

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kendala yang dialami oleh Praxis PR Agency beserta karyawannya akibat adanya pandemi Covid-19; yang turut mengakibatkan terjadinya penurunan pada motivasi kerja karyawan. Dalam hal ini, sebagai respons atas tantangan tersebut, pimpinan di Praxis PR Agency pun turut melaksanakan empat strategi *employee relations* untuk meningkatkan kembali motivasi kerja karyawannya; mulai dari mengomunikasikan kepercayaan kepada karyawan, mewujudkan dan melaksanakan komunikasi internal yang baik dan efektif di dalam perusahaan, membantu memenuhi lima kebutuhan dasar karyawan, hingga menciptakan dan melaksanakan berbagai program *employee relations*.

Dalam pelaksanaannya sendiri, informan dari pihak perusahaan (pimpinan dan karyawan) menilai bahwa berbagai strategi *employee relations* yang telah dijalankan di Praxis sudah cukup baik dalam memenuhi berbagai kebutuhan karyawan dan meningkatkan motivasi mereka dalam bekerja. Meskipun begitu, informan tetap menyadari bahwa pelaksanaan berbagai strategi tersebut dapat dikembangkan atau ditingkatkan dengan lebih baik lagi; seperti dengan menjalankannya secara konsisten dan memastikan bahwa segala upaya yang dilakukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh karyawan.

Dari sudut pandang informan ahli, Teguh Poeradisatra juga menilai bahwa berbagai strategi *employee relations* yang telah dijalankan Praxis selama masa pandemi ini sudah berjalan dengan baik. Akan tetapi, masih ada beberapa strategi yang perlu diperbaiki dan dikembangkan kembali agar hasilnya dapat lebih optimal. Berkaitan dengan hal tersebut, beliau pun turut memberikan beberapa masukan seperti menyarankan Praxis untuk memanfaatkan *e-newsletter* dan *e-magazine* untuk meningkatkan pengetahuan dan *insight* karyawan terkait berbagai hal yang

berkaitan dengan perusahaan ataupun klien yang ditangani, serta melakukan survei terhadap kepuasan karyawannya dengan tolak ukur yang jelas dan valid. Sisanya, masukan-masukan yang diberikan pun sudah dilakukan oleh pimpinan di Praxis PR Agency dengan baik.

5.2 Saran

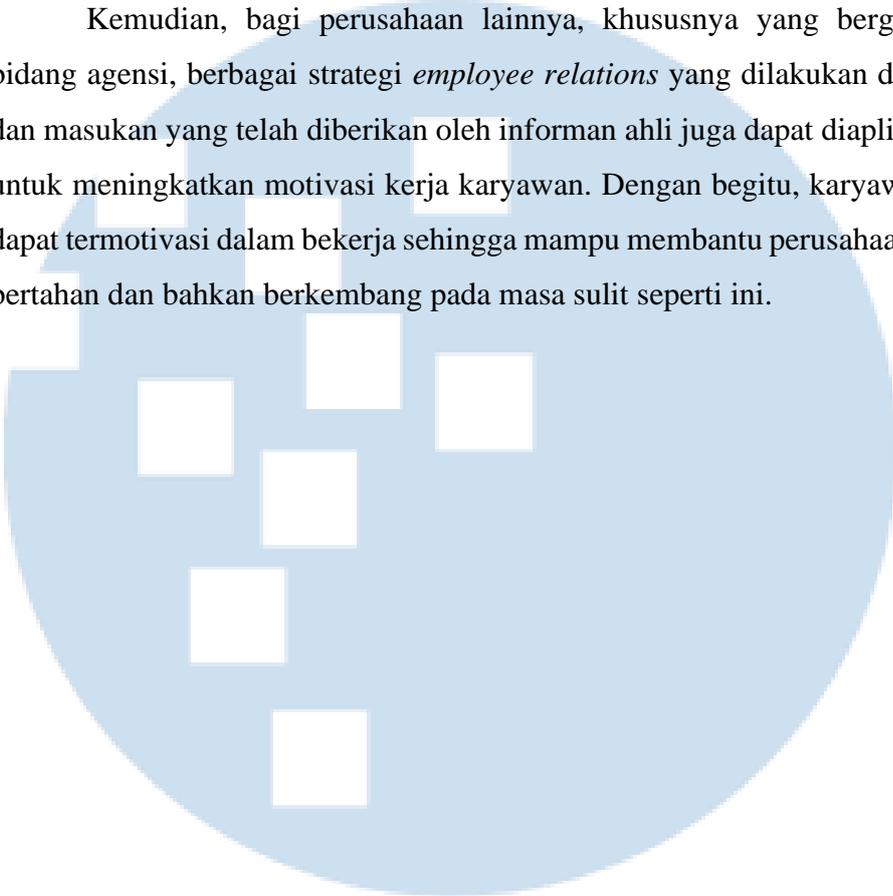
5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian kualitatif berikutnya, selain melakukan wawancara mendalam dan studi dokumentasi, peneliti diharapkan dapat melakukan observasi partisipan secara langsung untuk memberikan hasil penelitian yang lebih kaya akan temuan-temuan menarik terkait komunikasi internal yang terjalin di perusahaan dan berbagai upaya *employee relations* yang dilakukan oleh pimpinan. Dengan begitu, peluang terkait adanya strategi *employee relations* yang terlupakan atau terlewatkan pun menjadi makin kecil. Selain itu, peneliti juga dapat melakukan penelitian kuantitatif untuk mengukur dampak atau pengaruh dari strategi *employee relations* yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap motivasi kerja karyawannya selama masa pandemi ini. Dengan begitu, dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih terukur dan valid terkait keberhasilan pelaksanaan berbagai strategi tersebut.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa masukan yang diberikan oleh Teguh Poeradisastra selaku informan ahli dalam penelitian ini, terhadap berbagai strategi *employee relations* yang dilakukan di Praxis PR Agency. Oleh karena itu, pimpinan di Praxis diharapkan dapat menerima masukan tersebut dan mempertimbangkannya dengan baik sehingga mampu meningkatkan motivasi kerja karyawannya dengan lebih optimal lagi selama masa pandemi ini.

Kemudian, bagi perusahaan lainnya, khususnya yang bergerak di bidang agensi, berbagai strategi *employee relations* yang dilakukan di Praxis dan masukan yang telah diberikan oleh informan ahli juga dapat diaplikasikan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan. Dengan begitu, karyawan pun dapat termotivasi dalam bekerja sehingga mampu membantu perusahaan untuk bertahan dan bahkan berkembang pada masa sulit seperti ini.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA