BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. **Penyampaian Pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Perilaku oleh PT. Telkom Kepada Para Karyawan Divisi *Customer Care***

   Penyampaian pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 dilakukan oleh seluruh lapisan karyawan yang ada di lingkungan PT. Telkom. Penyampaian pesan yang dilakukan secara terstruktur mulai dari kantor pusat PT. Telkom hingga ke seluruh karyawan PT. Telkom yang ada. Sosialisasi yang dilakukan oleh atasan selain melalui pengarahan-pengarahan, sosialisasipun diberikan dengan menjadikan dirinya sebagai seorang panutan yang perilakunya harus dicontoh. Selain dari atasan kepada bawahannya yang menyebarkan pesan Budaya *The Telkom Way* (135), seluruh karyawan yang ada selain sebagai komunikan juga diposisikan sebagai komunikator untuk menyebarkan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada karyawan lainnya. PT. Telkom sendiri pun menggunakan segala macam media yang ada mulai dari media cetak seperti buletin hingga media elektronik seperti internet. Sehingga prosedur penyampaian pesan

Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 yang dilakukan oleh PT. Telkom sudah sesuai.

2. Faktor Hambatan dalam Penerima Pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku oleh Para Karyawan Divisi *Customer Care* PT. Telkom Kandatel Bandung Timur

Dalam penyampaian Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 para karyawan tidak mengalami adanya hambatan yang mengganggu sehingga menghambat proses penyampaian pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135. Para karyawan PT. Telkom tidak merasakan hambata baik hambatan semantic karena bahasa yang digunakan dapat dimengerti, hambatan fisik karena mayoritas karyawan Telkom adalah orang-orang yang tidak memiliki kekurangan secara fisik sehingga apa yang dipesankan dapat dilakukan secara baik, psikologis karena tidak ada karyawan yang bekerja demi kepentingan pribadi, maupun lingkungan karena suasana yang ada dilingkungan PT. Telkom sangat kekeluargaanh. Proses penyampaian pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 yang disampaikan dinilai sudah sesuai prosedur dan mudah untuk dimengerti dan dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari dalam bekerja. Justru dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini membawa perubahan yang posifit bagi karyawan PT. Telkom.

3. Makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku Bagi Para Karyawan Divisi *Costumer Care* PT. Telkom kandatel Bandung Timur

Para karyawan PT. Telkom adalah orang-orang yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaannya. Apapun yang diberikan kepada mereka baik itu berupa peraturan, tugas, kegiatan pasti akan diterima dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Karena di dalam diri para karyawan PT. Telkom sudah tertanam rasa memiliki terhadap perusahaannya, sehingga dimanapun mereka berada jiwa Telkom selalu tertanam di dalam diri mereka. Pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 merupakan pilar dari perusahaan dimana harus dijunjung dan diaplikasikan pada kegiatan kerja para karyawan sehari-hari. Mendalami makna dari Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 merupakan hal yang dilakukan oleh setiap Insan Telkom agar apa yang diharapkan dapat terwujud. Makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 yang didalami oleh para karyawan adalah sesuai daripada hakikat dari peranan budaya perusahaan itu sendiri.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah:

5.2.1 Saran Bagi Karyawan PT. Telkom

1. Untuk mengatasi kegagalan dalam proses komunikasi organisasi maka masing-masing karyawan PT. Telkom harus saling memahami bahwa perbedaan yanga ada. Untuk itu intebsitas dalam melakukan komunikasi organisasi diharapkan dapat mampu meminimalisir perbedaan yang ada.
2. Budaya perusahaan haruslah dijunjung dan dibanggakan oleh setiap insan anggota organisasi. Karena dengan memegang nilai-nilai yang ada di budaya perusahaan maka minimalisir konflik antar anggota organisasi dapat terwujud.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Komunikasi organisasi adalah kajian yang sangat menarik dan mempunyai banyak aspek untuk terus dijadikan bahan penelitian. Sehingga bagi peneliti lainnya yang berminat tentang komunikasi organisasi dapat meneliti bagaimana komunikasi organisasi yang dilakukan organisasi atau

perusahaan lainnya dalam proses memaknai budaya perusahaan.

2. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakiin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi ilmu komunikasi.