

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan penelitian mengenai “Pengaruh Media Sosial Terhadap Organizational Commitment Karyawan di PT Surya Madistrindo”, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pada media sosial terbagi dalam 4 indikator yaitu konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi. Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner, dari keempat indikator tersebut yang memiliki tingkatan sangat tinggi yaitu komunikasi dengan skor rata-rata tertinggi sebanyak 780 dan persentase sebesar 88.53% yang tergolong kedalam kriteria sangat kuat. Berdasarkan tabel keseluruhan media sosial dapat dipahami bahwapengaruh hadirnya media sosial dapat dirasakan oleh Karyawan PT Surya Madistrindo yang mana persentase skor rata-rata tertinggi sebesar 2844 dengan 86.67% rata-rata yang tergolong sangat kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial memberikan kemudahan bagi para karyawan PT Surya Madistrindo dalam mencari informasi terkait penjualan produk maupun aktivitas perusahaan kedepan dan membangun kedekatan antara sesama karyawan sehingga menciptakan adanya kolaborasi dan koneksi.
2. Pada *organizational commitment* terbagi dalam 3 indikator yaitu *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment*. Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner, dari ketiga indikator tersebut yang

memiliki tingkatan sangat tinggi yaitu *continuance commitment* dengan skor rata-rata tertinggi sebanyak 867 dan persentase sebesar 73.47% yang tergolong kuat. Hal tersebut menjelaskan bahwa Karyawan PT Surya Madistrindo memilih untuk tetap bertahan dalam perusahaan karena merasakan adanya kebutuhan lain yang dapat dipenuhi oleh PT Surya Madistrindo dan belum tentu bisa didapatkan di perusahaan lainnya.

3. Berdasarkan data statistik yang dilakukan ditemukan dari hasil uji determinasi memperoleh hasil sebesar 0.437 maka dapat dipahami pengaruh media sosial dengan organisasi komitmen adalah 43,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara media sosial dengan organisasi komitmen dilakukan uji regresi dengan hasil sebesar 0,000 memaknai adanya hubungan kedua variabel tersebut.

4.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil pengolahan penelitian mengenai “Pengaruh Media Sosial Terhadap Organizational Commitment Karyawan di PT Surya Madistrindo” maka terdapat beberapa rekomendasi yang penulis ingin sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Dari temuan penelitian pada variabel media sosial dalam indikator koneksi perlu adanya pengembangan pada PT Surya Madistrindo mengenai jenis konten yang berisikan kebersamaan antara karyawan agar meningkatkan nilai koneksi. Selanjutnya mengenai organisasi komitmen pada indikator afektif komitmen perlu adanya perhatian untuk meningkatkan indikator afektif komitmen karyawan PT Surya Madistrindo seperti

menyelenggarakan kegiatan sejenis outing dengan harapan mampu meningkatkan kekeluargaan antara karyawan dan perusahaan.

2. Perusahaan dapat menjaga budaya komitmen organisasi yang diterapkan oleh karyawan PT Surya Madistrindo. Namun perlu diperhatikan juga bahwa karyawan memerlukan sistem insentif yang dapat meningkatkan kinerja dirinya agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Selain itu, pemberian insentif atau bonus dinilai tepat bagi perusahaan karena tidak membebani perusahaan dan disesuaikan dengan kinerja karyawan itu sendiri.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi penelitian dengan membandingkan beberapa karyawan dari perusahaan lain. Tambahkan juga beberapa faktor atau variabel lain yang mempengaruhi *organizational commitment*.

4.3 Implikasi

Berdasarkan dari beberapa kesimpulan dan rekomendasi yang telah diberikan, diharapkan penelitian mengenai “Pengaruh Media Sosial Terhadap Organizational Commitment Karyawan di PT Surya Madistrindo” memberikan implikasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pembelajaran dalam mata kuliah *human resources management* atau manajemen sumber daya manusia yang mana terdapat beberapa kandungan seperti tipe organisasi komitmen, cara memelihara *organizational commitment* pada suatu perusahaan, dst. Hal tersebut tentu nya mengarah pada manajemen

sumber daya manusia karena yang menjadi pembahasan utama dalam pembelajaran ini adalah manusia dengan begitu tanpa adanya manusia yang bekerja dan mengikuti aturan perusahaan pastinya sulit untuk perusahaan merealisasikan target atau pencapaian yang diinginkan.

2. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan landasan bagi penelitian serupa selanjutnya, khususnya penelitian mengenai dampak media sosial terhadap *organizational commitment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yunus. (2010). *Strategi Membaca : Teori Dan Pembelajarannya*. Bandung: Rizqi Press.
- Achmadi & Narbuko. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aiyub, dkk. (2021). *Pengaruh Employee Engagement Terhadap Karyawan Kinerja dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Intervensi dan Organisasi yang Dirasakan Dukungan Sebagai Variabel Moderating di Daerah Sekretariat Kabupaten Bireuen*. Jurnal Visioner dan Strategis Vol. 10, No. 2 : Universitas Malikussaleh.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P., (1993). *Organizational commitment: Evidence of career stage effects*. Journal of Business Research, 26(1), pp.49-61
- Allen, N.J. and Meyer, J.P., (1990). *The Measurement and Antecedents of Affective, continuance and Normative Commitment*. Journal of Occupational Psychology. 63(1), pp.1-18.
- Allen, N.J. and Meyer, J.P., Meyer, J. P., (1991) *A three-component conceptualization of organizational commitment*. Human Resource Management Review, 1(1): 61-89
- Arikunto, 1996, *prosedur penelitian*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Augustinah, F. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang*. Jurnal Dialektika, 4(2), 5.
- Babbie, F. And Mouton, J., (1998) : *The Practice Of Social Research*, Cape Town, Oxford University Press.
- Baron & Greenberg. (1997). *Behavior in Organization Understanding and Managing The Human Side of Work* . 6th edition. USA: Prentice Hall
- Bodhi, Rahul (2021). *Impact of Employee’s Social Media Use on Organizational*

Commitment, Well-Being and Brand Advocates: A Theoretical Contribution. Vol. ISBN, No. 978-624-5507-15-3 : Motilal Nehru National Institute Of Technology Allahabad.

Cao, X., Guo, X., Vogel D., dan Zhang, X. (2016). Exploring the Influence of Social Media on Employee Work Performance. *Internet Research*, 26(2), 529-545.

Greenberg & Baron. (1993). *Behavior in Organizations (Fourth Edition)*. Boston : Allyn and Bacon.

Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.

Hartijasti, Y., & Fathonah, N. (2014). *Cyberloafing across generation X and Y in Indonesia*. *Journal of Information Technology Applications & Management*, 21(1), 1–16.

Heri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Hessenius, B. (2009). *Involving Youth in the Arts Project Phase II-Focus Groups on Next Generation Leadership*.

Luthans, Fred. (2006). *Organizational Behavior*. Tenth Edition. McGraw-Hill Companies Inc.

Luthans, I. (2015). *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh, PT. Andi: Yogyakarta.

Marsal, Arif dan Hidayati Fitri. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan UIN Suska Riau*. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi* Vol.4, No. 1 : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Mathis, R. L., and J. H. Jackson. (2016). *Human Resource Management*. Edisi 10 Jilid 3. Salemba Empat. Jakarta.

McGraw Hill Dictionary (2003), USA, The McGraw Hill Companies, Inc.

- McShane, Steven L. & Von Glinow, Mary Ann.(2008). “ *Organizational Behavior* “. Fourth Edition. McGRAW-Hill International, United States of America.
- Merrill, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D. (2011). *Social Media: The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks Reputation, Legal, Operational Be Mitigated* Information Law Group.
- Mu'azaroh, dkk. (2021). *Pengaruh Employee Communication dan Job Engagement terhadap Organizational Commitment pada Saat Pandemi Covid-19 di Indonesia*. Jurnal Sains dan Seni Vol. 10, No. 1 : Institut Sepuluh November.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Novialumi Anita. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*. Vol. 10, No. 01.
- Ozler, D. E., & Polat, G. (2012). *Cyberloafing Phenomenon in Organizations: Determinants and Impacts*. International Journal of EBusiness and EGovernment Studies, 4(2), 1–15.
- Pertiaz, Octaviani Sherly dan Pascaningrum Silvia. (2023). *Penggunaan Media Sosial oleh PT KAI dalam Meningkatkan Komunikasi dengan Pelanggan*. Jurnal Penelitian Inovatif Vol. 3, No. 2 : Universitas Paramadina.
- Pritanadhira, Anindya. (2019). *Karakteristik Psikometris Skala Komitmen Organisasi Allen dan Meyer pada Pegawai Negeri Sipil RSUP dr. Soeradji Tirtonegoro*. Jurnal Psikologi Islam Indonesia Vol. 1, No. 1: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Punch, Keith F. 1998. *Introduction To Social Research: Quantitative & Qualitative*

Approaches.

- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta : PT. Elex Komputindo.
- Putri, Sahira Nadia Eka. (2022). *Pengaruh Media Sosial Whatsapp Terhadap Kinerja Karyawan Merchandiser Promotion Specialist di Agency PT Gelatik Supra Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa Vol. 9 Edisi II Juli - Desember 2022 : Universitas Riau.
- R. M. Steers and R. T. Mowday. (1979). *Employee Turnover and Post Decision Accommodation Progress*. Eugene: Graduate School of Management, University of Oregon.
- R. T. Mowday, R. M. Steers, and L. W. Porter, "The measurement of organizational commitment," J. Vocat. Behav., vol. 14, no. 2, pp. 224– 247, 1979, doi: 10.1016/0001-8791(79)90072-1.
- Robbins, P Stephen dan Timothy A. Judge. (2009). *Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour)*. Salemba Empat. Jakarta Robbins, Stephen. 2003. *Perilaku Organisasi*. Alih Bahasa. Tim Indeks. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Robbins, S. P. and Judge, T. A. (2016). *Perilaku Organisasi*. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, Stephen P. (1996). *Perilaku Organisasi*. Edisi ke 7 (Jilid II). Jakarta : Prenhallindo.
- Robbins, Stephen P. (2001). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jilid 1, Edisi 8, Prenhallindo, Jakarta.
- Setyaningrum. (2017). *Relationship between Servant Leadership in Organizational Culture, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behaviour and Customer Satisfaction*. European Research Studies Journal.
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali

Sударsono.

Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Sopiah, 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta : ANDI.

Spector, P. E., (1996). *Industrial and Organizational Psychology: Research and Practice*. John Wiley & Sons, Inc.: United State of America

Steers, R. M&Porter, R. W. (1996). *Motivation and leadership at work (Sixth Edition)* New York: McGraw Hill, Inc.

Steers, R.M dan Porter, L.W. (1983). *Motivation and Work Behavior*, New York: Academic Press.

Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Tika Pabundu. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta:Pt Bumi Pustaka.

Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Pasal 77

W. M. Costen and J. Salazar, “*The impact of training and development on employee job satisfaction, loyalty, and intent to stay in the lodging industry,*” *J. Hum. Resour. Hosp. Tour.*, vol. 10, no. 3, pp. 273–284, 2011, doi: 10.1080/15332845.2011.555734.

Zulganef. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu