

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemilihan media internal terhadap tingkat pemahaman karyawan mengenai logo baru perusahaan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (Daop) 6 Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data temuan di lapangan beserta pembahasannya, penulis dapat membagi kesimpulan menjadi 2 bagian, yakni kesimpulan empiris dan kesimpulan teoritik.

Pada kesimpulan empiris, penulis dapat menyimpulkan secara deskriptif bahwa dari total responden sebanyak 94 orang, sebagian besar responden membaca ketiga media dalam proses mendapatkan informasi mengenai logo perusahaan yang baru. Sedangkan pada variabel intensitas membaca media diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori responden yang membaca media internal dengan intensitas sedang, dan beberapa orang responden membaca dengan intensitas tinggi. Pada variabel kualitas media internal diketahui bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori karyawan yang menilai media internal berkualitas tinggi. Untuk tingkat pemahaman karyawan didapati bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori paham.

Berikut adalah uraian kesimpulan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data secara eksplanatif:

- a. Dari hasil temuan di lapangan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang kuat antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman, dengan nilai korelasi eta sebesar 0,676. Dengan demikian hipotesis terbukti bahwa tingkat pemahaman karyawan akan lebih tinggi pada kelompok yang memilih tiga media.
- b. Hubungan antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman akan menguat apabila ditambahkan dua variabel kontrol, yakni intensitas membaca media dan kualitas media internal. Dari variabel intensitas membaca media, diketahui bahwa intensitas membaca sering memiliki nilai korelasi eta yang paling tinggi setelah dilakukan analisis split. Korelasi eta X dan Y meningkat dari 0,676 menjadi 0,721. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan X dan Y semakin kuat apabila dikontrol oleh intensitas membaca media internal, terutama pada intensitas membaca tinggi. Dengan demikian hipotesis terbukti, bahwa hubungan antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman akan lebih kuat pada kelompok responden yang memiliki intensitas kehadiran tinggi.
- c. Dari variabel kualitas media internal, diketahui bahwa media yang berkualitas tinggi setelah dilakukan analisis split. Korelasi eta X dan Y

meningkat dari 0,676 menjadi 0,765. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan X dan Y semakin kuat apabila dikontrol oleh kualitas media internal, terutama pada media yang memiliki kualitas tinggi. Dengan demikian hipotesis terbukti, bahwa hubungan antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman akan lebih kuat pada kelompok responden yang menilai kualitas media internal tinggi.

d. Penelitian ini membuktikan bahwa pemilihan 3 media sekaligus dalam menerima informasi, menghasilkan tingkat pemahaman yang tinggi bagi karyawan. Hubungan antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman ini dipengaruhi oleh intensitas membaca media dan kualitas media internal. Jika intensitas membaca media tinggi dan kualitas media tinggi, maka hubungan antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman semakin kuat.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pemilihan media internal dapat mempengaruhi tingkat pemahaman karyawan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Pace dan Faules bahwa pemilihan media internal lisan diikuti tulisan lebih efektif dalam proses penyampaian pesan, dan diketahui juga bahwa variabel intensitas membaca media dan kualitas media dianggap sebagai faktor yang memberikan pengaruh kuat dalam penelitian ini.

B. SARAN

1. Akademis

Penelitian ini membuktikan bahwa bahwa ada hubungan yang kuat antara pemilihan media internal dengan tingkat pemahaman, dengan adanya tambahan variabel kontrol. Temuan ini mempermudah peneliti selanjutnya di dalam menentukan variabel lain agar semakin menguatkan riset.

2. Praktis

- a. Dalam Penelitian ini telah ditemukan bahwa pemilihan media internal berpengaruh terhadap tingkat pemahaman karyawan mengenai logo baru perusahaan. Oleh karena itu mungkin perusahaan lain bisa memilih ketiga media sebagai sarana untuk menyampaikan informasi ataupun kebijakan perusahaan kepada karyawannya, dan pada akhirnya karyawan dapat lebih memahami informasi-informasi yang disampaikan oleh pihak perusahaan. Serta harus didukung oleh intensitas menghadiri seminar dan membaca newsletter dan media internal tinggi, dan juga didukung oleh kualitas media tinggi.
- b. Bagi PT. Kereta Api Indonesia terutama daop VI sendiri hasil penelitian ini bisa sebagai referensi sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas dalam penyampaian kebijakan dan informasi mengenai perusahaan kepada karyawan, agar semakin tercipta pemahaman karyawan terhadap informasi-informasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Padjajaran
- Barnard, C.I, 1983. *The Functions of the Executive (edisi hari jadi yang ke-30)*.
Cambridge : Harvard University Press
- Bulaeng, A. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta : Andi Offset
- Cutlip, Scott M., Glen M. Broom & Allen H. Center. 2005. *Effective Public Relations*. Jakarta : Indeks
- Effendy, Onong Uchjana. 1994. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Engel, James dkk. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi Enam*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Herimanto, Bambang, dkk. 2007. *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta : Sanusta
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kriyantoro, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Muhammad, A. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta
- Pace, R.W, dan Faules, D.F. 2005. *Komunikasi Organisasi ; Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta : LP3ES

Siregar, Ashadi dan Rondang Pasaribu. 2000. *Bagaimana Mengelola Media Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta : Kanisius

Sugiyono. 2002. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta : Saleba Humanikas

Wok, Saodah, dkk. 2006. *Teori Komunikasi*. Kuala Lumpur : PTS Professional Publishing

Referensi dari internet

http://repository.upi.edu/operator/upload/s_c0651_055834_chapter2.pdf