

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola komunikasi yang terjadi pada penjualan produk *smartphone* Samsung di PT Focus Digisellindo Utama adalah sebagai berikut: 1) Pada isu ketersediaan barang terjadi komunikasi dalam dimensi eksternal dan internal, dengan arus horizontal dan vertikal. Komunikasi bersifat formal dan dua arah, dengan bentuk langsung dan didukung oleh media tertulis; 2) Pada isu harga, promosi, dan penjualan barang terjadi komunikasi dalam dimensi eksternal dan internal, dengan arus horizontal dan vertikal. Komunikasi bersifat formal dan dua arah, dengan bentuk langsung dan didukung oleh media tertulis; 3) Pada kegiatan pemeliharaan hubungan dengan *stakeholders* terjadi komunikasi dalam dimensi eksternal dan

internal, dengan arus horizontal, vertikal, dan diagonal. Komunikasi bersifat semi formal dua arah, dengan bentuk langsung/tatap muka; dan 4) Pada kegiatan pengawasan perusahaan terjadi komunikasi dalam dimensi internal dengan arus horizontal dan vertikal. Komunikasi bersifat formal baik dua maupun satu arah, dengan bentuk langsung maupun tidak langsung melalui *handphone* dan laporan tertulis.

2. Struktur jaringan komunikasi yang terbentuk pada penjualan produk *smartphone* Samsung di PT Focus Digisellindo Utama adalah sebagai berikut; 1) Pada isu ketersediaan barang terbentuk struktur jaringan rantai dan Y, dengan aktor-aktor yang berperan sebagai *star*, *opinion leader*, *bridge*, *liaison*, *gate keeper*, dan *isolate*; 2) Pada isu harga, promosi, dan penjualan barang terbentuk struktur jaringan rantai, Y, dan roda, dengan aktor-aktor yang berperan sebagai *star*, *opinion leader*, *bridge*, *gate keeper*, *cosmopolite*, dan *isolate*; 3) Pada kegiatan pemeliharaan hubungan terbentuk struktur jaringan semua saluran dan Y, dengan aktor-aktor yang berperan sebagai *bridge* dan *cosmopolite*; dan 4) Pada kegiatan pengawasan perusahaan, terbentuk struktur jaringan semua saluran dan rantai, dengan satu orang berperan sebagai *opinion leader*.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi PT Focus Digisellindo Utama dalam menjual produk *smartphone* Samsung adalah: 1) jalur komunikasi formal yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan; 2) struktur wewenang yang fleksibel dalam hal komunikasi; 3) spesialisasi

pekerjaan yang sesuai dengan SDM; dan 4) kepemilikan informasi yang mendukung pekerjaan.

#### 4. 5.2. Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti setelah melakukan penelitian:

1. Setiap perusahaan memiliki kegiatan operasional yang berbeda-beda, sekalipun bidang usahanya sama. Oleh karena itu, pola dan jaringan komunikasi yang dirancang meskipun berpatokan pada panduan-panduan atau teori-teori yang sudah ada, masih dapat dimodifikasi sedemikian rupa tergantung kondisi yang dihadapi suatu perusahaan ataupun organisasi lainnya.
2. Pola dan jaringan komunikasi yang diterapkan oleh PT Focus Digisellindo Utama telah terbukti efektif dalam menjembatani perusahaan mencapai tujuan jangka pendek maupun bertahan untuk jangka panjang. Oleh karena itu, pola dan jaringan komunikasi ini masih terus dapat dilaksanakan untuk mendukung kelancaran operasional serta perkembangan perusahaan. Namun tidak tertutup kemungkinan terjadinya perubahan pola dan jaringan komunikasi apabila perusahaan sendiri mengalami perubahan kegiatan operasional di kemudian harinya.

3. Kajian/penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi suatu perusahaan, terutama di berbagai bidang yang berbeda-beda masih memiliki peluang untuk menemukan hal-hal baru, sehingga perlu dilakukan.