



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 hasil analisis data dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di PT GMF AeroAsia mengenai pengelolaan media internal *GMF Today* sebagai sumber informasi karyawan PT GMF AeroAsia, maka dapat peneliti simpulkan:

Dalam mengelola media internal *GMF Today* dibutuhkan tahapan-tahapan dari prosedur pembuatan, tahapannya yaitu :

1. *Defining the problem* (menentukan masalah)

Sebelum melakukan tahapan perencanaan, tahapan awal dalam melakukan proses pembuatan adalah *defining the problem*. Latar belakang dibuatnya media internal, karena PT GMF AeroAsia merupakan perusahaan yang berorientasi di b to b (*bussiness to bussiness*), jadi prioritas utamanya ialah menjali hubungan yang baik dengan para *stakeholder* internalnya terlebih dahulu. Selain itu menjelaskan informasi yang didapat tentunya dari karyawan internal itu sendiri yang dikemas dan di informasikan melalui *GMF Today*.

2. *Planning and Programming* (perencanaan dan penyusunan program)

Dalam tahap ini, media internal *GMF Today* adalah membuat *planning* untuk mengangkat tema. Hal tersebut dilakukan setiap minggunya di awal minggu, di hari senin atau selalu untuk membantu menentukan berita-berita yang akan disajikan selama seminggu kedepan. Setelah tahapan ini dilakukan, kemudian menentukan tujuan media internal, hal ini dimaksudkan agar tujuan dapat lebih efektif sehingga khalayak sasaran menjadi sasaran informasi tersebut dapat mengetahui informasi tentang perkembangan perusahaan.

3. *Acting and Communication* (melakukan tindakan dan berkomunikasi)

Dalam tahap ini aksi dan komunikasi yang dilakukan oleh *Corporate Communication* adalah dengan melakukan pendistribusian kepada karyawan. Pendistribusian artikel berita hanya dengan cara tim redaksi mengupload ke media elektronik *Portal GMF*. Pendistribusian dilakukan dengan prosedur minimal dalam sehari harus ada 2 artikel berita yang terbit untuk dibaca oleh para karyawan. Hal ini dimaksudnya agar karyawan dapat secepatnya mengetahui dan terus diberikan berita-berita yang terkini tentang perusahaan.

4. *Evaluating* (Evaluasi)

Dalam tahap ini, evaluasi diserahkan sepenuhnya kepada redaksi yang bertugas. Setiap awal minggu tim redaksi selalu melakukan evaluasi tentang berita-berita yang disajikan selama seminggu kebelakang dengan cara mereview berita-berita apa saja yang sudah di sajikan atau sekiranya masih terdapat berita yang masih kurang dan berkelanjutan akan di masukkan dalam agenda daftar berita untuk disajikan seminggu kedepan. Terdapat juga evaluasi yang datang dari para karyawan (pembaca), pada kolom berita terdapat ruang untuk para karyawan berinteraksi langsung jika dengan dapat memberikan koreksi atau komentar terkait dengan berita yang disajikan, hal ini juga menjadi bagian dari evaluasi tim redaksi. Terdapat fakta penting juga ketika peneliti sedang melakukan penelitian, *GM Corporate Communication*, Mochammad Aviv memberikan pernyataan yang menjadi kendala *GMF Today*, yaitu kurangnya ketersediaan jumlah PC dan faktanya sebagian besar karyawan bekerja dilapangan dan berjauhan dengan akses *GMF Today*. Dengan adanya evaluasi seperti ini, maka *Corporate Communication* juga mengeluarkan media internal cetak berbentuk bulletin yang di proyeksikan dapat menjangkau karyawan-karyawan yang bekerja di lapangan dan mengurangi dampak sedikitnya ketersediaan PC di PT GMF AeroAsia.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai pengelolaan media internal *GMF Today* sebagai sumber informasi karyawan PT GMF AeroAsia, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan sebagai berikut:

5.2.1. Saran Akademis

Peneliti mengharapkan untuk penelitian selanjutnya, peneliti lain dapat mencari dan menerapkan teori-teori komunikasi yang baru bagi bidang studi ilmu komunikasi yaitu *Public Relations* dalam kaitannya dengan media internal, sehingga hasilnya akan terlihat baik dan saling melengkapi. Sasaran akademis yang peneliti, menyarankan untuk peneliti lain agar melakukan penelitian dengan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada para karyawan yang menjadi sasaran khalayak utama. Hal ini bisa digunakan untuk mengetahui sejauhmana media internal *GMF Today* yang selama ini telah dijalankan oleh *Corporate Communication* PT GMF AeroAsia.

5.2.2. Saran Praktis

Saran praktis bagi *Corporate Communication* PT GMF AeroAsia, peneliti memberikan saran antara lain sebagai berikut:

1. Isi berita yang disajikan dalam *GMF Today* harus lebih variatif, isu atau informasi yang sifatnya non formal namun tetap terkait pada hubungan pekerjaan harus lebih sering dimunculkan di tengah minggu, hal ini agar pada khalayak sasaran informasi yaitu karyawan tidak jenuh dengan informasi yang disajikan setiap harinya. Hal ini tidak lepas dari sistem penerbitan artikel *GMF Today* yang dilakukan setiap hari dan rentan dengan efek jenuh, jadi harus lebih variatif lagi dalam menyajikan berita-berita kepada karyawan.
2. *Corporate Communication* siap memberikan *reward* berupa apapun itu jika ada khalayak sasaran informasi (karyawan) yang telah memberikan komentar, kritik atau saran di kolom yang telah disediakan pada artikel-artikel berita *GMF Today*. Dengan adanya seperti ini akan tumbuh komunikasi dua arah yang baik dan hubungan yang makin terjalin dengan baik antara karyawan dan perusahaan. Bukan tidak mungkin, jika sistem seperti ini dilakukan, khalayak sasaran (karyawan) makin sering membaca *GMF Today* karena adanya *reward* seperti ini.