

BAB V KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan kampanye digital melalui intranet ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal mampu meningkatkan *awareness* responden divisi Human Capital terhadap *core values* PT. Lahagu Sentosa Estate. Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV, kampanye digital yang dirancang meliputi penyusunan kampanye hingga hasil konten, visualisasi pesan, pemilihan media internal dan mekanisme penguatan informasi telah berjalan sesuai dengan tujuan awal yang telah disebutkan pada Bab I, yaitu dengan tujuan *awareness* responden terhadap nilai inti perusahaan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa internet merupakan media yang efektif dalam mendistribusikan informasi konten karena dapat menjangkau responden secara serentak, menyediakan akses yang mudah, serta mendukung format penyampaian yang variatif baik secara artikel teks maupun video visual. Selain itu, evaluasi pendukung melalui uji persepsi dan analisis interaksi menunjukkan adanya peningkatan perhatian dan *engagement* responden setelah penerapan kampanye.

Selain menunjukkan efektivitas strategi, proses perancangan ini juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi penulis mengenai bagaimana komunikasi internal bekerja di dalam organisasi. Melalui analisis data primer, kolaborasi dengan departemen Employer Branding, dan penyesuaian strategi berdasarkan kebutuhan audiens, penulis belajar bahwa keberhasilan kampanye tidak hanya bergantung pada visual yang menarik, tetapi juga pada relevansi pesan, ketepatan format, konsistensi penyajian, dan pemilihan media yang tepat. Tantangan seperti keterbatasan teknis platform intranet, perbedaan preferensi generasi, tingginya arus informasi internal dan keterbatasan pengukuran *engagement* turut membentuk pengalaman penulis dalam menyusun pendekatan yang lebih adaptif, fleksibel, dan berbasis data. Melalui proses revisi, asistensi, dan timeline, penulis memahami bahwa komunikasi internal di media intranet tidak hanya berfungsi sebagai saluran

informasi, tetapi juga alat strategis dalam membangun konsistensi pesan nilai-nilai inti perusahaan. Dengan demikian, karya ini menegaskan bahwa integrasi komunikasi digital dalam lingkungan organisasi merupakan solusi efektif untuk meningkatkan *awareness* dan memperkuat pemahaman karyawan terhadap *core values* perusahaan, sekaligus menjadi pengalaman yang memperkaya kesiapan penulis dalam menghadapi profesional di bidang komunikasi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Perancangan karya ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi ruang pengembangan untuk para peneliti selanjutnya. Pertama, proses evaluasi kampanye masih berfokus pada persepsi responden dan pengukuran awal terhadap tingkat *awareness core values* perusahaan PT. Lahagu Sentosa Estate. Dengan harapan penelitian berikutnya dapat memperluas indikator evaluasi hingga mencakup perubahan perilaku kerja atau tingkat internalisasi *core values* dalam jangka panjang. Selain itu, pada karya mendatang disarankan untuk menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif, seperti pendekatan kuantitatif dengan wawancara mendalam, untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik mengenai efektivitas kampanye digital. Peneliti berikutnya dapat mengembangkan model komunikasi *internal* berbasis intranet dengan fitur interaktif dalam menguji potensi peningkatan *engagement* responden.

5.2.2 Saran Praktis

Kampanye *digital* melalui intranet memiliki peluang untuk dikembangkan oleh pihak perusahaan. Pada PT. Lahagu Sentosa Estate disarankan untuk melakukan pembaruan konten secara berkala dengan format variatif seperti *micro-learning*, video pendek dan infografis sehingga pesan mengenai *core values* tetap relevan dan menarik bagi responden. Perusahaan dapat memperkuat sistem *monitoring* dan analisis performa konten intranet, sehingga strategi komunikasi dapat disesuaikan secara *real-time* berdasarkan kebutuhan pengguna. Selain itu, diperlukan penguatan kolaborasi antara divisi Human

Capital dan divisi lain untuk menjangkau kampanye digital secara menyeluruh, sehingga pemahaman *core values* dapat menyebar secara merata di seluruh perusahaan. Dengan optimalisasi ini, kampanye digital dirancang tidak hanya peningkatan *awareness* tetapi juga kontribusi bagi perusahaan dalam mempertahankan nilai-nilai perusahaan yang konsisten dan berkelanjutan.

