BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dan setelah dikonfirmasikan dengan teori yang ada, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa untuk menciptakan suasana hangat dan haronis seluruh karyawan dalam bekerja diperlukan suatu hubungan kebersamaan, langkah (strategi) yang dilakukan oleh karyawan cuci mobil "BAROKAH/275" adalah sebagai berikut :

1. **Mendefinisikan Dan Memformulasikan Sasaran Komunikasi**

   Formulasi SMART, yaitu Specific, Measurable, Appropriate, Realistic dan Temporal digunakan untuk membangun kebersamaan karyawan adalah:

   Dalam program membangun sebuah kebersamaan karyawan cuci mobil barokah/275 minimal akan mengetahui pentingnya arti sebuah kebersamaan dalam lingkungan kerja, seperti: proses, resiko, motivasi, dan hambatan- hambatanya. Dimana selama ini, pada kenyataannya terdapat karyawan yang belum mengetahuinya.

2. **Membuat Pesan Kunci/ *Key Messages.***

   dengan tujuan perubahan tingkat pengetahuan dan bagaimana cara melakukan pesan yang disampaikan, maka disusun sebuah pesan kunci yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akibat tidak adanya pengetahuan karyawan tentang pentingnya membangun sebuah kebersamaan akan menyebabkan kerugian karyawan yaitu tidak dapat mengoptimalkan manfaat sebuah kebersamaan itu sendiri, tidak dapat mengantisipasi resiko, mengatasi hambatan- hambatan dan tidak memperoleh motivasi yang tepat jika terjadi penurunan kadar hubungan kebersamaan. Oleh karena itu karyawan dapat lebih sadar akan kewajiban mereka untuk senantiasa membina hubungan harmonis sesama karyawan agar tujuan sebuah organisasi tempat kerja bias tercapai. Tentunya didukung oleh sikap positif seluruh karyawan dalam pola hubungan kebersamaan yang harmonis.

3. **Memilih Pendekatan Dan Channel/Media Komunikasi.**

   Berdasarkan atas faktor yang terbentuk, ketiga variable faktor penentu keberhasilan komunikasi (komunikator, pesan dan media) tersebut membentuk satu faktor, dimana faktor tersebut mampu menjelaskan dari keragaman total dari ketiga variable faktor penentu keberhasilan komunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item dan Faktor Dominan Penentu Keberhasilan Strategi Komunikasi

Faktor yang dominan	**Item yang dominan**		
	komunikator	**Pesan**	**Channel/Media**
Channel/Media	Mampu menjelaskan materi tentang arti sebuah kebersamaan	pesan sesuai tingkat pendidikan.	Booklet
Pesan	Bersedia memberikan kesempatan untuk tanya jawab	pesan sesuai tingkat pendidikan.	Acara kumpul-kumpul dan musyawarah bersama
Pesan	Menguasai materi tentang arti sebuah kebersamaan	pesan sesuai tingkat pendidikan.	poster

- **Komunikator** harus dapat menyusun pesan untuk booklet dengan jelas, menarik dan mudah dipahami.

  Pesan disampaikan dalam bahasa indonesia dan disampaikan secara nebdetail serta pesannya sesuai dengan tingkat pendidikan responden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pesan harus dapat mendorong untuk melakukan tindakan lebih baik dan baik dari sebelumnya dalam mempelajari informasi lebih dalam sehingga dapat melangkah lebih tinggi lagi yaitu mengaplikasikannya pada lingkungan kerja.

Media yang dipilih adalah booklet.

- **Komunikator** harus dapat mengingatkan kembali akan pentingnya membangun kebersamaan dan meyakinkan bahwa mereka akan mendapatkan hubungan interpersonal yang lebih produktif, menyenangkan, dan memuaskan dengan tema yang disampaikan.

  Pesan harus sesuai dengan tingkat pendidikan responden, disampaikan dalam bahasa indonesia secara mendetail serta mengandung cara mewujudkan dan apa saja yang dapat diperoleh dari terwujudnya tema tersebut.

  Channel/Media menggunakan acara kumpul- kumpul dengan **tema** yang dihubungkan dengan informasi yang sifatnya mengingatkan kembali manfaat pesan yang akan disampaikan dan keyakinan mendapatkan perlakuan yang adil dari seluruh karyawan mengenai tema yang dibahas tersebut di lapanagan/tempat kerja

- **Komunikator** harus mampu menjelaskan informasi tentang manfaat, resiko, dan pelayanan pengaduan apabila mereka tidak memperoleh perlakuan yang semestinya mereka dapatkan.

  Pesan diberikan dalam bahasa indonesia dan diberikan secara mendetail. Selain itu harus berisi:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Kalimat- kalimat yang dapat membangun kesadaran karyawan tentang pentingnya sebuah kebersamaan.
- Manfaat adanya sebuah kebersamaan.

Channel/media poster yang ditempelkan di area- area yang potensial menarik responden dan harus bisa memotivasi mereka akan pentingnya membangun sebuah kebersamaan yang harmonis dalam lingkungan kerja.

B. REKOMENDASI

Dari uraian di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan lain untuk dijadikan contoh serta untuk fakultas maupun prodi dalam menentukan kebijakan mendatang, yaitu :

1. Perusahaan

   Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin besar, tingkatkan dan terus tingkatkan perhatian kepada karyawan melalui komunikasi interpersonal diantara mereka, karena karyawan merupakan nafas dari sebuah perusahaan.

2. Fakultas atau Program Studi

   Diharapkan dalam memberikan mata kuliah yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal, mahasiswa dituntut untuk lebih berperan aktif dan meningkatlan keterampilan berkomunikasi dengan mencoba menciptakan strategi – strategi komunikasi interpersonal yang penuh inovatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pengembangan Dakwah

Dalam berdakwah seorang komunikan sehendaknya mempunyai strategi komunikasi seperti strategi komunikasi interpersonal pada penelitian ini. Strategi baik melalui memahami pribadi seseorang dan membuat kunci pesan (key message) merupakan vital dari keberhasilan sebuah komunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id