



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang evaluasi program “Culture Activation 2015: KIPAS Budaya” pada internalisasi budaya perusahaan, peneliti memaparkan kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan program “Culture Activation 2015: KIPAS Budaya” sudah dipersiapkan dengan cukup baik dan matang, dimulai dari tahap riset yang menjadi dasar dirancangnya program ini. Hasil riset tersebut membantu Telkom dalam menentukan tujuan program yaitu memahami budaya perusahaan dan mengubah sikap kerja karyawan menjadi lebih baik. WITEL Banten Timur telah mengemas pesan inti dari program ini menjadi lebih mudah dipahami yaitu “menginduksi cara kerja baru dengan atmosfer *The Telkom Way*”. Komunikasi yang dilakukan dalam program ini, lebih bersifat edukasi dan diskusi, sehingga karyawan diharapkan bisa memahami budaya perusahaan dengan baik, dan menemukan cara baru dalam bekerja agar lebih efisien. WITEL Banten Timur pun juga menunjukkan konsistensi dalam menyampaikan informasi di setiap kegiatan internalisasi. Konten juga disusun dengan baik dan sederhana agar mudah dipahami.
2. Dalam implementasinya, WITEL Banten Timur sudah melaksanakan agenda-agenda yang dari kantor pusat, dan tidak melenceng dari tujuan

program. Ini bisa dilihat dari *spokeperson* untuk agenda *Role Modelling* dan *Inspiring Legend*, melakukan edukasi melalui drama komik sampai dengan membuat lomba dekor ruang kerja. Peneliti menilai bahwa cara implementasi WITEL Banten Timur sudah baik dan kreatif, perubahan suasana kerja di kantor tersebut menjadi salah satu bukti bahwa implementasi yang dilakukan tepat.

3. Pada tahap dampak, peneliti membuktikan bahwa program ini berhasil membuat karyawan WITEL Banten Timur paham dengan budaya perusahaan, sehingga menjawab tujuan dari program ini yaitu memahami budaya Akan tetapi program ini belum berhasil dalam menjawab tujuan yang lain yaitu mengubah sikap kerja karyawan menjadi lebih baik. Hal ini terbukti dari data yang peneliti dapatkan di lapangan bahwa jumlah karyawan yang belum berubah sikap kerjanya masih dibawah jumlah yang diharapkan WITEL Banten Timur. Peneliti menyimpulkan, bahwa program ini belum berhasil di WITEL Banten Timur, karena program ini tidak dapat mencapai tujuannya secara penuh.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. WITEL Banten Timur harus lebih teliti lagi dalam mengembangkan komunikasi yang tepat, sesuai dengan karakteristik karyawan. Seperti melakukan riset kecil guna memahami karakteristik dan tingkat pemahaman karyawan.

2. WITEL Banten Timur perlu mencari orang yang ahli di bidang komunikasi dan membentuk divisi komunikasi secara khusus, untuk menangani *event*, *release*, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan komunikasi, sehingga tidak lagi melibatkan divisi lain agar proses kerjanya lebih efisien.

5.2.2. Saran Akademik

1. Dalam menganalisis budaya perusahaan, peneliti menggunakan *Three Level Culture*, model analisis budaya milik Schein. Ini memberikan pedoman yang tepat dalam mengetahui budaya di suatu organisasi atau perusahaan. Model ini sangat disarankan bagi yang ingin meneliti budaya perusahaan atau organisasi saja dan bisa pula digunakan dalam identifikasi budaya. Perlu diketahui apabila menggunakan model ini dalam menganalisis budaya, dapatkan informasi dan data-data selengkapny mengenai budaya perusahaan atau organisasi tersebut, serta lakukan observasi langsung agar mendapat data yang lebih konkrit.
2. Peneliti juga menggunakan model PII dari Cutlip, Center, dan Broom dalam mengevaluasi program “Culture Activation 2015; KIPAS Budaya”. Untuk penelitian berikutnya, model ini bisa digunakan sebagai panduan dalam melakukan penelitian yang bersifat evaluasi tentang semua program komunikasi dan *Public Relations*. Model ini lebih fleksibel dibandingkan dengan model evaluasi lain seperti Piramid Macnamara dan model Yardstick, karena lapisan tahapannya seperti persiapan, proses implementasi, sampai dampak yang ingin dilihat, dapat disesuaikan dengan tujuan evaluasi program yang akan diteliti.