

Analisis komunikasi organisasi pada CV Awing Citra Abadi Teknik

Alfiani^{1*}, Christian Wiradendi Wolor², Marsofiyati³

^{1,2,3}Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel:

Diterima

30 Oktober 2023

Disetujui

10 November 2023

Diterbitkan

25 November 2023

Penulis Korespondensi*:

Alfiani

Universitas Negeri Jakarta,
Indonesia

alfianifanii24@gmail.com



©2023 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh komunikasi organisasi kehumasan yang menjadi garda utama sebagai pengelola komunikasi organisasi dalam upaya mempertahankan eksistensi organisasi dalam masyarakat. Komunikasi organisasi kehumasan dijalankan oleh perusahaan sebagai pembentuk karakteristik dan jati diri perusahaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui sistem komunikasi organisasi kehumasan yang ada pada perusahaan CV Awing Citra Abadi Teknik serta pengaruhnya terhadap kinerja pegawai dalam konteks pengaruh yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan dan menganalisis permasalahan yang ditemukan berdasarkan sumber data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta tinjauan dari buku-buku, penelitian terdahulu, dan artikel-artikel yang berkaitan. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa sistem komunikasi organisasi kehumasan yang ada pada CV Awing Citra Abadi Teknik dibagi menjadi dua yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal dikelola dan diawasi langsung oleh pimpinan perusahaan, sedangkan komunikasi eksternal dikelola oleh bagian humas dan diawasi oleh pimpinan perusahaan.

Kata Kunci : Kehumasan; Komunikasi organisasi; Perusahaan; Komunikasi organisasi kehumasan; Hubungan masyarakat.

ABSTRACT

This research is motivated by public relations organizational communications which are the main guard as managers of organizational communications in an effort to maintain the existence of organizations in society. Public relations organizational communication is carried out by the company as a form of company characteristics and identity. The aim of this research is to determine the existing public relations organizational communication system at the CV Awing Citra Abadi Teknik company and its influence on employee performance in the context of observable influences. This research uses a qualitative descriptive approach, namely by describing and analyzing the problems found based on primary and secondary data sources obtained through observation, interviews, documentation, as well as reviews of books, previous research and related articles. The results obtained from this research show that the public relations organizational communication system at CV Awing Citra Abadi Teknik is divided into two, namely internal communication and external communication. Internal communications are managed and supervised directly by company leadership, while external communications are managed by the public relations department and supervised by company leadership.

Keywords : Public relations; Organizational communication; Company; Public relations; Organizational communication; Public relations.

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat atau biasa sering disingat sebagai humas merupakan seni dalam menciptakan pengertian publik yang lebih baik agar dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap individu atau perusahaan. Hubungan masyarakat merupakan suatu fungsi manajemen yang bersifat umum dan memiliki sikap publik, serta suatu fungsi di mana hubungan masyarakat mampu mengidentifikasi kebijakan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk menghasilkan pengertian, pemahaman, maupun dukungan dari publiknya (Harini, 2014). Pada dasarnya hubungan masyarakat bertujuan untuk menghubungkan masyarakat dengan pengelola atau pemangku kepentingan di sebuah perusahaan. Hubungan masyarakat yang baik mempengaruhi harmonisnya hubungan yang terjadi antara masyarakat dengan perusahaan (Datuela, 2014).

Perusahaan sebagai suatu institusi yang ada di tengah-tengah masyarakat perlu menyadari pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang dengan public (Damayanti et al., 2018). Oleh karena itu, perlu disadari juga bahwa dukungan dan penerimaan publik tidak dapat didapatkan dengan serta merta. Perusahaan juga perlu menyadari bahwa perusahaan tidak bisa hanya bergantung pada manajemen puncak ataupun bergantung pada karyawan saya. Organisasi perlu menjalin hubungan yang baik dan seimbang dengan publik. Upaya menjalin hubungan yang baik inilah yang melahirkan praktik kehumasan dalam organisasi. Keberadaan praktik kehumasan ini pula yang mampu menyentuh dan menerobos aspek sosial dan kepentingan publik serta menciptakan suatu positif dalam mewujudkan citra yang baik dan eksistensi yang diterima oleh masyarakat (Andri & Tamburian, 2022).

Interaksi yang terjadi pada perusahaan tidak dapat dibatasi dalam satu ruang lingkup saja. Karena pada dasarnya kehadiran perusahaan tidak hanya menyangkut kepentingan internal perusahaan, namun juga menyangkut hajat hidup masyarakat luas yang berada di luar perusahaan. Adanya peran kehumasan dalam perusahaan membentuk peran yang fungsional dalam mengomunikasikan dan menyebarluaskan informasi terkait perusahaan baik kepada internal maupun eksternal perusahaan (Anggraini et al., 2021). Perusahaan, baik itu perusahaan besar, sedang, maupun kecil, pada dasarnya akan selalu membutuhkan peranan komunikasi yang aktif untuk dapat menumbuhkan partisipasi publik dalam pengembangan operasional perusahaan (Hasan, 2018). Pengelolaan aktivitas komunikasi kehumasan dalam perusahaan perlu dijalankan dengan baik untuk dapat meningkatkan koordinasi, kerjasama, hingga mampu mengambil atau mendapatkan dukungan dari luar perusahaan (Harahap et al., 2022).

Komunikasi didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan (Indrawati, 2015). Sedangkan komunikasi organisasi didefinisikan sebagai petunjuk, penafsiran pesan, serta pertukaran informasi di antara orang-orang di dalam organisasi di mana prosesnya secara umum meliputi tahapan-tahapan dari suatu organisasi tertentu (Suherman, 2020). Komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi. Komunikasi yang efektif dan koordinasi yang baik mampu mempengaruhi motivasi kerja serta secara tidak langsung membentuk terjalinnya hubungan yang baik antar individu. Sebaliknya, dampak dari komunikasi yang tidak berjalan dengan baik menyebabkan rentan terjadinya hambatan ataupun konflik dalam organisasi. Hambatan komunikasi yang terjadi dalam perusahaan seringkali menjadi penyebab utama gagalnya keharmonisan hubungan antara karyawan dan pimpinan organisasi (Siregar & Usriyah, 2021)

Komunikasi organisasi lebih merujuk pada penjelasan teoritis atas praktek komunikasi dalam organisasi yang melayani kebersamaan baik dalam organisasi maupun melayani orang lain yang membutuhkan organisasi (Hasmawati & Aliasari, 2022). Komunikasi organisasi mampu mempengaruhi kinerja pegawai dalam membantu perusahaan mencapai pencapaian atau tujuan yang diharapkan. Selain itu, komunikasi organisasi juga memberikan kontribusi dengan memberikan keamanan dan kenyamanan dalam lingkup lingkungan kerja kepada para pegawai maupun individu dalam perusahaan (Putro, 2023b, 2023a). Dalam perusahaan, komunikasi organisasi yang efektif menjadi salah satu cara alternatif dalam memodifikasi ataupun mengoreksi informasi dan pesan yang disampaikan agar para anggota perusahaan dapat memahami dan menerima informasi dan pesan tersebut dengan baik (Fauzi et al., 2022).

Penelitian ini dilakukan pada CV Awing Citra Abadi Teknik yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penyalur, perdagangan, dan pemeliharaan Marine Engine. CV Awing Citra Abadi Teknik ini juga merupakan perusahaan yang masih berkembang, sejauh berkembangnya perusahaan ini dari awal berdiri sampai dengan sekarang sudah mendapat banyak pelanggan tidak hanya pelanggan lokal, namun juga pelanggan internasional. Perusahaan ini memiliki banyak perusahaan serupa sebagai pesaing. Namun, komunikasi yang terjadi dalam perusahaan belum dikelola dengan baik sehingga kinerja perusahaan belum optimal dan perusahaan berkembang dengan lambat.

Penelitian yang terkait dengan kebijakan komunikasi organisasi kehumasan sudah cukup banyak dibahas dan diteliti di penulisan maupun jurnal-jurnal, namun setiap penelitian memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik tersebut mungkin diantaranya yaitu tema, metode penelitian, objek penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, hasil penelitian, dan lain-lain. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fatikh & Panuju, 2018) yang menggunakan metode penelitian model Two Way Symmetrical dan teknik analisis data kualitatif model interaktif dari Miles dan Huberman yang didukung wawancara.

Sementara itu, perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fatikh & Panuju, 2018) yaitu dalam penelitian tersebut membahas komunikasi di media online memiliki peran sebagai kunci utama keberhasilan humas dalam menciptakan opini positif bagi organisasi. Sedangkan penelitian ini akan membahas bagaimana strategi komunikasi kehumasan yang harus dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk upaya meningkatkan kinerja perusahaan, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif serta teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik triangulasi yaitu kegiatan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan tambahan yaitu untuk melengkapi penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan mengelompokkan informasi yang didapat berdasarkan kesamannya dan dianalisis secara manual untuk dapat mengidentifikasi hasil akhir. Peneliti juga membaca, mendeksripsikan, membandingkan serta mengombinasikan beberapa informasi dan data yang telah diperoleh agar dapat membuat formula untuk akhir penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah transkrip wawancara yang didapatkan dari beberapa responden yang merupakan informan kunci sebagai pegawai yang sudah bekerja minimal selama 5 (lima) tahun pada CV Awing Citra Abadi Teknik. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui literatur maupun sumber tertulis seperti buku, penelitian terdahulu dan artikel yang berkaitan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif yang memiliki tujuan untuk dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi kehumasan yang ada pada CV Awing Citra Abadi Teknik. CV Awing Citra Abadi Teknik sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan, perdagangan dan perdistribusian marine engine. Dalam melakukan pekerjaannya, perusahaan ini memiliki 20 pegawai yang dibagi menjadi 4 bidang yaitu umum, humas, keuangan, dan pelayanan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi pada perusahaan dan wawancara yang dilakukan dengan 4 (empat) orang pegawai sebagai informan. Pegawai-pegawai tersebut berasal dari pegawai umum dan pegawai kehumasan. Informan-informan tersebut sesuai kriteria yaitu lama waktu bekerja pada perusahaan adalah minimal 5 (lima) tahun, sehingga setidaknya informan-informan tersebut banyak mengetahui tentang sistem komunikasi organisasi kehumasan yang ada pada CV Awing Citra Abadi Teknik dan memudahkan peneliti

dalam mengolah data.

Tabel 1. Profil Informan

No	Informan	Lama Bekerja	Jabatan
1	A	8	Pegawai Umum
2	B	8	Pegawai Umum
3	C	6	Pegawai Humas
4	D	6	Pegawai Humas

Sumber: diolah oleh peneliti (2023)

A. Komunikasi Organisasi Kehumasan

Berdasarkan hasil observasi, perusahaan sudah menjalankan bentuk komunikasi yang mendasar, baik komunikasi internal di dalam perusahaan maupun eksternal dari perusahaan ke masyarakat luas. Namun, perusahaan memiliki beberapa kendala dalam melakukan komunikasi kehumasan di dalam internal perusahaan. Seperti uraian pekerjaan yang tidak sesuai dari bidang kerja serta tidak adanya pedoman kerja yang tertulis dan tercantum dalam perusahaan. Selain itu, komunikasi eksternal perusahaan juga masih mengandalkan satu platform media sosial untuk berkomunikasi dan memasarkan perusahaan. Hal tersebut mengakibatkan kesulitan perusahaan dalam berkembang, sehingga perusahaan berkembang dengan lambat.

Kendala-kendala perusahaan terkait dengan komunikasi organisasi tersebut disebabkan oleh terbatasnya sumber daya manusia, kedisiplinan sumber daya manusia yang ada, serta kurangnya program-program komunikasi. Perusahaan sampai saat ini hanya memiliki sekitar 20 pegawai, dengan hanya 2 pegawai untuk bidang kehumasan. Pegawai-pegawai perusahaan juga cenderung pasif yang didukung oleh kurangnya program-program komunikasi kehumasan yang dapat meningkatkan kinerja pegawai. Hal tersebut lah yang menjadi kendala bagi komunikasi organisasi kehumasan pada CV Awing Citra Abadi Teknik.

B. Pengelolaan Komunikasi Organisasi Kehumasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui perusahaan yang diteliti memiliki dua jenis komunikasi, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal yang dilakukan di perusahaan ini lebih umum menggunakan komunikasi verbal, dan sangat minim menggunakan komunikasi secara non verbal. Sedangkan komunikasi eksternal yang dilakukan perusahaan yaitu komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat sebagai bentuk komunikasi sekaligus pemasaran perusahaan.

Komunikasi internal di perusahaan ini dilakukan dengan pencampuran komunikasi horizontal dan vertikal dengan tujuan untuk memastikan kesepahaman dan menyampaikan kebijakan dan peraturan antara pihak-pihak internal perusahaan. Sedangkan komunikasi eksternal pada perusahaan ini dilakukan dengan tujuan untuk berkomunikasi dengan masyarakat serta melakukan pemasaran perusahaan yang dilakukan oleh pegawai kehumasan. Namun, komunikasi-komunikasi yang dilakukan pada perusahaan tersebut masih belum dikelola dengan baik, masih banyak terjadi kesalahpahaman dan miskomunikasi antara pihak internal perusahaan, serta pengelolaan komunikasi eksternal yang belum efektif dan efisien.

Hal tersebut dikarenakan masih kurangnya intensitas pertemuan atau rapat yang diadakan perusahaan sebagai media komunikasi perusahaan. Dari adanya pertemuan atau rapat tersebut, pimpinan dapat mengevaluasi dan memberikan arahan terkait pekerjaan pegawai. Namun seperti yang dikatakan oleh pegawai sesuai dengan hasil wawancara, pertemuan atau rapat tersebut hanya dilakukan dua atau tiga bulan sekali. Intensitas yang seperti itu menyebabkan sering terjadinya miskomunikasi antar pegawai pada perusahaan.

Pengelolaan komunikasi pada CV Awing Abadi Teknik masih memerlukan evaluasi dan peningkatan. Hal tersebut sebenarnya sudah disadari oleh pihak perusahaan, dan perusahaan sedang dalam upaya meningkatkan efektivitas komunikasi baik internal maupun

eksternal terhadap kinerja dan produktivitas perusahaan. Namun, karena kurangnya sumber daya manusia dan cenderung lambatnya kinerja pegawai, wacana program peningkatan komunikasi pada perusahaan masih belum dijalankan meski sudah lama dijalankan. Oleh karena itu, menjadi tugas baru lagi bagi perusahaan untuk melakukan program secepatnya untuk dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan seperti yang sudah diwacanakan.

C. Pengaruh Komunikasi Organisasi Kehumasan terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat kesesuaian dengan hasil wawancara dengan partisipan. Kinerja pegawai pada CV Awing Citra Abadi Teknik ini pada dasarnya dipengaruhi oleh komunikasi yang terjalin di perusahaan. Namun karena komunikasi yang dijalankan pada perusahaan masih sangat terbatas, kinerja pegawai pada CV Awing Citra Abadi Teknik juga belum maksimal. Dari hasil wawancara, partisipan mengatakan bahwa komunikasi yang dijalankan pada perusahaan belum maksimal karena masih banyak hal-hal yang perlu dibuat, diperbaiki dan ditingkatkan.

Komunikasi organisasi kehumasan yang ada pada CV Awing Citra Abadi Teknik juga mempengaruhi kinerja pegawainya. Hal tersebut diakui oleh para pegawai dan pimpinan perusahaan. Komunikasi internal membantu pegawai menyamaratakan pemahaman terkait pekerjaan, meningkatkan kinerja, dan mengevaluasi hasil kerja sebelumnya. Begitupun dengan pimpinan perusahaan, dengan adanya komunikasi internal dapat mengetahui sejauh mana kinerja pegawai, dan mengevaluasi hasil kerja yang sudah dilakukan.

Dalam komunikasi eksternal, yaitu komunikasi yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat, juga mempengaruhi kinerja pegawai khususnya pegawai dari bagian humas. Komunikasi dengan masyarakat yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, mengamati kebutuhan psar, dan mengevaluasi kinerja perusahaan. Seperti yang dikatakan oleh pegawai dalam sesi wawancara, komunikasi eksternal membantu eksistensi perusahaan di masyarakat. Di mana perusahaan dapat mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki, diubah, ataupun ditingkatkan. Dengan adanya komunikasi organisasi kehumasan, perusahaan dapat menjadi versi yang lebih baik lagi. Semakin baiknya komunikasi yang dilakukan, baik internal maupun eksternal, kinerja pegawai dalam perusahaan akan semakin baik pula.

Hasil penelitian dalam penelitian ini tentu saja memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Dalam penelitian (Riono et al., 2020) menunjukkan bahwa komunikasi organisasi, budaya organisasi, dan komitmen organisasi pada penelitian ini berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja pegawai. Komunikasi, budaya organisasi, dan komitmen organisasi yang terjaga dengan baik mempengaruhi pola dan hasil kerja pegawai. Kemudian pada penelitian (Fatikh & Panuju, 2018), komunikasi Polres Pasuruan dalam membangun opini positif lebih dominan pada penyapaian informasi kepada Kapolres dan memberikan informasi-informasi keberhasilan tim saber untuk membangun isu dan opini positif di masyarakat. Pada penelitian (Sariani, 2019) komunikasi perusahaan yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja karyawan di mana BHR Law Office menerapkan strategi komunikasi yang menekankan kepada komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu. Dari penelitian ini didapatkan komunikasi organisasi kehumasan dalam perusahaan memainkan peranan yang sangat penting dalam perusahaan. Hambatan-hambatan yang terjadi dalam komunikasi organisasi kehumasan di perusahaan memicu terjadinya miskomunikasi dan kinerja yang kurang optimal. Keberhasilan pencapaian tujuan dari perusahaan bergantung pada komunikasi organisasi kehumasan yang dilakukan. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan kerjasama dan koordinasi yang baik dalam menjalankan komunikasi internal maupun komunikasi eksternal. Penerapan strategi dan pengoptimalan komunikasi organisasi kehumasan juga diperlukan dalam meningkatkan kinerja pegawai perusahaan serta membangun hubungan yang baik dengan masyarakat luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Sistem Organisasi Kehumasan yang ada pada perusahaan terkait terbagi menjadi dua, komunikasi organisasi internal dan komunikasi organisasi eksternal. Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sistem komunikasi organisasi kehumasan pada perusahaan masih memiliki beberapa kendala, khususnya pada komunikasi internal di mana kendala sangat terlihat. Perusahaan menjalankan usaha dengan minimnya komunikasi khususnya komunikasi tertulis seperti SOP dan peraturan-peraturan lainnya terkait deskripsi pekerjaan yang dilakukan dan atau akan dilakukan oleh pegawai. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa komunikasi internal pada perusahaan dikelola langsung oleh pimpinan perusahaan dengan menjalankan acara pertemuan atau rapat yang dilakukan dalam dua bulan atau tiga bulan sekali. Sedangkan komunikasi eksternal dikelola oleh tim humas perusahaan dengan melakukan komunikasi dengan masyarakat, dan membangun manajemen pemasaran di platform media sosial.

Komunikasi organisasi yang sudah dilakukan pada perusahaan masih memiliki kekurangan seperti masih sering terjadinya miskomunikasi antar pegawai. Serta pengaplikasian media sosial sebagai platform kehumasan perusahaan belum efektif dan efisien baik dalam membangun citra positif perusahaan maupun meningkatkan produktivitas perusahaan. Komunikasi organisasi kehumasan baik komunikasi eksternal maupun internal memiliki pengaruh yang berbanding lurus dengan kinerja pegawai. Komunikasi organisasi dapat memacu pegawai dalam melakukan pekerjaannya lebih baik dari sebelumnya dengan adanya evaluasi, pengarahan, penyamaan persepsi, serta kritik dan saran yang dilakukan melalui komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, & Tamburian, D. (2022). Fungsi Public Relations Harvest dalam Membangun Reputasi Perusahaan. *Jurnal Kiwari*, 1(4), 757–761.
- Anggraini, K., Wahidah, N. R., & Desthiani, U. (2021). Peran Humas Sebagai Fungsi Publikasi Dalam Mensosialisasikan Kegiatan Survei Seismik Pt Elnusa Tbk. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5612>
- Damayanti, N., Arief, M., & Rachmawati, S. (2018). Corporate Social Responsibility (Csr) Pt. Sido Muncul Tbk. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 277–288.
- Datuela, A. (2014). Strategi Public Relations PT Telkomsel Branch Manado. *Jurnal Acta Diurna*, 2(1).
- Fatih, M. A., & Panuju, R. (2018). Komunikasi Organisasi Kehumasan Polres Pasuruan. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 22–34. <http://repository.unitomo.ac.id/1011/1/com-binpdf%282%29.pdf>
- Fauzi, A., Fiksi, A. W. N., Nitami, A. D., Firmansyah, A., Lestari, F. A., Widyananta, R. Y., Rahmah, T. S. N., & Pradana, T. W. (2022). Peran Komunikasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dalam Organisasi di PT Multi Daya Bangun Mandiri (Literature Review MSDM). *JEMSI : Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 588–598. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6>
- Harahap, R. N., Nurbani, & Kurniawati, D. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Pemerintah Kota Medan Dalam Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 6(1), 34–51. <http://www.ppid.pemkomedan.go.id>
- Harini, I. N. (2014). Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya). In *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* (Vol. 4, Issue 4).
- Hasan, S. (2018). Model Komunikasi Pada Program CSR Pemberdayaan Wirausaha Muda Perusahaan Migas. *Interdisciplinary Journal of Communication*, 3(1), 59–82.

- Hasmawati, F., & Aliasan, A. (2022). Strategi Komunikasi Dalam Manajemen Pengembangan Organisasi. *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 42–50.
- Indrawati, E. S. (2015). Status sosial ekonomi dan intensitas komunikasi keluarga pada ibu rumah tangga di Panggung Kidul Semarang Utara. *Jurnal Psikologi*, 14(1), 52–57.
- Putro, H. P. (2023a). Building Digital Communication Effectiveness in Organizations. *Journal Of Data Science*, 1(02), 61–67.
- Putro, H. P. (2023b). Digital Communication as a Tool for Improving Organizational Performance. *Jurnal Info Sains: Informatika Dan Sains*, 13(03), 941–947.
- Riono, S. B., Syaifulloh, M., & Utami, S. N. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai di Rumah Sakit dr. Soeselo Kabupaten Tegal. *Jurnal Syntax-Idea*, 2(4), 138–147. <http://www.jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/190>
- Sariani, N. L. P. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI BHR LAW OFFICE. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 4(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Siregar, F. A., & Usriyah, L. (2021). Peranan Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 5(2), 163–174. <https://doi.org/10.47766/idarah.v5i2.147>
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi* (A. Rasyadany & A. Y. Wati, Eds.; 1st ed., Vol. 2020). Deepublish (Grup Penelitian CV Budi Utama).