



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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi komunikasi internal Novotel Lampung dalam memperkuat *employee engagement* periode 2014 – 2016. Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi internal Novotel Lampung berhasil memperkuat *employee engagement score* pada tahun 2016. Peningkatan yang signifikan hingga mencapai 14% ini disebabkan oleh adanya strategi baru diterapkan pada tahun 2014.

Penarikan kesimpulan tersebut berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang menemukan bahwa:

- 1) Strategi komunikasi internal yang diterapkan oleh Novotel Lampung dalam memperkuat *employee engagement* adalah dengan menanamkan *Accor Values* yang dimiliki oleh Accorhotels secara intens dan konsisten kepada seluruh karyawan Novotel Lampung melalui beberapa program komunikasi internal.
- 2) *Engagement score* pada tahun 2016 yang diperoleh sebesar 71%, dinilai memiliki dampak pada tingkat *turn over* yang semakin rendah di Novotel Lampung. dalam arti, karyawan Novotel Lampung, merasa

aman dan tidak memiliki keinginan keluar atau *resign* dari perusahaan. Namun, dalam perilaku karyawan yang diharapkan sesuai dengan *values* perusahaan masih belum dapat terukur.

- 3) Komunikasi internal yang terjadi pada Novotel Lampung bersifat formal. Hal ini dikarenakan komunikasi organisasi pada Novotel Lampung berjalan sesuai pada struktur organisasinya yaitu komunikasi ke atas, ke bawah, dan komunikasi horizontal.
- 4) Novotel Lampung memanfaatkan 3 (tiga) arah aliran informasi, yaitu: komunikasi ke bawahan (memberikan instruksi tugas, arahan, serta informasi yang diperlukan setiap karyawan), komunikasi ke atas (masukan dan saran bagi atasan maupun kebijakan perusahaan), dan komunikasi horizontal (diskusi kelompok untuk menemukan strategi dalam menjalankan suatu program kerja ataupun memecahkan suatu masalah). Seluruh aliran ini berjalan dengan efektif dan sesuai dengan arahnya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki saran, baik dalam segi praktis maupun akademis, yang diharapkan dapat berguna bagi umum maupun penelitian berikutnya.

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapakan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terkait bidang komunikasi

internal maupun *employee engagement*. Peneliti berharap agar topik komunikasi internal yang berkaitan dengan tingkat *employee engagement* di suatu perusahaan yang telah dipaparkan dalam pembahasan, dapat menumbuhkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk lebih memfokuskan pada pengukuran seberapa efektif strategi atau implementasi komunikasi internal terhadap perilaku karyawan yang sesuai dengan *values* perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

- 1) Melihat banyaknya program besar komunikasi internal Novotel Lampung yang telah sukses diselenggarakan tiap tahunnya, sebaiknya perusahaan mulai fokus terhadap beberapa program komunikasi internal yang lebih menyentuh emosional karyawannya, seperti memberikan bingkisan hadiah pada setiap kelahiran bayi karyawan hotel Novotel Lampung. Program ini sekaligus menunjukkan adanya komitmen salah satu *value* perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, yaitu respek dan tanggung jawab.
- 2) Selain mengukur *engagement score* setiap dua tahun sekali, Novotel Lampung disarankan juga mengukur bagaimana perilaku setiap karyawannya yang diharapkan dapat sesuai dengan *values* yang dimiliki oleh perusahaan.