

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada sub bab sebelumnya mengenai Motif karyawan PT Telekomunikasi Indonesia Regional V di Ketintang dalam membaca media internal E-magazine konten “News”, dapat disimpulkan bahwa Motif *seeking information* merupakan motif yang mendasari para karyawan dalam membaca konten “News”. Dibandingkan dengan motif keempat lainnya yaitu *Utility, Passing Time, Convenience, dan Entertainment*. Hasil dari jawaban responden juga mengatakan banyaknya setuju terhadap Motif *Seeking Information* ini yaitu sesuai dengan tujuan pembuatan E-magazine Konten “News” sebagai sumber informasi untuk mengedukasi diri sendiri serta bagi segala aktivitas dan kegiatan karyawan.

Hasil *crosstab* yang paling menarik adalah hasil *crosstab* antara 15 responden yang tidak membaca media internal dan motif *seeking information*, dimana hasil ini menjelaskan 15 responden yang tidak mengisi dikarenakan tidak adanya waktu luang bagi mereka, namun mereka hanya mengisi identitas responden saja namun tidak mengisi Motif nya. Menurut peneliti melewati pernyataan saringan, mereka bukan berarti tidak mengetahui Konten “News”, mereka mengetahui hanya saja mereka tidak mempunyai cukup waktu luang dikarenakan sibuk dalam membaca media internal E-magazine Konten “News”.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di PT Telekomunikasi Regional V, peneliti ingin memberikan saran praktis juga saran akademis. Semoga saran yang peneliti berikan dapat memberikan masukan yang positif bagi mahasiswa yang nantinya akan melakukan penelitian serupa. Saran tersebut sebagai berikut.

V.2.1 Saran akademis

1. Penelitian metode kuantitatif memiliki kelemahan yaitu tidak dapat diteliti secara mendalam, sehingga perlu dilakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif agar memperoleh jawaban yang mendalam, tidak hanya sekedar pada generalisasi data.

V.2.2 Saran praktis

1. Saran bagi PT. Telekomunikasi Indonesia Regional V sendiri yaitu diharapkan agar lebih bisa memperhatikan isi berita dari bahasa, kualitas gambar pendukung berita, gaya bahasa sehingga dapat memenuhi motif *Utility, Seeking Information, Passing Time, Convenience, Entertainment* agar tujuan pembuatan media internal E-magazine konten “News” dapat terlaksana dengan baik.
2. Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian tentang Motif karyawan PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Regional V di Ketintang dalam membaca media internal E-magazine konten “News” yang disediakan bagi karyawan dapat diakses di luar area perusahaan namun tetap dikhususkan hanya bagi karyawan internal

saja. Hal ini dapat dipertimbangkan agar karyawan internal yang bekerja dilapangan juga tetap bisa mengakses konten “News”.

3. Sedangkan saran lainnya yaitu untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan motif penggunaan media online, mungkin bisa menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai cara untuk mengetahui hasil dari penelitian, karena peneliti sadar akan kekurangan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook Of Public Relations pengantar Komprehensif*. Bandung : Simbioasa Rekatama Media.
- Assumpta, M. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Cutlip, M., Center, A., & Broom, G. M. (2004). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Gunardi, I Made dan Lirva32. (2007). *Joomla website magic: dengan joomla bikin website semudah memasak mie instan*. Jakarta: Jasakom.
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga.
- Jeffkins, F. (2005). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunkasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- _____. (2011). *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- _____. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitiandan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Kusumastuti. (2004). *Dasar-Dasar Humas*. Bogor: PT Ghalia Indonesia

- Morissan, M.A. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Selemba Humanika.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen public relations & media komunikasi konsepsi dan aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Silalahi, Ulber . (2010) .*Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama
- Suhandang, K. (2004). *Public Relations Perusahaan: Kajian, Program, Implementasi*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia.
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wimmer, Roger D., and Dominick, Joseph R. (2003). *Mass Media Research: An Introduction*. United States of America: Wadsworth