



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

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan adalah komunikasi internal FIF Group sudah menjalankan fungsinya dengan baik. Dengan adanya program penanaman budaya perusahaan atau kerap disebut sebagai *culture day*, yaitu fokus kepada upaya dalam penanaman nilai perusahaan dalam setiap diri karyawan FIF Group secara berkala dan berkelanjutan, yaitu dilakukan setiap hari Senin di awal bulan. Yang didukung dengan media internal untuk mengkomunikasikannya seperti *pamphlet*, poster, dan *bulletin Astra*.

Dalam prakteknya, FIF Group melakukan aspek komunikasi internal dengan efektif yaitu dengan menciptakan *communicate up and down*, *make time for face to face meeting*, *communication online*, *create employee oriented publications*, *communicate visually*, *focus on internal branding*, dan *consider the company grapevine*.

FIF Group juga melakukan strategi dengan melakukan *research* terhadap keadaan dari dalam perusahaan serta luar perusahaan untuk mendukung program internal penanaman budaya perusahaan, kemudian menentukan *objective* atau tujuan dari dilaksanakannya program

penanaman budaya perusahaan ini, lalu FIF Group juga melakukan *programming* yaitu dengan menentukan tema serta pesan, taktik dalam program berupa *games* yang mengandung nilai perusahaan, serta media apa saja yang digunakan. Terakhir, FIF Group melakukan evaluasi singkat melalui lembar berita acara perkara (BAP).

Meskipun aktivitas dan fungsi internal yang dilakukan FIF Group sudah efektif, namun efektifitas dari program ini belum terukur secara terperinci. Hal ini dikarenakan otoritas untuk melakukan evaluasi berada di tangan *Human Capital* dan nantinya akan dipegang oleh Internalisasi Culture Departemen. Sedangkan *corporate communications* hanya berperan sebagai pendukung dari kegiatan yang dilaksanakan oleh *Human Capital*.

Realita yang terjadi di perusahaan, meskipun evaluasi baru sebatas berita acara perkara (BAP) saja, perusahaan sudah dapat melihat perubahan pada diri karyawan, seperti pada ide dan inovasi karyawan, performa kerja, dan kerja tim yang positif. Hal ini dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang didapat oleh perusahaan.

FIF Group juga memperhatikan karyawan yang belum bisa terbiasa terhadap program internal penanaman budaya ini. Budaya yang menjadi bagian yang tertanam kuat dalam diri karyawan harus terus dijaga dengan program komunikasi internal yang berkesinambungan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Peneliti mendorong para pembaca untuk melakukan penelitian ini lebih lanjut dengan metode kuantitatif untuk mengukur efektifitas program komunikasi internal dalam penanaman budaya perusahaan yang dilakukan oleh FIF Group. Penelitian berkelanjutan tersebut nantinya akan berguna untuk melengkapi data yang telah dipaparkan pada penelitian ini. Hasil dari metode kuantitatif tersebut juga dapat bermanfaat untuk memperkuat hasil penelitian yang telah ditemukan ini.

5.2.2. Saran Praktis

Peneliti memberikan saran kepada FIF Group untuk terus melakukan dan menjaga komunikasi positif yang saat ini sudah terbangun dengan para karyawannya. Kemudian, akan menjadi lebih komperhensif apabila setiap program yang dilakukan FIF Group mempunyai hasil evaluasi secara terperinci, untuk mendapatkan data lebih akurat untuk program selanjutnya yang akan dijalankan oleh perusahaan, terutama terkait tentang penanaman budaya perusahaan.