

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) melalui divisi komunikasi internal dalam menjalankan *campaign* terkait menjaga kesehatan mental pekerja. *Campaign #EnergizingForPositivity* dirancang untuk menyampaikan pesan bahwa sikap positif merupakan energi penting bagi para pekerja dalam menjalani keseharian mereka, serta menyoroti pentingnya keseimbangan antara kehidupan kerja dengan kehidupan pribadi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertamina melalui divisi Komunikasi Internal telah merancang pesan *campaign* dengan fokus pada dua aspek utama:

1. **Pesan *Positivity***: Menekankan bahwa sikap positif penting untuk keseharian pekerja.
2. ***Work-Life Balance***: Menegaskan bahwa pekerja memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap pekerjaan tetapi juga terhadap kehidupan pribadi dan keluarga mereka.

Campaign ini dianggap penting oleh Pertamina karena isu kesehatan mental merupakan perhatian global. Perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap kesehatan mental pekerja, yang juga dapat memicu rasa *sense of belonging* di kalangan pekerja karena merasa diperhatikan dan dihargai oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) untuk menganalisis bagaimana pesan dari *campaign #EnergizingForPositivity* mempengaruhi para pekerja Pertamina. Temuan menunjukkan bahwa pesan tersebut menggunakan tiga dari enam prinsip *Peripheral Route* untuk memicu respons dari audiens, yaitu:

1. **Social Proof:** Menggarisbawahi bahwa isu kesehatan mental adalah perhatian global, sehingga mendorong pekerja untuk turut serta dalam campaign karena merasa bagian dari kesadaran global tersebut.
2. **Liking:** Menggunakan ahli psikolog dan public figure yang disukai oleh audiens, sehingga pesan lebih mudah diterima.
3. **Authority:** Memanfaatkan otoritas dari Direktur Utama dan Direktur Keuangan Pertamina dalam menyampaikan pesan, yang meningkatkan kredibilitas dan penerimaan dari audiens.

Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi komunikasi internal Pertamina melalui *campaign #EnergizingForPositivity* berhasil membawakan isu global yang relevan dan menunjukkan pentingnya kesehatan mental dan sikap positif di tempat kerja. *Campaign* ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas pekerja tetapi juga untuk memperkuat rasa *sense of belonging* di antara mereka, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan harmonis.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu apabila ada yang ingin menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian berikutnya, penulis berharap agar peneliti berikutnya dapat menggali lebih dalam mengenai topik pembahasan ini dengan variasi konsep yang digunakan serta pertanyaan-pertanyaan yang lebih mengerucut. Penulis juga ingin menyarankan agar peneliti berikutnya bisa meneliti topik yang sama yakni kampanye terkait strategi komunikasi untuk meningkatkan kesehatan mental di perusahaan lainnya jika memang ditemukan adanya Perusahaan lain yang juga membuat program atau kampanye terkait dengan kesehatan mental pekerja.

5.2.2 Saran Praktis

Penulis menyadari bahwa pada penelitian ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Namun penulis juga menemukan beberapa

kekurangan dari kampanye terkait kesehatan mental yang telah dilakukan oleh Pertamina, seperti periode yang cukup singkat untuk dapat disebut sebagai kampanye sehingga penulis menyarankan jika nantinya Pertamina akan melakukan kampanye serupa, dapat mempertimbangkan periode yang lebih panjang dan berkelanjutan.

Selain itu penentuan target audiens yang sesuai juga menjadi hal yang krusial karena pada rencana awalnya kampanye ini hanya ditujukan untuk para pekerja di Pertamina, namun pada praktiknya tidak sedikit orang dari luar Pertamina yang kebetulan sedang berada di *venue* acara juga turut menjadi audiens. Penulis menyarankan agar pemilihan *venue* bisa lebih tertutup atau eksklusif misalnya seperti di *ballroom* Pertamina agar audiens yang hadir tidak diluar dari yang sudah ditetapkan.

