

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

4.2 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang didukung oleh wawancara dengan redaksi media internal kontak dan karyawan PT. KAI, maka peneliti memperoleh kesimpulan tentang penyampaian pesan melalui media internal dalam pemenuhan informasi karyawan PT. Kereta Api Indonesia, melalui beberapa point sebagai berikut :

1. Informasi yang disajikan dalam media internal kontak PT. KAI yaitu informasi seputar PT. KAI secara menyeluruh terkait kinerja operasional perusahaan dan pencapaian perusahaan, informasi kebijakan baru yang diterapkan di PT KAI, informasi profil Sumber Daya Manusia PT. KAI, informasi seputar tips bekerja bagi karyawan PT. KAI, informasi lain dari karyawan PT. KAI yang harus diketahui public internal dan informasi hiburan bernilai positif bagi karyawan PT. KAI.
2. Media internal kontak terbit 1 bulan sekali. Tepatnya tanggal 17 tiap bulan, media internal kontak terbit secara *digital* dimulai edisi Februari 2020. Menyediakan media internal kontak yang berbasis digital, sehingga tiada ada proses pencetakan untuk mendukung gerakan paperless. Sehingga semua berita, artikel maupun infografis ada dalam genggam.

3. Format Bahasa penyampaian berita, artikel maupun infografis yang digunakan dalam media internal kontak mulai dari gaya bahasa serius hingah gaya bahasa yang santai dan menghibur. Memberikan penyampaian

berita, artikel maupun infografis yang mudah dipahami oleh karyawan PT. KAI. Bentuk penyampaian berita, artikel maupun infografis mengenai perusahaan dalam media internal kontak berbentuk rubrik-rubrik yang rutin diisi unit-unit kerja PT. KAI. Sedangkan berita, artikel maupun infografis selain bidang pekerjaan berbentuk rubrik-rubrik yang diisi tulisan lepas, teka-teki, tips, pengetahuan teknologi, destinasi wisata, resensi buku dan cerita humor yang bersumber dari internal PT. KAI dan bersumber dari lainnya. Menyampaikan berita, artikel maupun infografis menyesuaikan dengan kondisi saat itu, isu yang sedang berkembang melalui survey terhadap karyawan PT. KAI dan menyediakan sarana untuk menyampaikan feedback dari karyawan PT. KAI kepada redaksi.

4. Bahasa yang digunakan dalam media internal kontak adalah Bahasa Indonesia dengan PUEBI (Pedoman Ejaan Bahasa Indonesia) dengan redaksional gaya penulisan tetap dinamis dan tidak kaku. Bahasa untuk rubric utama dan rubric lain yang terkait headline media internal kontak menggunakan bahasa formal tetapi seberat apapun informasi / berita coba dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami. Sejak Februari 2020 pendistribusian media internal kontak secara daring / online menggunakan link website internal, milis broadcast dan WA grup yang dibagikan setiap bulannya ke seluruh karyawan PT. KAI. Informasi / berita disusun dengan terstruktur menggunakan prinsip 5 W + 1 H. Media internal kontak menyediakan ruang kepada humas Daop / Divre untuk dapat berkontribusi di rubrik yang sudah ditentukan. Karyawan PT. KAI juga bisa berkontribusi

dengan mengisi rubrik jeprat-jepret yang berisi hasil foto menarik yang dimuat dan setiap tahun Ketika HUT PT. KAI mengadakan lomba yang menang mendapatkan hadiah dari redaksi kontak.

5. Isi mengenai program yang ada pada media internal kontak hanya diberikan sebagian ditentukan berdasarkan kebutuhan informasi karyawan PT. KAI. Isi mengenai pencapaian PT. KAI diberitakan dalam rubrik bernama Whats On. Setiap PT. KAI mendapatkan suatu pencapaian, selalu ada liputan oleh pegawai Humas yang merupakan bagian dari redaksi humas dan berita pencapaian dimasukkan ke edisi terdekat. Isi mengenai manajemen dan non manajemen dari unit terkait diberitakan dalam pada rubrik utama dan rubrik edukatif atau rubrik pendukung yang sudah ditentukan oleh redaksi media internal kontak. Isi mengenai kegiatan merupakan hasil liputan dari internal pegawai humas dan dijadikan berita dalam media internal kontak berdasarkan nilai-nilai berita dan periode waktu. Isi yang bermanfaat disajikan redaksi media internal kontak dengan memberikan konten-konten mengenai kesehatan dan lain-lain pada rubrik ringan seperti traveling dan kabin tawa dan asa otak.

Pentingnya penyampaian pesan melalui media internal dalam pemenuhan informasi karyawan PT. Kereta Api Indonesia, karena media internal kontak PT. KAI merupakan satu-satunya media internal perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada karyawan yang disusun oleh Humas PT. KAI dan media internal kontak menjadi media untuk Humas menanamkan visi, misi, nilai-nilai perusahaan yang senantiasa diingat oleh karyawan.

4.3 Saran

Berdasarkan sajian data dan analisis data sesuai dengan teori yang digunakan peneliti, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

4.3.1 Saran Bagi Media Internal Kontak PT. KAI

1. Sebaiknya media internal kontak melakukan evaluasi media terhadap karyawan PT. KAI, agar dapat mengetahui tercapainya tujuan pembuatan media internal kontak
2. Sebaiknya media internal kontak menyediakan rubrik untuk menginspirasi para karyawan yang memiliki kinerja baik di PT. KAI. Agar dapat menginspirasi karyawan PT. KAI yang lain.

4.3.2 Saran Bgai Peneliti Selanjutnya

1. Harus lebih aktif, cepat tangap dan tepat waktu dalam mencari, mengumpulkan serta mengambil data di tempat penelitian.
2. Disarankan untuk mencaru dan membaca referensi lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin berkualitas dan dapt memperoleh ilmu baru.