



PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT. KEIHIN INDONESIA

Nia Robiah Monika¹, Trisnawati Kusumawardhani²
monicahamidi13@gmail.com¹, trisnawati@ibm.ac.id²

Program Studi Ilmu Komunikasi^{1,2} Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

Abstract

Organizational communication is the sending and receiving of various organizational messages by formal and informal groups within an organization. The existence of good organizational communication determines good corporate performance. The purpose of this study was to identify the role of corporate communication in improving employee morale at PT KEIHIN INDONESIA (KHI). Data collection was done through direct field observations, in-depth interviews and documentation. The research was conducted using a qualitative approach with a constructivist paradigm. The theory used is organizational communication theory. From this research it can be concluded that: (1) Point KHI is a company that pays attention to open communication with all parties involved in order to avoid miscommunication and misunderstanding. (2) Communication patterns at KHI adheres to the organizational communication pattern of downward communication, upward communication and horizontal communication. (3) There is centralization of decision-making/policy-making when the interests of the entire company are at stake rather than the interests of just one or more departments.

Keywords: performance, morale, organizational communication, employees, Indonesian keihin.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kegiatan dasar manusia. Dengan bantuan komunikasi, orang dapat berjejaring satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, di pasar, di masyarakat atau di mana pun orang berada. Tidak ada orang yang tidak berpartisipasi dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal, tetapi juga pada level komunikasi organisasi. Dengan komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan sukses, sebaliknya organisasi yang hilang atau tidak ada komunikasi dapat macet dan berfungsi dengan baik, komunikasi memegang peranan penting dalam setiap organisasi.

Di era globalisasi ini, dimana persaingan bisnis semakin ketat, sering terjadi berbagai permasalahan yang menyebabkan banyak perusahaan mengalami kegagalan, baik karena ketidakmampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan teknologi ataupun karena sebab lainnya. Dalam hal ini, perusahaan harus mampu meningkatkan semangat kerja karyawan



dalam pencapaian tujuan dan perkembangan perusahaan. Suatu bisnis atau organisasi membutuhkan suatu sistem yang mendukung kinerja organisasi tersebut.

Prestasi terkait dengan semangat kerja yang tinggi. Semangat kerja merupakan kondisi yang harus ada agar suatu kegiatan atau proses kerja dapat berjalan dengan lancar. Dengan semangat kerja yang tinggi maka tujuan organisasi dapat tercapai sesuai rencana. Semangat kerja yang tinggi baik untuk perusahaan sedangkan etos kerja yang rendah buruk bagi perusahaan mis. B. absensi tinggi, perputaran karyawan dan produktivitas rendah (Zendy, 2011). Oleh karena itu komunikasi memainkan peran sentral dalam setiap organisasi:

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal dan nonverbal antara pengirim pesan, manajer dan penerima pesan (karyawan) untuk mengubah perilaku. Proses komunikasi senantiasa berjalan melalui fase-fase tertentu yang saling mempengaruhi.

Komunikasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam pengembangan organisasi yang berkelanjutan. Suatu organisasi tidak dapat berfungsi tanpa komunikasi. Hal inilah yang melatar belakangi penelitian komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi sendiri merupakan jaringan komunikasi antar individu yang saling bergantung dalam konteks organisasi (Katuuk, Mewengkang, & Kalesaran, 2016). Organisasi itu sendiri adalah unit sosial yang terdiri dari badan-badan yang memiliki tugas dan pembagian kerja masing-masing tetapi terkait untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia untuk mencapai tujuan dan cita-cita bersama.

KAJIAN LITERATUR

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam kelompok resmi dan informal organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang diterima oleh organisasi itu sendiri dan diarahkan untuk kepentingan organisasi, termasuk cara kerja organisasi, produktivitas dan berbagai pekerjaan yang dilakukan dalam organisasi. Sebagai contoh: pemberitahuan, kebijakan, pernyataan, siaran pers dan surat resmi. Sebaliknya, komunikasi informal adalah komunikasi yang diterima secara sosial yang tidak ditujukan kepada organisasi tetapi kepada anggota individunya.

Goldaber in (Tenri Awaru, Novi Fitria, Nur Ainun, Maulida Khairunisha, 2019). Definisi komunikasi organisasi Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan bertukar pesan dalam jaringan hubungan saling tergantung untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan. Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan bertukar pesan di antara serangkaian hubungan yang saling bergantung untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah.

Menurut Arifin (2018), komunikasi organisasi didefinisikan sebagai penyajian dan interpretasi pesan antar unit komunikasi milik organisasi tertentu. Organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang berada dalam hubungan hierarkis satu sama lain dan bertindak dalam lingkungan. Untuk mencapai tujuan tertentu, dikembangkan bentuk-bentuk komunikasi antara organisasi dengan publik atau masyarakat luas di mana ia berada. Berdasarkan pengertian

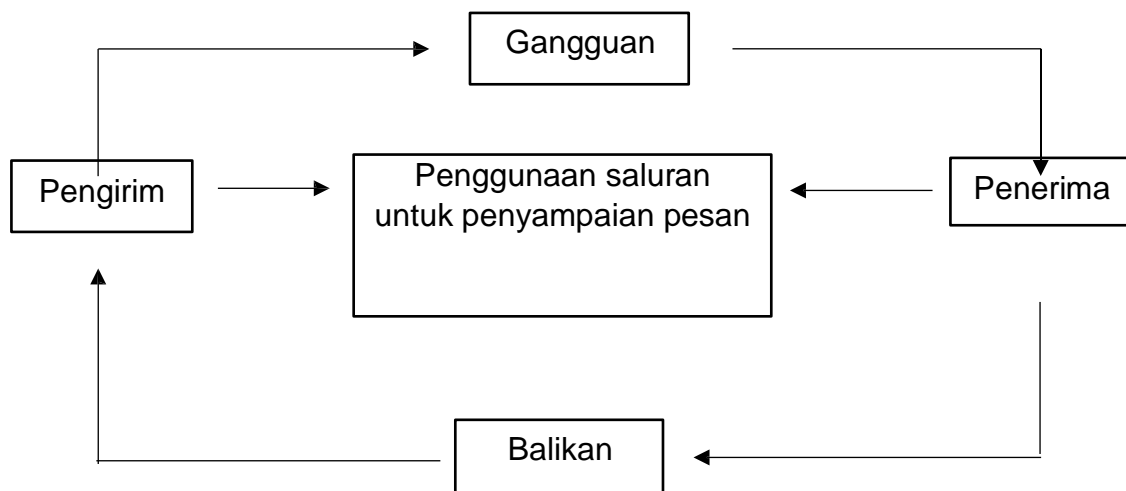


tersebut, para pelaksana komunikasi organisasi dipandang sebagai organisasi sebagai institusi, yaitu mereka dipandang sebagai pihak yang menjaga objek komunikasi masing-masing yang berada di luar dirinya. Interaksi atau komunikasi antar anggota organisasi, interaksi antara anggota dengan pengurus, dapat disimpulkan bahwa itu bukanlah komunikasi organisasi (Katuuk et al., 2016).

Menurut Harold Lasswell (Mardiyah, 2015), setidaknya terdapat lima faktor yang mempengaruhi proses komunikasi suatu organisasi. (1) Pengiriman pesan (senderno message); (2) menggunakan saluran untuk mengirim pesan (Menggunakan saluran untuk mengirim pesan); (3) menerima pesan (penerima pesan); (4) interferensi dan umpan balik (noise and feedback in communication); (5) Faktor situasional dan organisasi komunikasi.

Untuk memahami betapa pentingnya komunikasi yang efektif, para peminat komunikasi sering merujuk pada paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam bukunya *The Structure and Function of Communication in Society*. Menurut Lasswell, cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: Siapa mengatakan apa di saluran mana kepada siapa dengan efek apa?

Secara sederhana proses komunikasi dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1: Proses Komunikasi

Sumber : Harold Lasswell dalam Harjanti Widiastuti (2010:18)

Pola komunikasi organisasi menurut Azmi (2015) dalam arti bahwa meskipun semua organisasi harus berkomunikasi dengan pihak yang berbeda untuk mencapai tujuannya, pendekatan yang digunakan bervariasi atau berbeda dari organisasi ke organisasi. Untuk organisasi kecil, manajemen bukanlah hal yang sulit, sedangkan untuk perusahaan dengan ribuan karyawan, mengkomunikasikan informasi merupakan tugas yang cukup rumit. Oleh karena itu, sangat penting untuk menentukan model komunikasi yang tepat dalam organisasi.

Komunikasi organisasi terbagi menjadi komunikasi formal dan informal. Menurut Fitriani (2016), komunikasi formal mengacu pada fakta bahwa pesan yang disampaikan melalui saluran



resmi karena hirarki resmi atau tugas yang diberikan oleh organisasi. Pesan-pesan jaringan komunikasi resmi biasanya dikirim dari atas, bawah, atau dari level yang sama (mendatar).

Komunikasi gagal. Ini adalah komunikasi ke bawah yang menunjukkan aliran pesan dari atasan atau eksekutif kepada bawahan mereka. Sebagian besar komunikasi hilir biasanya digunakan untuk membawa pesan terkait misi dan pemeliharaan. Pesan-pesan tersebut biasanya terkait dengan kepemimpinan, tujuan, perubahan sikap, pembentukan opini, pengurangan rasa takut dan ketidakpercayaan akibat misinformasi, menghindari kesalahpahaman akibat kurangnya informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan.

Komunikasi dengan atasan (upward communication). Joseph A. DeVito (2011) mengemukakan bahwa untuk mengetahui baik atau buruknya komunikasi interpersonal harus diperhatikan kualitas komunikasi antar pihak, dalam hal ini komunikasi antara atasan dan bawahan. Dari sudut pandang humanistik, ada lima ciri umum yang perlu diperhatikan, yaitu: keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan dan kesetaraan.

Komunikasi horizontal (komunikasi horizontal). Menurut Nathania (2014), komunikasi horizontal adalah aliran komunikasi yang menunjukkan bahwa informasi dipertukarkan secara lateral dalam organisasi, yaitu. H. menurut prinsip operasional. Keuntungan dari komunikasi horizontal adalah: (1) mengoordinasikan tugas-tugas yang ditujukan untuk membantu anggota organisasi mencapai tujuan organisasi secara efektif; (2) Pemecahan masalah, masalah organisasi tidak dapat diselesaikan jika hanya satu departemen yang hilang. Di sisi lain, pemecahan masalah ini membutuhkan proses brainstorming yang mendasar dari seluruh area perusahaan; (3) berbagi informasi, dimana semua anggota perusahaan perlu saling bertukar informasi untuk mengetahui apa yang terjadi di perusahaan dan juga dengan rekan kerja mereka; (4) penyelesaian konflik, konflik merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari.

Ketika karyawan perusahaan menghadapi konflik, cara termudah untuk menyelesaikannya adalah melalui interaksi langsung. Sebagian besar penyebab konflik adalah karena kesalahpahaman. Oleh karena itu, konflik harus diselesaikan dengan cepat dan efektif. Selain komunikasi formal, komunikasi organisasi juga mencakup jaringan komunikasi.

Komunikasi informal adalah model interaktif berdasarkan persahabatan, kedekatan antara karyawan dan berbagi masalah profesional dan pribadi. Komunikasi informal memiliki beberapa fungsi dalam suatu organisasi, yaitu adaptasi, ekstensi, promosi, konflik, penghindaran dan saling melengkapi.

Pada komunikasi organisasi, pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik organisasi, aturan organisasi, manfaat, kebiasaan, dan informasi lain yang tidak terkait dengan instruksi dan alasan. Pesan tugas ini mengacu pada pesan yang terkait dengan penyelesaian tugas organisasi oleh anggota organisasi. Pemberitahuan ini termasuk memberi tahu karyawan tentang kinerja tugas mereka yang efektif, seperti pelatihan karyawan, perekrutan, penargetan, dan aktivitas lain yang terkait dengan produksi, layanan pemasaran, dan lainnya.

Setelah menerima informasi dari pimpinan perusahaan, karyawan bekerja sesuai dengan pesan informasi yang diterima. Ketika dia menyelesaikan pekerjaannya, sesuatu yang disebut



pembalikan terjadi. Bentuk umpan balik yang sederhana adalah membayar gaji kepada karyawan yang melakukannya, atau jika tidak ada informasi dari atasan yang mengkritik pekerjaan, itu berarti pekerjaan itu memuaskan. Namun jika hasil kerja karyawan kurang baik, hal ini dapat dijawab dalam bentuk kritik atau teguran kepada karyawan.

Setelah menerima informasi dari pimpinan perusahaan, karyawan bekerja sesuai dengan pesan informasi yang diterima. Ketika dia menyelesaikan pekerjaannya, sesuatu yang disebut pembalikan terjadi. Bentuk umpan balik yang sederhana adalah membayar gaji kepada karyawan yang melakukannya, atau jika tidak ada informasi dari atasan yang mengkritik pekerjaan, itu berarti pekerjaan itu memuaskan. Namun jika kinerja pegawai kurang baik, hal ini dapat dijawab dalam bentuk kritik atau teguran kepada pegawai.

Umpan balik merupakan isyarat atau tanggapan yang mengandung kesan verbal atau nonverbal dari penerima pesan. Tanpa umpan balik, pengirim pesan tidak mengetahui pengaruh pesan mereka terhadap penerima pesan. Penting bagi pengelola pesan atau pengirim untuk mengetahui apakah pesan diterima dengan benar. Umpan balik dapat diberikan oleh penerima pesan atau oleh orang lain yang bukan penerima pesan. Umpan balik dari penerima pesan biasanya merupakan umpan balik langsung yang mencakup pemahaman tentang pesan dan apakah pesan itu diterapkan atau tidak.

Komunikasi kerja yang baik meningkatkan moral. Etos kerja yang baik juga memastikan bahwa karyawan bekerja dengan baik. Yang juga meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Hasibuan (2009), moralitas adalah keinginan dan kesungguhan seseorang untuk melakukan pekerjaannya dengan baik dan disiplin untuk mencapai prestasi kerja yang maksimal. Moral mencerminkan kondisi karyawan di lingkungan kerjanya. Ketika moral naik, perusahaan menerima banyak manfaat, seperti: B. absensi berkurang, pergantian lebih sedikit, kerja lebih cepat, dll. Untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja.

Kinerja yang baik dalam pekerjaan yang dilakukan menimbulkan kepuasan karyawan. Kepuasan kerja adalah sikap (positif) karyawan terhadap pekerjaannya, yang dihasilkan dari evaluasi situasi kerja. Kepuasan kerja pada dasarnya bersifat individual. Setiap orang memiliki tingkat kepuasan yang berbeda tergantung pada sistem nilainya. Semakin tinggi nilai pengalaman aktivitas sesuai keinginan individu, semakin bahagia aktivitas tersebut. Kepuasan, oleh karena itu, adalah penilaian yang menggambarkan kesenangan atau ketidakpuasan seseorang, kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pekerjaannya (Zainal, dkk, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di PT. KEIHIN INDONESIA (KHI) Kawasan Industri MM2100 Blok JJ-1, Jatiwangi Cikarang Barat, Bekasi 17520 Jawa Barat pada bulan September 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah penelitian yang merupakan penelitian langsung untuk memperoleh informasi dari informan. Peneliti menerapkan pendekatan ini kepada pihak-pihak yang dianggap tepat untuk bertindak sebagai sumber informasi yang memberikan informasi yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Informan penelitian ini adalah informan yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, informan dalam



penelitian ini berjumlah 12 orang. Ini terdiri dari seorang direktur pelaksana, seorang wakil direktur, seorang karyawan, seorang penyelia, tujuh direktur pelaksana dari beberapa departemen dan terakhir seorang petugas produksi.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Dimana paradigma tersebut memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran realitas sosial adalah relatif. Paradigma konstruktivisme ini dari sudut pandang interpretivisme (penafsiran), yang terbagi menjadi tiga jenis, interaksionisme simbolik, fenomenologis, dan hermeneutik.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi dengan cara yang sesuai dengan penelitian, sehingga penelitian memiliki tujuan yang jelas yaitu memperoleh informasi yang otentik, teknik pengumpulan data yang akurat, dan analisis data.

Wawancara dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan staf dan mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan isu moral penelitian ini. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan di KHI dengan pengurus dan karyawan. Pengamatan penulis melalui pengamatan langsung terhadap operasi lingkungan bisnis dan analisis peranan komunikasi organisasi KHI dalam meningkatkan moral para pengurus dan karyawan. Bahan penelitian disusun melalui wawancara mendalam, penelitian kepustakaan termasuk artikel, dokumen dan entry data lain yang relevan, dan penelitian lapangan yaitu mengumpulkan informasi melalui penelitian lapangan dengan menggunakan metode observasi. Triangulasi data digunakan untuk mengecek kebenaran data. Yakni melalui triangulasi sumber, yaitu menguji kredibilitas informasi dengan cara memverifikasi informasi dari berbagai sumber. Kemudian menggunakan triangulasi teknis, yaitu menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data dari sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Informasi dapat diverifikasi, misalnya melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Terakhir digunakan triangulasi waktu dalam keabsahan data, dimana informasi yang dikumpulkan dengan teknik wawancara pada pagi hari saat informan masih segar memberikan informasi yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Teknik analisis data menggunakan tahapan model Huberman dan Miles. (1) Tahap pengumpulan data, yaitu. peneliti melakukan proses pengumpulan data dari awal dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan. (2) Reduksi data, yaitu. langkah pemilahan data yang terkumpul sesuai dengan prioritas penelitian. (3) Information display, yaitu proses deskripsi informasi (narrative description). Data yang disajikan kemudian disusun menjadi bagan. (4) Konfirmasi dan inferensi, yaitu tahap akhir dari analisis data dengan melibatkan kembali informan untuk memenuhi kriteria kelayakan dan akuntabilitas..

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara whistleblowing terhadap agen produksi berkisar pada komunikasi dengan atasan, mereka dikatakan memiliki hubungan dekat dengan atasan. Hal ini karena pemimpin tidak hanya membangun hubungan formal, tetapi juga sering berkomunikasi secara informal. Menurut informan, sangat sedikit terjadi kesalahpahaman dalam hal informasi pekerjaan.



Pengelola tidak segan-segan mentolerir bahkan istirahat sejenak dari pekerjaan jika informan memiliki masalah pribadi untuk istirahat sejenak.

Hasil diskusi formal antara manajer dan wakil manajer tentang berbagai kebijakan dan permasalahan yang dihadapi operator dapat dilaksanakan dengan baik. Tidak ada hambatan dalam komunikasi. Semua hasil kebijakan perusahaan dapat disosialisasikan dengan baik. Pengaduan juga bisa diteruskan dari awal.

Hasil wawancara dengan bawahan (manajer) di bawah “kacamata” wakil direktur, yang telah diterapkan atau dikendalikan oleh perusahaan selama ini berdasarkan standar operasional prosedur (SOP). Oleh karena itu, peran manajer dalam implementasi kebijakan perusahaan menjadi penting. Suatu bentuk komunikasi manajemen (komunikasi ke atas) yang terjadi antara manajer dan asisten manajer, dan antara pekerja produksi dan manajer.

Komunikasi yang dilaksanakan dilengkapi dengan konferensi pers bulanan. Sebagai wadah diskusi segala hal yang mempersulit proses produksi. Evaluasi terjadi ketika ada masalah yang menghambat aliran produksi. Jika perlu, perubahan dilakukan untuk menjadi lebih baik.

Komunikasi organisasi yang baik meningkatkan moral karyawan. Moral adalah sikap atau kemampuan individu atau kelompok orang untuk menjadi sukarelawan dan kemauan mereka untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi tempat mereka bekerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa moral karyawan KHI bagus.

Semangat kerja karyawan yang baik ditunjukkan dengan kedisiplinan karyawan dalam menjalankan tugas sesuai kewenangannya, mematuhi peraturan yang berlaku, menggunakan fasilitas produksi sesuai dengan sistem prosedur operasi yang normal, yang benar. dan yang dapat dilihat dengan kehadiran mereka tepat waktu. Semangat kerja karyawan tercermin tidak hanya pada kedisiplinan, tetapi juga pada kerjasama antar karyawan yang dalam hal ini masih belum optimal, namun dapat digolongkan baik, karena masih ada karyawan yang kurang memperhatikan rekan kerjanya. dan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Akuntabilitas juga menjadi faktor yang mendukung semangat kerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab pegawai terhadap tugas yang dilimpahkan oleh manajemen dilaksanakan dengan benar dan tepat waktu.

Antusiasme seseorang untuk bekerja mengatakan sesuatu tentang disiplin kerja. Nitisemito (1992:199) menyatakan bahwa disiplin adalah sikap, tingkah laku dan perbuatan menurut peraturan perusahaan yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kedisiplinan, karyawan diharapkan dapat mengikuti sebagian besar aturan dan dapat melakukan pekerjaannya seefisien mungkin. Sebaliknya, jika disiplin tidak dapat dikendalikan, kemungkinan besar tujuan yang telah ditetapkan tidak dapat dicapai secara efektif dan efisien. Keinginan untuk bekerja tidak hanya tercermin dalam disiplin kerja yang tinggi, tetapi juga dalam kerja sama yang erat antar rekan kerja.

Komponen terakhir yang menentukan apakah moral karyawan merupakan bagian dari akuntabilitas. Dengan rasa tanggung jawab, karyawan dapat menyelesaikan tugas dengan cepat dan memahami bahwa tugas yang menjadi tanggung jawabnya tidak hanya untuk kepentingan



organisasi atau otoritas, tetapi juga untuk kepentingan mereka sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal KHI, adalah semangat yang baik. Hal ini melalui fakta baik yang diberikan atasan kepada bawahan, fakta baik yang diberikan bawahan kepada atasan, dan pertukaran fakta yang baik antar pegawai, mempengaruhi disiplin pegawai yang baik dalam bekerja, tanggung jawab pegawai yang baik terhadap pekerjaannya dan kerjasama yang baik antar pegawai dalam hubungannya dengan penyelesaian pekerjaan dan tunjangan karyawan lainnya.

KHI membuat jaringan komunikasi organisasi formal dan informal, anggaran ini pasti digunakan di lingkungan KHI mampu berkomunikasi dengan atasan dan bawahan maupun sebaliknya. Dengan kepuasan kerja yang baik dan efektif maka komunikasi organisasi dapat berjalan dengan baik dan menimbulkan kepuasan kerja pada seluruh karyawan KHI. Dalam Harris (1984:241), suasana staf yang tinggi, yang ditampilkan stasiun antara lain: tingkat kerja sama yang tinggi, kepatuhan terhadap aturan dan peraturan perusahaan, penggunaan peralatan dan persediaan yang lebih hati-hati, loyalitas dan rasa hormat terhadap perusahaan dan kerja sama yang harmonis dalam kehidupan kerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi di KHI relatif baik dalam hal moral karyawan. Hal ini tercermin dari fakta baik yang diberikan atasan kepada bawahannya, fakta baik yang diberikan bawahan kepada atasan, dan pertukaran fakta yang baik antar pegawai mempengaruhi disiplin pegawai yang baik dalam melaksanakan pekerjaannya. Meningkatkan semangat kerja dan interaksi yang baik antar karyawan serta mempengaruhi perilaku retensi karyawan yang tinggi. Baik loyalitas karyawan maupun loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Peran Komunikasi Organisasi dalam Menciptakan Moral dan Kinerja Karyawan di KHI menciptakan etos kerja yang tinggi berlandaskan pada karyawan. Ada juga rasa kebersamaan yang kuat yang menenangkan pekerjaan. Suasana kerja yang menyenangkan dapat menciptakan kinerja karyawan yang baik dan rasa kebersamaan antara perusahaan dan karyawan. Semuanya mendukung kinerja perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

KESIMPULAN

Pendahuluan menjelaskan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji peran komunikasi korporat dalam semangat kerja karyawan KHI. Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan bertukar pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah.

Pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal, tetapi juga pada level komunikasi organisasi. Dengan komunikasi yang baik maka organisasi dapat berjalan lancar dan sukses, sebaliknya jika tidak ada atau tidak ada komunikasi maka organisasi tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa komunikasi internal yang terpusat. Dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan semangat kerja karyawan untuk mencapai dan mengembangkan tujuan perusahaan.



Moral adalah sikap atau kemampuan individu atau kelompok orang untuk menjadi sukarelawan dan kemauan mereka untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi tempat mereka bekerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa moral dan kinerja KHI bagus. Moral karyawan yang baik tercermin dari kedisiplinan karyawan sesuai dengan standar sistem operasi, peraturan yang berlaku, penggunaan sumber daya produksi tepat waktu dan kehadiran tepat waktu. Melalui komunikasi organisasi yang diselenggarakan oleh KHI menarik beberapa kesimpulan. Pertama, KHI adalah perusahaan yang menghargai komunikasi terbuka dari semua pihak untuk menghindari penyalahgunaan dan kesalahpahaman. Kedua, model komunikasi yang berjalan di KHI mengikuti model komunikasi organisasi seperti Downward Communication, Upward Communication dan Horizontal Communication. Sentralisasi keputusan/kebijakan terjadi ketika kepentingan seluruh organisasi dipertaruhkan, bukan hanya kepentingan satu atau beberapa industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. N. (2017). *Strategi Peningkatan Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SD/MI. Muallimuna*. Jurnal Madrasah Ibtidaiyah.
- Azmi, N. (2015). *Pola Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Loyalitas Kerja Karyawan BP (Brand Presenter) di PT. Budiman Subrata Niaga Pekanbaru*. JOM FISIP.
- Dewi, S. K. (2018). *Fungsi Performatif dan Informatif Living Hadis dalam Perspektif Sosiologi Reflektif*. Jurnal Living Hadis.
- Fitriadi, M. Y. G., Sumardjo, S., dan Hamzah, H. (2018). *Gaya Kepemimpinan Tokoh Informal dan Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Program Desa Mandiri Pangan*. Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM].
- Fitriani. (2016). *Analisis Jaringan Komunikasi Informal " Adidas Team " Di PT. Damco Indonesia Jakarta Pusat*. Jurnal Visi Komunikasi.
- Katuuk, O. M., Mewengkang, N., dan Kalesaran, E. R. (2016). *Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica*. Acta Diurna. Mardiyah, S.
- U. K. (2015). *Membudayakan Komunikasi antar Budaya dalam Aktivitas di Perkantoran*. Efisiensi. Kajian Ilmu Administrasi.
- Tenri Awaru, Novi Fitria, Nur Ainun, Maulida Khairunisha, H. (2019). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.