



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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Untuk menangani pekerjaan yang begitu kompleks, efektivitas komunikasi antarkaryawan di sebuah perusahaan menjadi sebuah keharusan. Bagi perusahaan besar seperti Indofood, efektivitas komunikasi antarkaryawan bisa dibangun melalui budaya organisasi dan pola aliran komunikasi organisasi. Salah satu fungsi budaya organisasi dalam perusahaan menurut Robbins (2003, h.725) adalah meningkatkan kemantapan sistem sosial yang menjadi perekat sosial untuk membantu mempersatukan organisasi itu dengan memberikan standar-standar yang tepat mengenai apa yang harus dikatakan dan dilakukan oleh para karyawan.

Dalam menjalankan fungsi tersebut, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. yang memiliki karyawan lebih dari 70 ribu orang berusaha untuk membentuk standardisasi dalam sikap dan perilaku bagi seluruh karyawannya. Standardisasi tersebut menjadi acuan dalam hal bekerja, berinteraksi, dan berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas dan kewajiban masing-masing karyawan. Secara teknis, standardisasi sikap dan perilaku ini ditanamkan melalui *corporate values*. Bagi Divisi Corporate Communications Indofood, *corporate values* berfungsi menciptakan

budaya organisasi yang kemudian dapat mempengaruhi sikap dan perilaku para karyawan.

Budaya organisasi di Divisi Corporate Communications Indofood memadukan dua jenis budaya, yaitu *Hierarchy Culture* yang mengutamakan standarisasi dan kontrol, serta *Clan Culture* yang menekankan fleksibilitas dan kebijaksanaan dalam organisasi. Hal ini terlihat dalam Indofood yang masih memiliki peraturan atau kebijakan perusahaan tetapi tetap menjalankan komunikasi yang terbuka antara pimpinan dengan karyawan di struktur yang lebih rendah.

Penggabungan budaya tersebut juga membentuk budaya komunikasi di Divisi Corporate Communications Indofood yang menjadi santai tetapi tetap dalam batasan sopan. Hal ini dapat dilihat dari komunikasi manajer kepada supervisor yang bekerja di bawahnya. Dengan lingkungan kerja yang mendukung serta perilaku karyawan yang terdapat di dalamnya, keterbukaan menjadi dasar dalam berkomunikasi, baik dari manajer ke supervisor yang bekerja di bawahnya dan sebaliknya. Kemudian, saling menghargai terlihat dalam manajer yang mendengarkan masukan, tanggapan atau bertukar ide dengan supervisor yang bekerja di bawahnya. Di satu sisi, karyawan Corporate Communications Indofood cukup fleksibel dalam mengambil keputusan tetapi masih sesuai dengan kebijakan perusahaan.

Komunikasi efektif yang sudah terbangun di Divisi Corporate Communications Indofood juga terlihat dari pola aliran komunikasi yang terjadi, baik dari atas ke bawah atau pimpinan ke karyawan yang bekerja di bawahnya dan sebaliknya. Pimpinan dengan karyawan yang memiliki perbedaan jabatan dalam struktur organisasi dapat menjadi salah satu faktor ketidaklancaran komunikasi. Maka dari itu, pola aliran komunikasi di perusahaan yang jelas dan tanpa hambatan akan menjadikan komunikasi menjadi lebih efektif.

Dalam pola aliran komunikasi antara pimpinan dengan karyawan, baik dari manajer yang menjadi atasan supervisor maupun sebaliknya, harus berupa informasi yang sesuai dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri. Ketika informasi yang disampaikan dari pimpinan atau manajer ke supervisor yang bekerja di bawahnya dan sebaliknya tidak sesuai dengan tujuan perusahaan, maka komunikasi tidak lagi menjadi efektif.

Di Divisi Corporate Communications Indofood, faktor keterbukaan menjadi satu hal yang paling mendorong kelancaran berkomunikasi antara pimpinan dengan karyawan. Hal ini menjadikan kedua belah pihak tersebut tidak lagi memiliki rasa segan sehingga dapat menjalin kedekatan dan membangun kepercayaan dalam menyampaikan informasi.

Meskipun di Divisi Corporate Communications Indofood sendiri komunikasi antara pimpinan dengan karyawan cukup efektif, Namun, di Bagian Internal Relations, efektivitas komunikasi dari manajer ke supervisor dan sebaliknya masih terbilang belum sempurna. Hal ini

dikarenakan keterbukaan yang masih kurang dalam penyampaian pesan, serta penyaringan yang hanya mendengarkan berdasarkan keinginan sepihak, yang kemudian menimbulkan pesan-pesan tersebut menjadi ambigu dan kontradiktif.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT Indofood Sukses Makmur Tbk. khususnya Divisi Corporate Communications agar dapat membangun komunikasi antara pimpinan dengan karyawan yang lebih efektif. Diharapkan, baik dari pihak manajer ataupun karyawan di struktur yang lebih rendah saling mengaplikasikan strategi-strategi yang tepat dalam membangun komunikasi yang lebih efektif satu sama lain, khususnya Bagian Internal Relations. Menurut peneliti, komunikasi antara pimpinan dengan bawahan yang bekerja di bawahnya adalah salah satu hal yang penting untuk tercapainya satu tujuan yang sama dalam komunikasi, yakni penyelesaian pekerjaan di perusahaan.

5.2.2 Saran Akademis

Dengan adanya keterbatasan peneliti dalam penelitian ini, diharapkan pada penelitian selanjutnya mempertajam analisis dengan melihat dari keseluruhan divisi perusahaan dan konsep gaya kepemimpinan sehingga mampu memperkuat efektivitas

komunikasi antara pimpinan dengan karyawan. Diperlukan juga adanya penelitian kuantitatif mengenai efektivitas komunikasi antara pimpinan dengan karyawan agar dapat menjadi tolak ukur sejauh mana efektivitas komunikasi antara pimpinan dengan karyawan di sebuah perusahaan.