



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 dilatarbelakangi dengan tujuan ingin melihat seberapa besar pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan generasi millennials PT Erajaya Swasembada Tbk Cabang Hayam Wuruk. Melalui pengolahan data dengan program IBM SPSS versi 20 dengan menyebarkan kuesioner kepada 42 responden, maka dapat ditarik kesimpulan hasil uji regresi variabel X iklim komunikasi organisasi memberikan kontribusi sebesar 13,5% terhadap variabel Y loyalitas karyawan.

Dimensi variabel iklim komunikasi organisasi (X) yang paling berpengaruh adalah dimensi perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Melalui uji regresi linear berganda dengan metode *stepwise*, diketahui dimensi perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi adalah yang paling tinggi yaitu 29%. Sedangkan untuk dimensi lainnya seperti pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan komunikasi ke bawah, mendengarkan komunikasi ke atas, dan kepercayaan kurang berpengaruh atau karyawan kurang dilibatkan dalam hal-hal tersebut. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima karena terdapat pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan generasi millennials PT Erajaya Swasembada Tbk cabang Hayam Wuruk dengan hubungan positif sangat sedang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari ketidaksempurnaan dalam segi penulisan, informasi, serta data dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti topik mengenai strategi *Public Relations* dalam memperlakukan karyawan generasi millennials. Selain itu, dengan adanya bonus demografi pada tahun 2020, maka diharapkan penelitian selanjutnya tetap berkaitan dengan millennials yang akan semakin berkembang.

Dikarenakan hasil penelitian ini hanya terdapat 13,5% pengaruh kontribusi antara variabel X iklim komunikasi organisasi terhadap variabel Y loyalitas karyawan, maka disarankan penelitian selanjutnya bisa lebih mendalam lagi untuk mengetahui faktor-faktor lainnya baik dengan metode kuantitatif, kualitatif atau bahkan campuran.

5.2.2 Saran Praktis

Tabel 5.1 Saran Praktis

Dimensi	Besar Pengaruh	Pertahankan atau Tingkatkan	Saran Praktis
Kepercayaan	1,4%	Tingkatkan	1. Memberikan wewenang dan kesempatan kepada karyawan millennials untuk mengerjakan proyek yang berasal dari ide orisinal mereka sehingga karyawan merasa yakin akan kemampuan dan kredibilitas kinerjanya.
Pembuatan Keputusan Bersama	8,3%	Tingkatkan	1. Melibatkan karyawan millennials dalam memberikan ide sumbangsih dan pertukaran pikiran (<i>brainstorming</i>) dalam mengambil keputusan. 2. Pihak manajemen atau atasan dapat menyediakan waktu berdiskusi atau sesi konsultasi secara berkala bagi karyawan agar dapat mengetahui permasalahan yang dialami dalam kedudukan mereka sehingga dapat diambil sebuah kebijakan bagi kepentingan bersama.
Kejujuran	7,4%	Tingkatkan	1. Mengadakan <i>sharing session</i> secara rutin dan berkesinambungan. Hendaknya atasan juga menyediakan waktu khusus untuk bertemu dan berbicara dengan bawahan.

			2. Menggunakan metode kelompok kecil sehingga anggota dalam kelompok tersebut dapat berterus terang mengenai pikiran dan perasaan mereka agar kinerja dalam perusahaan menjadi lebih efektif.
Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah	5,8%	Tingkatkan	<p>1. Mengadakan kegiatan <i>bonding</i> atau kebersamaan antardivisi secara rutin, seperti kegiatan olahraga, menonton film, karaoke, dan lain-lain sebagainya agar terjalin ikatan dan juga memperlancar sistem komunikasi antar karyawan.</p> <p>2. Atasan mengirimkan pesan atau kata-kata motivasi bagi karyawan sehingga pesan tersebut dapat memotivasi diri mereka dalam menyelesaikan tugas.</p>
Mendengarkan dalam komunikasi ke atas	4,5%	Tingkatkan	1. Memberikan <i>reward</i> atau penghargaan bagi karyawan yang berkomunikasi ke atas. Misalnya, masing-masing bawahan diminta untuk membuat laporan <i>meeting</i> atau hasil pertemuan setiap melakukan pertemuan.

			<p>2. Sifat karyawan generasi millennials yang enggan untuk bercerita tentang permasalahannya pada atasan membuat atasan harus bisa mewedahi ruang diskusi daring yang diperuntukkan bagi karyawan dalam mengeluarkan kritik, saran, dan lain-lainnya seperti melalui Facebook <i>group</i> atau grup-grup <i>virtual chat</i> lainnya.</p>
Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi	29%	Pertahankan	<p>1. Karyawan diwajibkan menuliskan nilai-nilai yang sudah diterapkan secara visual agar dapat selalu terlihat dan diingat oleh semua karyawan sehingga karyawan senantiasa mengetahui tujuan jangka panjang perusahaan</p> <p>2. Mengadakan <i>training</i> atau lokakarya yang dapat meningkatkan produktivitas karyawan dengan tema dan metode yang menarik agar karyawan millennials merasa ilmu yang didapat dapat dipraktikkan baik untuk keperluan perusahaan maupun kehidupan pribadi.</p>