# BAB V

# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan antara lain :

1. *Email Broadcasting* adalah media komunikasi informasi yang memiliki isi pesan antara lain informasi-informasi yang beragam, seperti kebijakan-kebijakan perusahaan, kegiatan yang sedang atau yang akan berlangsung, undangan rapat, lowongan jabatan, motivasi, himbauan-himbauan, sampai pada berita duka cita, maupun berita gembira, dll. Ada dua alternatif atau pilihan dalam penyebaran informasi melalui *email broadcasting* ini. Bentuk penyebaran informasinya terbagi menjadi dua, yakni secara pilihan berupa undangan, himbauan,kepada karyawan pilihan, seperti kepada Direksi,General Manajer, dan staff-staff terpilih. Sedangkan informasi yang disampaikan kepada semua pihak/seluruh karyawan contohnya berita-berita mengenai cuti bersama, berita duka,dll.

2. Sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta, *email broadcasting* memiliki proses kerja yang cepat dan mudah. Tetapi tidak terdapat *feedback* didalamnya, karena *email broadcasting* ini bersifat *linier* atau satu arah. Seluruh informasi yang disampaikan melalui *email*

*broadcasting* ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada karyawan yang bersifat umum mengenai kebijakan-kebijakan dan kegiatan yang ada di perusahaan PT. Patra Niaga Jakarta.

3. *Email broadcasting* membantu karyawan untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan, kebijakan-kebijakan, kegiatan-kegiatan perusahaan, jadi komunikasi dapat terjalin dengan mudah karena *email broadcasting* ini hemat biaya dan hemat tenaga, serta dapat menjalin tali silaturhami antar karyawan PT. Patra Niaga Jakarta. Secara otomatis, karyawan lebih menyukai *email broadcasting* ini karena lebih efisien dibandingkan dengan media *broadcast* lain yang ada di PT. Patra Niaga Jakarta

4. Frekuensi informasi yang disampaikan melalui *email broadcasting* ini cukup tinggi, tergantung kepada peristiwa atau *event-event* tertentu yang harus diketahui oleh karyawan, karena melalui media inilah penyampaian informasi yang menyangkut tentang perusahaan. Dan semua kembali lagi kepada Admin yang berperan penting dalam menyampaikan informasi kepada karyawan. Dengan adanya *email broadcasting* secara tidak langsung telah menggantikan penggunaan media *broadcast* lain yang telah ada sebelumnya, seperti madding, *sms broadcasting*, telepon, *faximilie*, dll. Seiring dengan perkembangan teknologi, maka karyawan PT. Patra Niaga Jakarta memanfaatkan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi mereka.

Jangkauan komunikasi melalui *email broadcasting* ini sangatlah luas, karena tidak terbatas ruang dan waktu, kita dapat mengakses informasi dari *email broadcasting* ini kapan saja, dikarenakan ini merupakan media *visual online.*

5. Terdapat 2 Hambatan dari *email broadcasting* yang pertama adalah bersifat teknis, yakni jika jaringan *server* atau koneksi yang tidak terhubung, otomatis Admin tidak dapat menyebarkan informasi melalui *email broadcasting* ini, dan yang kedua adalah pembatasan *kuota email* untuk masing-masing karyawan, jika *kuota* tersebut telah memasuki batas maksimal, maka karyawan tersebut tidak dapat menerima informasi melalui *email broadcast* yang diberikan oleh admin.

6. Melalui media *email broadcasting* ini, karyawan dapat menerima informasi lebih cepat dan mudah serta dengan biaya yang terjangkau dibandingkan dengan media lainnya yang telah ada sebelumnya. Secara otomatis *email broadcasting* berperan baik sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta.

## 5.2 Saran

Sebuah penelitian harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun instansi atau pihak-pihak yang

terkait dengan penelitian ini. Maka saran yang peneliti kemukakan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut :

### 5.2.1 Saran bagi Instansi

1. Mampu menciptakan lebih banyak lagi pertemuan-pertemuan dalam frekuensi intensif, seperti *gathering* setiap akhir bulan, agar tercipta hubungan yang harmonis antar karyawan dan dapat menjalin tali silaturahmi yang baik, membuat suatu kegiatan yang pada akhirnya akan menciptakan *brand image* yang baik bagi perusahaan, menjalin komunikasi yang baik dengan para customer ataupun calon customer (mengingat orientasi bisnis dari PT.Patra Niaga ini adalah *bussiness to business)*
2. Dalam penggunaan media komunikasi informasi terjadi keselarasan, diharapkan semua karyawan dapat menggunakan dan memanfaatkan media tersebut berimbang sesuai dengan konteks dan kebutuhannya agar dapat lebih terjalin komunikasi yang baik antar karyawan.
3. Diharapkan media ini menjadi fasilitator yang baik bagi karyawan, salah satunya dengan menyediakan informasi yang dapat memberikan aspirasi khusus untuk karyawan

### 5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

1. Semoga penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau referensi untuk penelitian sejenis yang meneliti media komunikasi informasi lain yang berbasis IT atau meneliti tentang komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal di PT. Patra Niaga Jakarta terkait dengan peranan *email broadcasting* sebagai media informasi bagi karyawan PT. Patra Niaga Jakarta.

2. Untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat meneliti mengenai komunikasi organisasi ataupun komunikasi interpersonal di PT. Patra Niaga Jakarta yang terkait dengan peranan email broadcasting sebagai media informasi bagi karyawan PT.Patra Niaga Jakarta.

3. Bagi mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa humas agar lebih dapat memahami tentang media informasi yang telah banyak berkembang belakangan ini yang digunakan dalam suatu instansi perusahaan sebelum terjun kedalam dunia kerja agar dapat mengantisipasi efek dari media-media tersebut, serta agar kita dapat miliki kompetensi yang baik dibidang media informasi.