

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dijabarkan di BAB IV, peneliti menarik kesimpulan yang dapat menjawab tujuan dan pertanyaan penelitian:

1. Aspek-aspek *Person Factors* yang ditemukan pada diri Dian Gemiano berkontribusi secara aktif pada performa komunikatif yang ia ekspresikan.

Aspek-aspek *person factors* tersebut mencakup peran (*role*), kepribadian (*personality*), budaya (*culture*), dan penampilan (*appearance*). Keempat faktor individu ini yang paling signifikan dan berkontribusi membentuk kelima performa komunikatif yang diekspresikan oleh DG dalam kepemimpinannya.

2. Dian Gemiano sebagai *Chief Marketing Officer* KG Media merepresentasikan kelima bentuk performa komunikatif secara menyeluruh.

Performa komunikatif seorang pemimpin berperan penting dalam pengembangan organisasi, terutama di industri dinamis seperti media. Dian Gemiano, dalam konteks kepemimpinannya, menampilkan lima jenis performa komunikatif, yaitu performa ritual, hasrat, sosial, politik, dan enkulturasi. Di antara kelima jenis tersebut, performa hasrat, sosial, dan politik muncul secara dominan dan saling berkaitan, sehingga membentuk pola komunikasi serta gaya kepemimpinan yang unik dan khas.

5.2 Saran

Dalam proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan. Maka dari itu, peneliti memberikan saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya:

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar konsep performa komunikatif dimanfaatkan sebagai kerangka analisis dalam mengeksplorasi pola komunikasi dan gaya kepemimpinan tokoh-tokoh perusahaan secara lebih mendalam. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek metodologis, khususnya dalam menjelaskan hubungan antara person

factors dan performa komunikatif. Oleh karena itu, studi selanjutnya dianjurkan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei guna mengukur sejauh mana person factors berkontribusi terhadap performa komunikatif. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat memperluas cakupan dengan melakukan studi komparatif terhadap gaya komunikasi dan performa komunikatif pemimpin di industri media dan sektor industri lainnya. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui apakah strategi komunikasi yang diterapkan oleh DG, selaku CMO KG Media, bersifat kontekstual dalam industri media atau memiliki relevansi lintas sektor sehingga dapat diadaptasi dalam konteks organisasi yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi organisasi dalam memahami pola komunikasi dan interaksi antaranggota yang berperan dalam pembentukan budaya organisasi. Interaksi dan komunikasi yang terjadi secara konsisten di antara anggota organisasi menjadi fondasi utama dalam mempertahankan budaya organisasi. Dengan demikian, anggota organisasi diharapkan mampu memelihara budaya organisasi secara berkelanjutan. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemimpin organisasi dalam merancang strategi komunikasi yang efektif guna membangun dan memperkuat budaya organisasi. Secara khusus, CMO (*Chief Marketing Officer*) disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas komunikasi dengan karyawan lintas generasi, mengingat keberagaman perspektif dan kebutuhan komunikasi antar generasi yang dapat memengaruhi kohesi organisasi. Selain itu, penting pula bagi CMO untuk memastikan bahwa kebebasan yang diberikan kepada karyawan senantiasa diimbangi dengan rasa tanggung jawab, sehingga tetap selaras dengan nilai-nilai dan tujuan bersama organisasi.