



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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi internal Kompas Gramedia dalam membentuk *employee branding*. Dari hasil penelitian, dapat ditarik simpulan bahwa strategi komunikasi internal Kompas Gramedia dalam membentuk *employee branding* dilakukan dengan menanamkan visi, misi, dan nilai perusahaan kepada seluruh karyawan melalui program internalisasi *Employee Value Proposition* (EVP) Kompas Gramedia yang didukung dan diimplementasikan dalam berbagai kegiatan serta aktivitas. EVP Kompas Gramedia diantaranya *homey work place*, *reinvent Indonesia*, *live your passion*, *collaborate for success*, dan *win the heart* merupakan *core value 5C* dan hasil survei internal yang diterjemahkan kedalam bahasa marketing dan *branding* agar lebih menarik.

Dalam membentuk *employee branding*, strategi komunikasi internal yang diterapkan oleh Kompas Gramedia adalah dengan menanamkan visi, misi, dan nilai perusahaan kepada seluruh karyawan dalam seluruh unit bisnis melalui sosialisasi pada orientasi karyawan baru dan kegiatan komunikasi internal secara intens melalui media komunikasi internal perusahaan diantaranya majalah internal Info Kita, portal/ *website* internal, *email blast*, *SMS blast*, *sound building*, poster, dan mading. Selain itu pula beragam komunitas dan paguyuban mulai dari kesenian, olahraga, profesi, purnakarya, hingga forum komunikasi daerah (FKD)

diharapkan dapat menumbuhkan *engagement* karyawan yang kuat dan terciptanya *most basic relationship*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki saran baik dalam segi praktis maupun akademis yaitu sebagai berikut :

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyarankan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terkait bidang komunikasi internal maupun *employee branding*. Peneliti berharap agar topik komunikasi internal yang berkaitan dengan *employee branding* di suatu perusahaan yang telah dipaparkan dalam pembahasan dan dapat menumbuhkan rasa keingintahuan peneliti selanjutnya. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menfokuskan pada pengukuran seberapa efektif strategi atau implementasi komunikasi internal dalam membentuk *employee branding*

5.2.2 Saran Praktis

Selain adanya, *performance management* yang mengukur sejauh mana *value* Kompas Gramedia (5C) telah dijalankan oleh seluruh karyawan, baiknya didukung juga dengan adanya penilaian sejauh mana citra perusahaan telah dipahami dan dipresentasikan oleh seluruh karyawan. Karena saat ini belum ada bukti atau ukuran yang menyatakan bahwa perusahaan telah berhasil dalam mengelola *employee branding* dan

belum ada bukti terkait citra karyawan apakah telah selaras dengan citra yang diinginkan oleh perusahaan.

