



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 melihat bagaimana strategi Komunikasi Internal Pada PT Infracom Technology dalam membangun loyalitas karyawan. Dari hasil penelitian dan pembahasan, menemukan bahwa Komunikasi yang terjadi di PT Infracom technology mengadopsi komunikasi informal, dan menerapkan budaya organisasi kekeluargaan hal ini dinilai oleh perusahaan mengingat jumlah karyawan PT Infracom Technology yang jumlahnya tidak banyak dan juga hirearki yang tidak kompleks.

Dapat disimpulkan bahwa Strategi *employee relations* yang diterapkan oleh PT Infracom Technology dalam membangun loyalitas karyawan adalah dengan menanamkan nilai nilai, tujuan bisnis perusahaan dan membangun hubungan intensif dengan para karyawan melalui program program internal, dan pemberdayaan karyawan

Implementasi program internal di PT Infracom Technology berupa program *outing* tahunan, program *training*, *Employee of the year*, dan juga menerapkan *punishment and reward*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain untuk melakukan pengembangan lebih lanjut terkait dengan *kajian employee relations*. dalam penelitian ini membahas mengenai strategi *employee*

relations yang dilakukan oleh perusahaan bertumbuh seperti PT Infracom Technology. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat membahas tentang evaluasi dari strategi *employee relations* yang telah dilakukan oleh PT Infracom Technology.

5.2.2 Saran Praktis

Sebagai perusahaan IT yang beroperasi selama delapan tahun, PT Infracom technology harus memahami berbagai kebutuhan yang dibutuhkan oleh karyawan karyawannya. Hal tersebut ditempuh dengan membuat media komunikasi internal yang lebih terstruktur, seperti kotak saran atau kuisioner yang dilakukan secara bulanan.

Dalam membina hubungan dengan para karyawan, jarak acara khusus yang dilakukan hanya setahun sekali memiliki interval yang terlalu lama. Hal tersebut bisa dilakukan dari lingkup kecil seperti acara khusus untuk per divisi, seperti pertandingan olahraga antar divisi atau outing per divisi. Selain itu PT Infracom technology juga dapat mengadakan acara acara internal yang memiliki rasa emosional terhadap perusahaan untuk memupukan rasa *sense of belonging* dan kedekatan emosional terhadap PT Infracom technology.