

## KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI BUDAYA PERUSAHAAN TERHADAP KARYAWAN

**Julia Lestari<sup>1</sup>, Sarwendah Tri Lestari<sup>2</sup>, Anindya Ardiningrum<sup>3</sup>**

Universitas Pembangunan Jaya Bintaro, Indonesia

Email: julia.lestari@student.upj.ac.id<sup>1</sup>, sarwendah.trilestari@student.upj.ac.id<sup>2</sup>,  
anindya.ardiningrum@student.upj.ac.id<sup>3</sup>

### KATA KUNCI

komunikasi, transformasi, budaya perusahaan, dan karyawan

### ABSTRACT

*In advancing the company, communication is very important for the running of a company the goals that have been set. Communication will run effectively if the message is well received. In a company there are many diverse employee cultures, inseperable from the role of foreigners in running the company. Instilling values from various cultures has differences in running a company. This study shows the role of corporate culture in increasing internal communication that changes the habits of employees with the role of culture in corporate transformation. The results of workplace communication research are significant because they increase employee morale, engagement, productivity, and satisfaction. Additionally effective workplace communication helps drive better outcomes for individuals, teams and organizations.*

### ABSTRAK

Dalam memajukan perusahaan komunikasi sangat penting untuk berjalannya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan suatu yang telah ditetapkan. Komunikasi akan berjalan efektif jika penyampaian pesan diterima dengan baik. Dalam suatu perusahaan banyak beragam budaya karyawan, tidak terlepas peran orang asing dalam menjalankan perusahaan. Penanaman nilai dari beragam budaya memiliki perbedaan dalam menjalankan perusahaan. Penelitian ini menunjukkan peran budaya perusahaan meningkatkan komunikasi internal yang mengubah para kebiasaan para karyawan dengan peran budaya dalam transformasi perusahaan. Hasil penelitian komunikasi di tempat kerja sangat penting karena meningkatkan moral karyawan, keterlibatan, produktivitas, dan kepuasan. Selain itu komunikasi di tempat kerja yang efektif membantu mendorong hasil yang lebih baik bagi individu, tim, dan organisasi.

### PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses mengirim dan menerima pesan melalui sarana verbal atau nonverbal, termasuk ucapan, atau komunikasi lisan, tulisan, representasi grafis (seperti infografis, peta, dan bagan), tanda, sinyal, dan perilaku. Lebih sederhananya, komunikasi dikatakan sebagai penciptaan dan pertukaran makna. Semua makhluk di bumi telah mengembangkan sarana untuk menyampaikan emosi dan pikiran mereka satu sama lain. Namun, kemampuan manusia untuk menggunakan kata-kata dan bahasa untuk mentransfer makna tertentu yang membedakan mereka dari makhluk hidup lainnya.

Karyawan adalah orang yang melakukan pekerjaan dalam suatu perusahaan atau instansi dan diberikan gaji sesuai apa yang mereka kerjakan. Tugas karyawan adalah menjalankan tugas yang telah diberikan kepada karyawan untuk mencapai tujuan tertentu. Tugas yang sudah diberikan merupakan tugas yang harus dikerjakan sesuai dengan yang telah diinstruksikan dan dikerjakan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Kita semua tahu komunikasi itu penting, tetapi keterampilan komunikasi dapat menjadi tantangan untuk dikembangkan dan diterapkan di tempat kerja. Komunikasi di tempat kerja sangat penting karena meningkatkan moral karyawan, keterlibatan, produktivitas, dan kepuasan. Komunikasi juga merupakan kunci kolaborasi dan kerja sama tim yang lebih baik. Pada akhirnya komunikasi di tempat kerja yang efektif membantu mendorong hasil yang lebih baik bagi individu, tim, dan organisasi (Romli, 2014). Fungsi utama budaya yaitu untuk bisa beradaptasi baik dengan lingkungan eksternal maupun dengan lingkungan internal. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut merupakan alasan perusahaan melakukan transformasi budaya.

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah hal-hal yang berkaitan dengan situasi dan kondisi subjektif dari pelaku transformasi budaya perusahaan yaitu karyawan ketika menginterpretasi budaya perusahaan. Berbagai perspektif teoritis dipergunakan dalam penelitian ini sebagai panduan bagi penulis untuk menganalisis kasus ini. Penulis memaparkan teori-teori yang berkaitan langsung dengan hasil temuan di lapangan. Teori-teori tersebut adalah teori budaya organisasi, teori konstruksi sosial atas realitas, dan teori interaksi simbolik.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan literature review dalam mengambil data dari beberapa data untuk mengambil teori-teori yang relevan dengan penelitian ini. Studi literature review (studi literatur) adalah kegiatan dalam mengambil beberapa kajian dari jurnal, buku, majalah yang berhubungan dengan isi dari penelitian ini. gan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Menurut (Creswell & Poth, 2016) menyatakan bahwa Kajian literatur adalah ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu maupun saat ini mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan. Tujuan menggunakan studi literatur ini untuk mengetahui teori-teori yang digunakan dalam penelitian dan mengetahui seberapa efektif komunikasi dalam berbagai budaya perusahaan (Kuswarno, 2008).

Setelah mencari beberapa data yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui fakta-fakta terkait penelitian dan menguraikan penjelasan untuk memberikan pemahaman yang sejelas-jelasnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam setiap organisasi di perusahaan mempunyai nilai - nilai dan aturan - aturan yang dimiliki dan harus diikuti untuk mencapai tujuan bersama tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui situasi dan kondisi terhadap nilai - nilai harapan, kepercayaan, dan aturan - aturan bersama yang dianut oleh para anggota organisasi untuk saling mempercayai dan memunculkan komitmen bersama dalam mencapai tujuan perusahaan dan bertujuan untuk membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lain selain itu, mengetahui situasi dan kondisi terhadap nilai-nilai, harapan, kepercayaan, dan aturan-aturan bersama yang dianut oleh para anggota

organisasi untuk saling mempercayai dan memunculkan komitmen bersama dalam mencapai tujuan perusahaan dan bertujuan untuk membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lain.

Komunikasi di tempat kerja sangat penting karena meningkatkan moral karyawan, keterlibatan, produktivitas, dan kepuasan. Selain itu komunikasi di tempat kerja yang efektif membantu mendorong hasil yang lebih baik bagi individu, tim, dan organisasi. Untuk pelaku transformasi budaya perusahaan yaitu karyawan ketika menginterpretasi budaya perusahaan (West, Turner, & Zhao, 2010).

Perubahan budaya diperlukan ketika nilai-nilai yang dianut tidak lagi sesuai dengan konteksnya. Namun, transformasi budaya tidaklah mudah karena masyarakat seringkali tidak mudah untuk berubah dan bertahan dengan budaya lama yang dianggap baik dan benar. Menurut Thomas dan Inkson, membuat perubahan budaya berarti mengubah cara berpikir setiap orang. Budaya bukan hanya perilaku yang dangkal, tetapi ditanamkan secara mendalam pada diri kita masing-masing (Wibowo, 2010).

Mengubah budaya berarti mengubah nilai-nilai bersama. Selanjutnya, karena budaya menggambarkan pola perilaku suatu organisasi, mengubah budaya berarti mengubah pola perilaku anggota organisasi dari budaya lama ke budaya baru. Untuk tujuan ini, penulis menggambarkan persepsi karyawan tentang budaya lama dan baru perusahaan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pemahaman karyawan terhadap budaya lama dan baru mengandung nilai positif dan negatif. Hal ini tidak terlepas dari semua aspek yang mempengaruhi proses komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikator, efek dan umpan balik.

### **Pemahaman Karyawan tentang Komunikasi pada Transformasi Budaya Perusahaan**

Suasana komunikasi yang menguntungkan memungkinkan terbentuknya budaya perusahaan yang sangat berpengaruh seperti kesempatan bagi karyawan untuk berbagi dan belajar dari satu sama lain dengan pikiran terbuka (Dewi, 2021). Komunikasi membangun nilai-nilai yang dapat dengan mudah diasimilasi anggota organisasi. Terutama anggota baru akan beradaptasi dengan cepat. Sebuah budaya baru untuk bekerja dengan mereka. Tentu saja tidak mudah memperkenalkan anggota baru ke budaya baru tapi berfungsi dengan baik. Di antara anggota organisasi tidak sebuah halangan. Saling berbagi dalam memahami norma, nilai dan melaksanakan kegiatan organisasi.

Proses keterlibatan karyawan mempengaruhi hasil keputusan, sebagai indikator apa yang benar-benar diperhatikan oleh perusahaan keinginan karyawan. Karyawan merasa mereka adalah bagian dari perusahaan, jadi mereka punya rasa memiliki terhadap perusahaan, karena apapun keputusan yang diambil berasal dari karyawan. Ini terjadi jika ada peran dan pimpinan unit di masing-masing posisi, pentingnya membangun komunikasi pada organisasi merupakan tanggung jawab bersama.

Pemimpin harus bisa mendorong bawahan untuk mencapai lebih banyak prestasi. Bahkan pemimpin yang sukses adalah mereka yang mampu mengarahkan bawahan untuk berpikir sehingga menghasilkan inovasi baru. Perusahaan satu dengan perusahaan lainnya tidak memungkinkan bahwa suatu saat budaya yang dianut akan sama. Meskipun pada akhirnya budaya akan berubah melalui perubahan secara eksternal maupun internal. Namun hal itu tidak menyebabkan karyawan tidak terlibat dalam internalisasi budaya, untuk menciptakan budaya perusahaan diperlukan kolaborasi dan dukungan dari semua anggota karyawan.

Pada konteks organisasi, organisasi berperan sebagai komunikator, dan informasi-informasi penting atau kebijakan perusahaan merupakan pesan yang ingin disampaikan, melalui

budaya organisasi sebagai saluran komunikasi, yang ditujukan kepada seluruh karyawan di organisasi. Adanya proses komunikasi tersebut dapat mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan atau tidak.

Komunikasi menjadi penting dalam organisasi karena komunikasi merupakan salah satu jalan, bagi para pegawai atau karyawan untuk mencari informasi dan mengembangkan sejumlah kriteria untuk mana mereka terbagi dalam beberapa bidang pekerjaan, dan komunikasi merupakan proses dalam mana mereka meletakkan pilihan mereka yang praktis. Komunikasi juga dapat mempermudah dalam melakukan internalisasi budaya organisasi, karena dengan adanya komunikasi yang optimal (dilakukan secara konsisten dan bisa dimengerti dengan jelas), maka karyawan akan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap budaya yang ada di dalam organisasi. Sehingga jika karyawan menerapkan budaya organisasi tersebut dalam bekerja, maka kinerja karyawan dapat menjadi lebih baik (Pace & Faules, 2001).

### **Komunikasi Internal**

Komunikasi internal menurut Brennan dalam (Suprpto, 2011) adalah pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi), dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen). Komunikasi internal pada dasarnya harus memiliki informasi yang sesuai dengan kebutuhan (tidak kelebihan/kelebihan) dan juga kelengkapan informasi yang dibutuhkan bagi karyawan berkaitan dengan tugas-tugas, sehingga menghasilkan arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik antara atasan dengan karyawan (Putranto, Suryoko, & Waloejo, 2013).

(Adnjani & Prianti, 2023) mengatakan bahwa komunikasi internal dianggap sebagai salah satu solusi dalam memecahkan permasalahan internal yang ada dalam suatu perusahaan, dimana komunikasi internal dimulai dengan memperbaiki hubungan karyawan dengan atasan atau pun sebaliknya, dan hubungan dengan sesama karyawan. (Argenti, Lapini, Bianchi, & Alparone, 2013) menyatakan bahwa suatu organisasi membutuhkan komunikasi internal antara atasan dengan bawahan untuk menjaga hubungan agar saling terbuka dalam hal pekerjaan.

Dalam penelitian (Agustini & Purnaningsih, 2018) bahwa adanya komunikasi internal dapat membangun budaya organisasi yang berorientasi pada hasil dan tim yang baik. Komunikasi internal ini mempengaruhi kemampuan interpersonal dan frekuensi pesan atau informasi. Sehingga komunikasi internal ini membuat hasil kerja organisasi yang lebih baik. Kemudian frekuensi pesan dan informasi juga berpengaruh terhadap budaya organisasi ini sebab bagaimana seorang karyawan dapat menerima suatu informasi mengenai pekerjaan sehingga mereka dapat memaksimalkan hasil pekerjaan mereka dengan baik.

### **KESIMPULAN**

Komunikasi adalah proses mengirim dan menerima pesan melalui sarana verbal atau nonverbal, termasuk ucapan, atau komunikasi lisan, tulisan, representasi grafis (seperti infografis, peta, dan bagan), tanda, sinyal, dan perilaku. Komunikasi juga merupakan kunci kolaborasi dan kerja sama tim yang lebih baik. Pada akhirnya komunikasi di tempat kerja yang efektif membantu mendorong hasil yang lebih baik bagi individu, tim, dan organisasi. Fungsi utama budaya yaitu untuk bisa beradaptasi baik dengan lingkungan eksternal maupun dengan

lingkungan internal. Suasana komunikasi yang menguntungkan memungkinkan terbentuknya budaya perusahaan yang sangat berpengaruh seperti kesempatan bagi karyawan untuk berbagi dan belajar dari satu sama lain dengan pikiran terbuka. Komunikasi membangun nilai-nilai yang dapat dengan mudah diasimilasi anggota organisasi. Proses keterlibatan karyawan mempengaruhi hasil keputusan, sebagai indikator apa yang benar-benar diperhatikan oleh perusahaan keinginan karyawan. Karyawan merasa mereka adalah bagian dari perusahaan, jadi mereka punya rasa memiliki terhadap perusahaan, karena apapun keputusan yang diambil berasal dari karyawan.

### **Saran**

Pemahaman dan pengelolaan faktor eksternal yang efektif menjadi penting dalam kesuksesan sebuah organisasi atau individu. Faktor internal adalah aspek-aspek yang berasal dari dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mempengaruhi kinerja dan hasil yang dicapai. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk memahami faktor-faktor internal ini dan dapat mengelolanya dengan baik agar dapat mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Kedua faktor tersebut baik faktor internal maupun faktor eksternal, menuntut sebuah perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai-nilai budaya perusahaan supaya dapat menjadi pedoman dan dapat dijalankan oleh semua anggota karyawan dalam suatu perusahaan. Pemahaman yang baik tentang nilai-nilai budaya di antara seluruh anggota perusahaan dapat membantu mereka mencapai tujuan perusahaan dan menciptakan identitas perusahaan, karena budaya mencerminkan citra perusahaan. Proses keterlibatan karyawan mempengaruhi hasil keputusan, sebagai indikator apa yang benar-benar diperhatikan oleh perusahaan keinginan karyawan. Karyawan merasa mereka adalah bagian dari perusahaan, jadi mereka punya rasa memiliki terhadap perusahaan, karena apapun keputusan yang diambil berasal dari karyawan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- adnjani, made dwi, & prianti, desi dwi. (2023). internal communication towards employee engagement inside sultan agung islamic university (unissula). *jurnal ilmiah komunikasi makna*, 1(1), 1–14.
- agustini, nur annisa, & purnaningsih, ninuk. (2018). pengaruh komunikasi internal dalam membangun budaya organisasi. *jurnal komunikasi pembangunan*, 16(1), 89–108.
- argenti, fabrizio, lapini, alessandro, bianchi, tiziano, & alparone, luciano. (2013). a tutorial on speckle reduction in synthetic aperture radar images. *ieee geoscience and remote sensing magazine*, 1(3), 6–35.
- creswell, john w., & poth, cheryl n. (2016). *qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. sage publications.
- dewi, rr vemmi kesuma. (2021). pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan pada pt. indosurya kencana di bekasi. *jenius (jurnal ilmiah manajemen sumber daya manusia)*, 4(2), 164–171.
- kuswarno, engkus. (2008). metode penelitian komunikasi: etnografi komunikasi. *bandung: widya padjadjaran*.
- pace, r. wayne, & faules, don f. (2001). *komunikasi organisasi: strategi meningkatkan kinerja perusahaan*.
- putranto, danang indra, suryoko, sri, & waloejo, handoyo djoko. (2013). pengaruh komunikasi internal, kompensasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada pt. kimia farma plant semarang. *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 1(1), 82–91.
- romli, khomsahrial. (2014). *komunikasi organisasi lengkap (edisi revisi)*. gramedia widiasarana indonesia.
- suprpto, tommy. (2011). *pengantar ilmu komunikasi (dan peran manajemen dalam*

*Komunikasi dalam transformasi budaya perusahaan terhadap karyawan*

*komunikasi*) yogyakarta: caps. hal.

west, richard l., turner, lynn h., & zhao, gang. (2010). *introducing communication theory: analysis and application* (vol. 2). mcgraw-hill new york, ny.

wibowo, budaya organisasi. (2010). sebuah kebutuhan untuk meningkatkan kinerja jangka panjang. jakarta: pt raja grafindo persada.