikkan perencanaan program komunikasi yang efektif karena mereka tidak melakukan sebuah evaluasi. Mereka mengatakan bahwa melakukan evaluasi bukan bagian dari ranah mereka, tetapi HRD.

Berdasarkan hasil evaluasi tahap 1 program *internal relations* dalam kampanye *6 values*, pihak Sinar Mas sudah memanfaatkan media-media yang efektif dan efisien seperti poster, majalah, *goody bag*, dan kalender. Tetapi masih ada media yang belum menjangkau semua karyawan seperti *signature e-mail* karena ada beberapa kelompok publik internal yang tidak memiliki akses untuk mengirimkan *signature email*. Sedangkan media event yaitu lomba tulis dan lomba foto masih minim peminatnya. Karyawan yang mengikuti lomba foto dan lomba tulis berjumlah 100 orang dengan impresi 2,857%. Jumlah tersebut masih sangat jauh dari jumlah karyawan keseluruhan.

5.2. SARAN

5.2.1. SARAN AKADEMIS

Penelitian mengenai evaluasi program komunikasi seperti ini masih sedikit, peneliti menyarankan agar :

- Mahasiswa/I lebih mendalami tentang evaluasi program komunikasi dan dapat mengembangkannya sehingga banyak sudut pandang dan referensi untuk melakukan penelitian tentang evaluasi.
- Mahasiswa/I melakukan penelitian lanjutan dengan metode penelitian berbeda sehingga tahap evaluasi dapat dilakukan hingga pada level terakhir yaitu *advanced level* agar dapat melihat proses perubahan sikap dan perilaku dari publik internal Sinar Mas.

5.2.2. SARAN PRAKTIS

Peneliti menyarankan kepada objek penelitian yaitu perusahaan Sinar Mas agar :

- Melakukan evaluasi program komunikasi lebih mendalam mengenai program *internal relations* dalam kampanye *6 values* Sinar Mas agar hasil dari program kampanye internal *6 values* dapat dilihat lebih detail dan komprehensif. Sehingga pihak Sinar Mas dapat melihat kekurangan dan kelebihan dari kampanye yang sudah mereka lakukan. Evaluasi dapat dilakukan oleh Sinar Mas sendiri ataupun dilakukan

oleh pihak luar agar penilaian lebih objektif, tetapi membutuhkan biaya dan keterbukaan dari pihak Sinar Mas.

- Sinar Mas konsisten dan fokus pada implementasi kampanye sehingga nilai-nilai perusahaan dari Eka Tjipta Widjaja dapat ditanamkan kepada internal perusahaan dan menjadi sebuah budaya perusahaan, sehingga berdampak pada perubahan sikap dan perilaku karyawan.
- Sinar Mas mengembangkan event yang menjangkau publik internal dan manajemen dengan menanamkan nilai-nilai 6 *values* kepada publik internal.

UMMN