



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

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi komunikasi internal dalam mensosialisasikan merger kepada karyawannya, studi kasus PT XL Axiata Tbk, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Jenis strategi yang digunakan adalah model 'Tell and Sell' milik Clampitt di mana terlihat bahwa XL sudah menasar isu yang tepat, yaitu agar karyawan melihat merger sebagai hal yang positif, namun perusahaan strategi yang digunakan hanyalah informasi dari atas ke bawah, bukan komunikasi dua arah.
2. Dalam perencanaan strategi komunikasi internal yang dilakukan oleh XL, ada kolaborasi antara Corporate Communication dengan Human Resources atau yang di dalam XL disebut HCD. Hal ini dilakukan karena pihak HCD lebih mengerti tentang karyawan yang ada dan apa yang mereka butuhkan, sedangkan Corporate Communication mengerti bagaimana cara mengkomunikasikannya kepada karyawan.
3. Di PT XL Axiata Tbk, komunikasi internal yang dilakukan sudah sesuai dengan langkah-langkah perencanaan kampanye Public Relations milik

Anne Gregory yang di dalamnya mencakup analisis, yaitu dengan melakukan analisis perbandingan dengan perusahaan lain yang melakukan merger sebelumnya; objektif, yaitu menyamakan visi dan misi perusahaan dengan visi dan misi karyawan; audiens, yaitu karyawan secara keseluruhan; strategi, dengan menggunakan program yang dapat merubah tingkat penerimaan karyawan; taktik, yang meliputi FGD, bulletin, email, SMS dan MMS, program Buddy dan Coach; skala waktu, yaitu enam bulan sejak proses merger; sumber daya, yang lebih berfokus pada sumber daya manusia; evaluasi, dengan melihat respons dan jumlah karyawan yang resign; dan *review*.

Kesemua langkah yang disebutkan ini sudah dijalankan oleh XL, namun dalam perencanaan dinilai kurang strategis dan hanya fokus pada langkah-langkah taktis, dapat dilihat dari proses analisa sampai ke review yang hanya dilakukan di permukaan saja dan tidak mendalam. Bagaimanapun, strategi yang dilakukan sudah dianggap berhasil bagi karyawan XL karena sudah tidak ada komentar negatif dari karyawan yang resisten terhadap merger.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Untuk peneliti yang ingin meneliti permasalahan yang sama dapat melanjutkan penelitian ini karena saat ini XL belum mencapai tahap review

sehingga dapat dilakukan penelitian berkaitan dengan evaluasi strategi dan program komunikasi internal yang dilakukan. Peneliti juga merekomendasikan penelitian kuantitatif tentang topik ini untuk melihat sejauh mana pengaruh strategi komunikasi internal yang dilakukan terhadap perubahan sikap atau perilaku karyawan dalam merger.

5.2.2. Saran Praktis

Saran peneliti terhadap XL adalah untuk meningkatkan koordinasi antar departemen Corporate Communication dan HCD agar strategi yang disusun dapat memancarkan visi dan misi perusahaan yang diinginkan. Langkah-langkah yang diambil harus strategis, karena itu mulai dari tahap analisa hingga ke *review* harus dilakukan secara mendalam dan dilakukan oleh SDM yang memang kompeten di bidangnya.

Peneliti juga menyarankan bagi XL untuk membuat strategi yang *segmented* dalam artian strategi ini harus sesuai dengan profil karyawan XL yang berbeda-beda baik dari usia, jabatan, dan tingkat pendidikan. Dalam taktik juga dapat ditambahkan aktivitas-aktivitas yang sifatnya dua arah, seperti pengadaan *hot-lines*, intranet, dan *team briefings*.