

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di lingkungan PT PLN PLN (Persero) P3B terhadap opini dari para karyawan terhadap majalah internal *FLOEKSI* yang diterbitkan oleh bidang humas di PT PLN (Persero) P3B maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1.1 Mayoritas pembaca majalah internal yang juga merupakan karyawan perusahaan adalah mereka yang telah lama bekerja di perusahaan dan mempunyai tingkat aspirasi yang tinggi.

1.2 Opini karyawan terhadap *FLOEKSI* sebagai majalah internal adalah positif karena *FLOEKSI* menyajikan informasi seputar perusahaan dan bukan menyajikan informasi yang bersifat hiburan seperti halnya majalah cetak pada umumnya. Hal ini terlihat bahwasanya karyawan lebih suka membaca *FLOEKSI* untuk memperoleh pemberitaan akan perusahaan (memenuhi unsur *cognition*) dan bukan untuk memperoleh hiburan (memenuhi unsur *diversion*) Karyawan juga lebih setuju apabila rubrik di dalam majalah internal ditambah dengan rubrik yang berisikan berita internal perusahaan daripada berita yang bernuansa *human interest*.

1.3 Karyawan lebih suka membaca rubrik yang berisikan berita yang disajikan secara singkat (ringkas) dengan jumlah berita yang banyak yakni rubrik Seputar P3B JB ketimbang rubrik yang berisikan berita yang disajikan panjang lebar dan hanya mempunyai satu nilai berita seperti rubrik Hukum.

1.4 Karyawan menyetujui bahwasanya pemberitaan di *FLOEKSI* (yang membahas berita terkini perusahaan) penting untuk diketahui bagi seluruh karyawan atau pihak internal perusahaan. Karyawan juga menyetujui apabila *target audience* *FLOEKSI* mencakup kalangan eksternal di luar perusahaan.

1.5 Walaupun frekuensi membaca karyawan rendah namun lamanya waktu yang dibutuhkan karyawan dalam setiap kesempatan membaca majalah *FLOEKSI* tinggi sehingga responden membaca secara detail isi pemberitaan yang tertera di dalam majalah *FLOEKSI* sehingga dapat memahami isi pemberitaan di dalamnya.

1.6 Pendistribusian majalah *FLOEKSI* yang merata di setiap karyawan dan kemudahan *FLOEKSI* untuk dibawa ke mana saja belum menjadi jaminan *FLOEKSI* dikonsumsi oleh karyawan dengan tingkatan jenis kelamin, pendidikan, usia, atau jabatan yang setara jumlahnya (sama banyak).

2. Saran

2.1 Akademis

2.1.1 Penelitian tentang opini perlu dilakukan kembali apabila *FLOEKSI* mengalami perubahan dalam segi redaksional, isi, ataupun peruntukkan (internal, eksternal, atau gabungan internal dan eksternal).

2.1.2 Penelitian ini dapat dilanjutkan terutama membahas opini para karyawan terhadap majalah internal di seluruh kantor cabang dengan jumlah responden yang lebih luas atau merata di setiap *region*.

2.2 Praktis

2.2.1 Tim redaksi memprioritaskan pendistribusian majalah kepada karyawan yang mempunyai jenjang karir yang lama di perusahaan yakni enam tahun lebih. Hal ini bisa menjaga keefektifan pemberitaan serta menekan biaya percetakan yang ditanggung oleh perusahaan.

2.2.2 Ukuran majalah dipertahankan dengan meringkas isi pemberitaan yang ada di majalah tanpa mengurangi *news value* yang ada dengan kalimat yang lebih ringkas. Para praktisi kehumasan hendaknya tetap memakai

bahasa yang hendaknya bisa dipahami oleh seluruh karyawan agar tercipta kesepahaman yang sama di perusahaan (*same level of information*).

2.2.3 Pihak humas yang merangkap redaksi hendaknya lebih memprioritaskan pemberitaan di suatu rubrik yang menjadi kegemaran dari para pembacanya agar tercipta opini yang lebih positif terhadap rubrik ataupun kandungan isi dari rubrik yang tertera di dalam majalah *FLOEKSI*.

2.2.4 Redaksi hendaknya mengganti rubrik yang jarang dibaca dengan nama lain dengan tema yang sejenis atau menggantinya dengan rubrik lain yang lebih menarik di mata internal publiknya. Bila redaksi berencana menambah jumlah rubrik yang telah ada maka penambahan rubrik bermuatan berita internal perusahaan lebih diprioritaskan daripada penambahan rubrik bermuatan *human interest*.

2.2.5 Bila majalah internal juga ditujukan untuk kalangan eksternal perusahaan maka perlu adanya kesesuaian nilai berita (*news value*) agar cocok dibaca oleh kalangan internal dan eksternal.