BAB V
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil analisis terhadap valensi informasi dengan pemuasan informasi, jawaban responden pada tingkat sedang. Hal ini mengartikan bahwa informasi dalam majalah REL menyokong keyakinan mereka sehingga valensi atau arah informasi yang responden berikan adalah positif meskipun masih dalam tingkat cukup atau sedang. Hasil tersebut membuktikan bahwa valensi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap pemuasan informasi. Informasi yang terdapat di dalam majalah REL secara keseluruhan dapat memberikan pengetahuan penumpang yang dibuktikan dengan jawaban responden yang memberi pernyataan setuju karena informasi yang didapatkan dalam majalah REL dapat menyokong atau mendukung secara positif informasi penumpang yang sudah ada.
2. Hasil penelitian yang sudah dilakukan mendapatkan jawaban bahwa bobot informasi dikategorikan sedang yang mengartikan bahwa penyampaian informasi secara bobot informasi masih belum memberi dampak pada penumpang. Hasil analisis bobot informasi dengan pemuasan informasi penumpang menghasilkan hubungan positif dengan kategori sedang. Hal ini mengartikan bahwa responden mengakui kebenaran dalam majalah REL maka dari itu bobot informasinya adalah tinggi karena jika seseorang berpikir bahwa sebuah informasi benar maka secara langsung ia memberikan bobot yang tinggi pada informasi tersebut. Hasil tersebut membuktikan bahwa bobot informasi berpengaruh secara signifikan terhadap pemuasan informasi. Responden mengakui kebenaran tersebut dengan terpenuhinya kebutuhan informasi mereka seperti kognitif, afektif, sosial, personal dan hiburannya.

Penumpang ingin mengetahui informasi merupakan kebutuhannya, kemudian dengan membaca dan mengakui kebenaranya informasi tersebut berarti penumpang memberikan bobot informasi yang baik meskipun tidak sepenuhnya karena masih ada beberapa penumpang yang kurang setuju.

B. Implikasi

Penelitian ini memiliki dampak bagi ilmu komunikasi adalah untuk pengembangan dalam bidang informasi dan komunikasi massa. Bagi humas, majalah REL dapat dijadikan sarana untuk mengetahui apapun pendapat masyarakat perihal kereta api sehingga tim humas dapat menyampaikannya kepada perusahaan dan dapat mengambil tindakan atau solusi jika terdapat keluhan. Media massa merupakan kajian bahasan dari ilmu komunikasi, maka dari itu majalah REL sebagai media pelanggan dapat dijadikan publikasi perusahaan. Penelitian ini membuktikan bahwa pesan atau informasi dalam majalah REL dapat memberikan kepuasan informasi penumpang kereta api. Maka dari itu penelitian ini akan memiliki dampak yang positif untuk majalah REL yang lebih baik ke depannya sehingga penumpang juga merasa senang membacanya selama perjalanan di dalam kereta api,

C. Rekomendasi

Pada bagian ini, penulis juga mengemukakan beberapa rekomendasi yang dapat bermanfaat bagi beberapa pihak dibawah ini.

1. Penelitian ini memiliki kaitan dengan masyarakat yang menjadi penumpang kereta api. Masyarakat merupakan tanggung jawab dari pemerintah sebagai badan yang mengatur peraturan di dalam masyarakat. Pemerintah Indonesia secara khusus memilih beberapa BUMN untuk mengerjakan beberapa aspek kehidupan masyarakat. Seperti PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai badan milik negara yang mengurus kereta api di Indonesia. Maka dari itu, penulis merekomendasikan adanya pernyataan dukungan pemerintah secara khusus di dalam majalah REL untuk menggunakan kereta api agar dapat mengurangi kemacetan. Hal ini

tentunya dapat memberikan kesadaran tersendiri bagi penumpang yang membaca majalah REL.

2. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan milik negara yang beroperasi dalam bidang transportasi khususnya kereta api. Selama penelitian penulis juga mendapatkan pendapat dari responden bahwa kelemahan majalah REL adalah ada bagian yang kurang sesuai dengan topik. Humas sebagai divisi yang bertanggung jawab untuk membuat majalah REL memang selalu memasukkan siaran pers ke dalam majalah REL. Hal ini yang membuat terkadang tema besar kurang sesuai dengan tulisan di dalamnya. Maka dari itu penulis merekomendasikan agar perusahaan memberikan tema menarik di halaman depan sehingga pembaca tertarik untuk membaca seluruh isi tulisan karena tulisan di dalamnya bagaikan cerita jika tidak dibaca seluruhnya maka akan membuat penasaran. Keinginan pelanggan merupakan hal yang utama dalam peningkatan kualitas dan reputasi perusahaan tentunya. Terwujudnya keinginan tersebut dapat memberikan nilai tambah bagi majalah REL untuk lebih diminati selain sebagai media transportasi. Selain itu dalam hasil penelitian pembaca kurang tertarik menyebarkan informasi majalah REL. Oleh sebab itu, penulis juga merekomendasikan agar tim humas memberikan bahasan yang lebih menggemparkan di mana bahasan itu belum pernah diketahui oleh pembaca sehingga mereka tertarik untuk membicarakannya dengan orang lain karena saling berbagi informasi.

3. Penelitian memiliki manfaat yang besar bagi universitas terutama dapat menunjang kualitas keilmiahan. Adanya penelitian terhadap majalah REL tentunya dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dengan universitas karena penelitian ini dapat menjadi riset atau bahan evaluasi bagi perusahaan. Kemudian penulis merekomendasikan agar universitas juga memiliki media informasi tersendiri untuk membuka keterbukaan

informasi kepada masyarakat. Hal ini nantinya akan memberikan jalinan hubungan yang baik antara masyarakat, mahasiswa dan universitas.

4. Penelitian tentang informasi dan komunikasi ini akan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama atau objek yang sama. Maka dari itu, penulis merekomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih membahas majalah REL dari sisi makna pesan atau menganalisis isi pesan yang terdapat di dalamnya. Hal ini penulis rekomendasikan karena masih terdapat hal-hal yang kurang relevan dengan topik yang ingin dibahas pada awalnya. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya mungkin dapat melakukan penelitian komparasi dengan majalah atau media eksternal perusahaan lainnya.