

Original Artikel\*)  
**Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja  
Di PT Tirta Investama (DC Kawasan)**

*Organizational Communication Strategy in Improving Work Motivation  
at PT Tirta Investama (DC Kawasan)*

**Farhan Yanuar Hardiyanto<sup>1</sup>, Tri Yulistyarani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*Universitas Indonesia Maju, Indonesia*

Email correspondent: fannyalviola88@gmail.com

---

**Abstract**

**Introduction:** PT Tirta Investama (DC Kawasan) is a large company known for its first bottled drinking water (AMDK) product in Indonesia, namely Aqua. So this company must have good quality to provide the best service to customers and employees. The purpose of this study is to determine organizational communication strategies in increasing work motivation at PT Tirta Investama (DC Kawasan) and what factors make employees at PT Tirta Investama (DC Kawasan) able to work for a long duration. The theory used is the relationship between humans from Elton Mayo.

**Methods:** This study uses a qualitative descriptive analysis technique. The data collection techniques in the form of observation, documentation and interviews. There are three informants in this study.

**Results:** The results of the study show that organizational communication at PT Tirta Investama (DC Kawasan) is to increase work motivation by communicating what the company's targets are and informing back what achieved or achieved targets, as well as using many media to communicate. It is also supported by the fulfillment of supporting facilities such as clinics, BPJS, health insurance, annual bonuses and sports facilities that fulfill employee rights.

**Discussion:** PT Tirta Investama (DC Kawasan) uses a top-down organizational communication approach, which is communication from top management to subordinates, with a hierarchical or gradual communication system. In improving work motivation, the management of PT Tirta Investama (DC Kawasan) applies the company's vision and mission, sets achievable targets, and provides supporting facilities for employees.

**Keywords:** strategy, organizational communication, work motivation

**Artikel**

Disubmit (Received) : 10 May 2023

Diterima (Accepted) : 26 May 2023

Diterbitkan (Published) : 29 May 2023

**Copyright: © 2021 by the authors. License DPOAJ, Jakarta, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)**

## Pendahuluan

Di era globalisasi seperti saat ini, keberhasilan suatu perusahaan negeri atau swasta dalam mencapai tujuan organisasi itu tergantung bagaimana cara berkomunikasi dengan baik, baik secara internal maupun eksternal. Pada dasarnya, komunikasi terjadi secara lisan atau verbal. Komunikasi bisa terjadi karena adanya persamaan sebuah pesan antara pemberi pesan (komunikator) dengan orang menerima pesan (komunikan).<sup>1</sup> Menurut R. Wayne Pace (2006) Komunikasi Organisasi merupakan sebuah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Mengirim dan menerima pesan melalui komunikator Interpretasi pesan melalui komunikasi yang berkelanjutan untuk mencapai tujuan bersama dalam organisasi.<sup>2,3</sup>

Di dalam organisasi seorang pemimpin bertugas sebagai komunikator.<sup>4</sup> Seorang pemimpin yang efektif harus memiliki kemampuan komunikasi yang efektif, sehingga ia akan mampu merangsang partisipasi anggota-anggota yang di pimpinnya. Seorang anggota juga harus piawai dalam melakukan komunikasi baik komunikasi verbal maupun non verbal. "organizational communication is the process of creating and exchanging message within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty."<sup>4</sup> Artinya komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan bertukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan yang berubah-ubah. Adanya komunikasi organisasi dapat memudahkan setiap anggota atau karyawan perusahaan untuk melakukan interaksi antar sesama karyawan perusahaan yang lain. Oleh sebab itu penting adanya strategi komunikasi yang merupakan sebuah perpaduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai sebuah tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.<sup>5</sup>

Strategi merupakan hal penting yang harus dilakukan guna meningkatkan motivasi kerja untuk karyawan perusahaan. Strategi adalah sebuah proses atau cara pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi dalam waktu tertentu pada sebuah aktivitas.<sup>6</sup> Dengan adanya strategi komunikasi organisasi ini seorang pimpinan dapat melihat karyawan yang memiliki minat atau motivasi tinggi dalam bekerja dan yang tidak memiliki motivasi dalam bekerja. Jika didalam srategi komunikasi organisasi terdapat sebuah kesalahan dalam pemberian motivasi maka hal tersebut menjadi masalah baru dan perlu adanya perencanaan ulang oleh pimpinan guna memperbaiki masalah yang baru.

Seorang pemimpin atau pimpinan harus mampu memberikan motivasi kepada bawahannya, karena di setiap perusahaan ada bawahan yang mampu mengerjakan pekerjaannya tetapi kurang bersemangat untuk mengerjakannya, serta untuk meningkatkan dan memelihara gairah kerja bawahannya untuk menyelesaikan pekerjaannya.<sup>7</sup> Faktor kepemimpinan merupakan hal yang penting dalam pembentukan disiplin kerja karyawan, maka dari itu seorang pemimpin harus mampu memiliki kemampuan untuk mengarahkan serta membimbing para karyawan-nya. Adanya komunikasi antara kedua belah pihak bertujuan untuk menghindari dari rasa keterasingan di dalam organisasi.<sup>8,9</sup> Proses kepemimpinan akan berjalan efektif apabila mampu memenuhi fungsi kepemimpinan seperti membimbing, menuntun, memandu, menjalin komunikasi yang baik, mengolah pengorganisasian, serta membangunkan motivasi-motivasi kerja bagi para karyawan.<sup>10,11</sup> Pengorganisasian antar karyawan dan atasan dengan bawahan bisa terjalin baik apabila pimpinan mampu mengkoordinir anggotanya dengan baik, seperti di PT Tirta Investama (DC Kawasan) Pulogadung.

PT Tirta Investama (Danone AQUA) merupakan sebuah perusahaan pelopor air mineral dalam kemasan di Indonesia. Saat ini terdapat sebanyak 14 pabrik yang memproduksi produk Aqua. Setiap harinya pabrik-pabrik yang memproduksi produk Aqua mengirim produk-produknya ke Distribution Centre/Depo yang nantinya akan dikirim lagi ke konsumen yang tersebar di seluruh Indonesia. Ada beberapa Distribution Centre/Depo yang tersebar di Indonesia, salah satunya adalah Distribution Centre/Depo Kawasan. Pada dasarnya, PT Tirta Investama (DC Kawasan) merupakan gudang dan distribusi yang berperan dalam pendistribusian produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam kegiatan setiap harinya PT Tirta Investama (DC Kawasan)

menerima produk dari pabrik dan mendistribusikan produk tersebut kepada konsumen yang berada di seluruh wilayah Jabodetabek. Terstrukturnya pengorganisasian karyawan yang bekerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan) membuat para karyawan bekerja dengan baik, terstrukturnya organisasi di dalam perusahaan tentu tidak terlepas dari strategi komunikasi yang baik antar atasan dan bawahan maupun sesama karyawan.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan)

### Metode

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan metode kualitatif yaitu melakukan pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti memuat adanya gambaran kompleks, menelaah setiap kata, hingga laporan rinci dari sudut seorang informan. Penelitian dilakukan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dan waktu penelitiannya dilakukan pada bulan Mei 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022. Sumber data pada penelitian ini adalah Pimpinan Distribution Centre/Depo Kawasan, HR Manager dan Karyawan yang terlibat langsung dengan karyawan lain. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dengan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan meliputi reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

### Hasil

#### Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan)

Komunikasi organisasi merupakan proses komunikasi yang dimana di dalamnya terdapat kerangka kepentingan organisasi.<sup>12</sup> Organisasi adalah kegiatan orang yang dikoordinasikan untuk mencapai tujuan bersama.<sup>13</sup> Berjalan dengan baiknya komunikasi organisasi di perusahaan tidak luput dari peran atasan yang berperan penting dalam keberlangsungan proses penyampaian pesan informasi dari pihak atasan ke pihak bawahan.

Pihak atasan dan bawahan harus saling terintegritas dan saling terkoordinir satu sama lain, untuk menciptakan semua itu harus di dukung dengan komunikasi yang baik, pimpinan harus bisa dan mampu memastikan pesan yang disampaikan betul-betul sampai dan dipahami oleh anggota organisasi yang lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Parlemen selaku HR Manager di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“sistem penerapan komunikasi di organisasi kita, kita jalankan dengan sistem berjenjang saya bilang kenapa? Informasi dari top management pusat sampai ke kita supaya HR dan saya memastikan itu turun ke semua kepala bagian yang ada di DC Kawasan, kepala DC Kawasan nantinya akan menurunkan komunikasi itu ke tim masing masing supervisonya yang ada dibawah sehingga dengan sistem itu saya berharap bahwa semua orang ada rasa memiliki setiap informasi tidak langsung top down gitu tapi kita secara berjenjang secara bertahap, intinya semua orang harus mampu menyampaikan komunikasi apa yang disampaikan oleh atasan ke bawahan”*

Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menambahkan terkait penerapan komunikasi organisasi:

*“penerapan nya biasanya dilakukan secara bertahap ya dari saya memberikan informasi itu ke kepala kepala bagian, dari kepala bagian ke bawahan nya sampe ke tim operasional dibawah dan juga komunikasi itu harus ada target yang mau dicapai ya terus dibuat peraturan lalu diundangkan melalui media, media bisa dengan audio bisa melalui briefing atau training itu adalah bentuk bentuk komunikasi ya terus cek pemahaman nya apakah orang itu paham dengan apa yang mau dicapai ya itu penerapan nya gitu cek pemahaman nya kalo dia gak paham berarti*

*harus di ulang sampai betul betul dia paham nah kalau sudah paham tapi tidak mau melakukan apa yang sudah disampaikan dan itu beresiko terhadap keselamatan dan yang lain lainnya itu pasti diberikan sanksi”*

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa dalam melakukan proses komunikasi organisasi menggunakan sistem bertahap, yaitu proses penyampaian pesan informasi dari atasan turun ke bawahan melalui proses *step by step*, dari pimpinan turun ke kepala bagian kemudian turun lagi ke supervisor lalu turun lagi sampai ke bagian operasional.

**Gambar 1.** Proses Komunikasi



**Sumber:** Olahan Penulis

Jika ada karyawan ataupun anggota organisasi yang tidak memahami dan tidak melaksanakan apa yang sudah disampaikan itu akan berakibat fatal, apalagi pesan atau informasi yang disampaikan tentang yang terkait dengan keselamatan anggota organisasi, itu akan beresiko untuk anggota organisasi itu sendiri. Proses penerapan komunikasi organisasi di Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) didukung dengan budaya komunikasi serta komunikasi internal di perusahaan yang sudah berjalan dengan baik, proses terjadinya budaya komunikasi di perusahaan terjadi karena sistem komunikasi yang terjalin dan digunakan didalam perusahaan sudah terjadi dengan waktu yang cukup lama sehingga sudah menjadi budaya berkomunikasi didalam perusahaan itu sendiri.

Komunikasi dalam organisasi sangat penting bagi perusahaan, karena untuk mencapai tujuan perusahaan setiap elemen karyawan harus memahami apa maksud dan keinginan perusahaan yang akan dicapai.<sup>14</sup> Komunikasi di perusahaan menjadi suatu hal yang harus dimiliki setiap karyawan supaya mendukung terealisasi-nya target-target yang sudah ditentukan oleh suatu perusahaan. Komunikasi dapat dikatakan penting bagi perusahaan karena komunikasi mempengaruhi segala kegiatan perusahaan, seperti pertemuan dengan klien perusahaan, pertemuan rekan bisnis perusahaan dan kegiatan kerja karyawan dilapangan yang dipengaruhi oleh komunikasi.

**Gambar 2.** Kegiatan Kerja Lapangan



Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“ya komunikasi itu penting sekali ya karena dengan adanya komunikasi, goal atau target yang di tentukan oleh company itu harus betul betul bisa dipahami oleh seluruh karyawan ya. Tidak hanya karyawan tapi juga dengan mitra kerjanya, ya kalau bicara mitra kerja kan ada pemasok ada rekanan ada pelanggan customer ya itu penting, jadi komunikasi itu dilakukan ya dengan banyak hal berbagaimacam cara bisa dengan peraturan bisa dengan training bisa juga dengan workshop bisa juga dengan briefing ya bahkan komunikasi itu bisa dilakukan dengan cara cara yang membuat orang tertarik mungkin dengan pergi bersama berkumpul bersama gitu ya jadi komunikasi itu penting karena tidak ada suatu target atau yang mau dicapai oleh company kalau tidak dikomunikasikan dengan baik dengan seluruh organisasi dalam perusahaan ini, ya jadi penting sekali”*

Berdasarkan dari penyampaian Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan) komunikasi dalam organisasi di PT Tirta Investama (DC Kawasan) sangat penting sekali karena dengan komunikasi dalam organisasi, apa yang menjadi target atau goal perusahaan dapat tercapai dengan baik. Dan bukan hanya dari pihak internal, tetapi komunikasi dalam organisasi juga penting untuk pihak eksternal, seperti rekanan bisnis, pelanggan customer, mitra kerja itu harus terjalin dengan baik, komunikasinya baik hubungan pekerjaan pun akan berjalan dengan baik.

Kegiatan komunikasi organisasi di perusahaan juga tidak akan berjalan dengan lancar dan berjalan dengan baik apabila tidak didukung oleh anggota organisasi itu sendiri, kegiatan komunikasi organisasi seperti ini harus didukung juga dengan faktor-faktor penunjang seperti alat-alat yang digunakan dalam kegiatan atau proses komunikasi organisasi. Alat-alat penunjang komunikasi bisa juga disebut dengan media, media ini yang digunakan sebagai perantara antara pemberi pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan), berbagai macam media yang dapat digunakan untuk menunjang kegiatan komunikasi organisasi didalam perusahaan.

**Gambar 1.6 Papan Informasi**

Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“ada melalui email bisa juga dengan grup whatsapp bisa juga dengan briefing bisa dengan pembukaan melalui training bisa juga melalui audio dan video dan bisa dengan madding atau papan informasi, banyak lah intinya media yang digunakan “*

Bapak Parlemen selaku HR Manager di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menambahkan terkait apa saja media yang digunakan :

*“media yang digunakan di era sekarang itu secara garis besar ada media elektronik ya melalui email, melalui whatsapp, melalui sms sudah gak ada lah sekarang nah terus yang kedua kita menggunakan media konvensional madding, papan pengumuman, melalui pamflet, melalui spanduk, melalui x banner nah itu yang kita lakukan jadi ada media elektronik ada juga media yang saya bilang konvensional ya, media media yang kita gunakan untuk memastikan semua informasi itu sebisa mungkin sebanyak mungkin media kita gunakan “*

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa dalam melakukan proses kegiatan komunikasi organisasi menggunakan beberapa media, media yang digunakan ada yang berbentuk media elektronik dan ada juga yang berbentuk media konvensional. Media elektronik yang digunakan didalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) umumnya menggunakan email, aplikasi whatsapp, serta video dan audio digital, media konvensional yang digunakan didalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) umumnya menggunakan papan pengumuman, madding, pamflet, serta spanduk-spanduk yang tersebar di kawasan PT Tirta Investama (DC Kawasan). Peran media elektronik juga sangat memudahkan untuk berkomunikasi dari jarak jauh dan peran media konvensional memudahkan karyawan mengetahui apa saja informasi yang disampaikan oleh perusahaan. Pada dasarnya peran media didalam komunikasi organisasi hanya sebagai perantara, PT Tirta Investama (DC Kawasan) memaksimalkan media yang ada dan menggunakan media sebanyak mungkin guna menunjang pesan-pesan atau informasi yang ingin disampaikan ke antar karyawan lain.

Komunikasi didalam perusahaan pasti akan terus terjalin, komunikasi terjadi karena ada peran seseorang didalamnya, komunikasi didalam perusahaan umumnya terjadi dari atasan kepada bawahan dan bawahan kepada atasan. Dalam konteks komunikasi ada sebuah keefektifan dalam proses menyampaikan pesan. Dari keefektifan itulah yang membuat seorang bawahan mengerti dan memahami apa makna dan maksud dari pesan yang diberikan oleh seorang atasan, keefektifan komunikasi juga

yang membuat seorang atasan lebih mudah dalam proses menyampaikan pesan kepada bawahan nya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“sebetulnya semua sudah kita lakukan ya sesuai dengan apa yang kita terapkan disini, efektif dan tidaknya itu sebetulnya hanya beberapa persen yang tidak efektif, artinya gini orang itu kan mempunyai daya tangkap orang itu kan kriterianya macam macam ada orang sebagian besar kriterianya satisfactory orang sedang sedang saja jadi diberikan target ya kecapai gitu ya tapi ada orang yang memang dalam arti melebihi dari ekspektasi dia sudah selalu melebihi dari target target yang diberikan, ada juga orang yang kategorinya outstanding orang outstanding itu dia cepat merespon, tapi ada juga orang yang sudah dididik dilatih selalu tidak bisa mengikuti arahan susah berkembang bahkan merusak, yang membuat tidak efektif itu ya kategori orang orang yang merusak tadi itu dimanapun pasti ada orang begitu, tapi secara umum secara garis besar itu efektif karena jika ada orang yang seperti itu kita sampaikan kita monitoring kalau ada hambatan kita kasih tau cara nya dan kita fasilitasi”*

Bapak Parlemen selaku HR Manager di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menambahkan terkait keefektifan komunikasi organisasi di PT Tirta Investama (DC Kawasan):

*“saya melihat ya saya harus sadar bahwa paling besar dari seorang pemimpin itu adalah komunikasi ya hampir 80% fungsi saya bagaimana mengkomunikasikan setiap apa yang terjadi nah saya melihat keefektifan itu hampir 85% berhasil ketika saya gunakan sistem berjenjang dan semua media saya gunakan”*

Lebih lanjut lagi wawancara dengan Bapak Amat Zahari selaku karyawan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) terkait keefektifan komunikasi organisasi di PT Tirta Investama (DC Kawasan):

*“kalo menurut saya sangat efektif, alasan nya sekarang komunikasi kan jaman nya digital yang satu dari dirumah yang satu kerja itu bisa komunikasi terus contoh kayak pagi ini kan harusnya 6 orang karna ada sesuatu hal kayak ada yang sakit ada yang cuti itukan jadi kurang orang nah yang harusnya masuk siang di telpon di suruh masuk pagi untuk membackup orang yang kurang, itukan efektif bukan hanya dari segi media digital aja atasan juga kalo memberikan informasi itu secara beruntun ya, kayak misalnya atasan menginformasikan itu ke kepala bagian, dari kepala bagian ke supervisor nah dari supervisor lanjut lagi kebawah lagi, intinya komunikasi disini semua berjalan”*

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa secara garis besar apa yang sudah mereka terapkan dalam proses komunikasi organisasi sudah berjalan dengan efektif, karena proses komunikasi organisasi di dalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) menggunakan sistem berjenjang, jadi seluruh karyawan mengerti dan memahami pesan yang disampaikan dari atasan. Ditambah dengan penggunaan berbagai macam jenis media komunikasi, hal tersebut memudahkan dalam penyampaian pesan serta dapat menyesuaikan dengan para karyawan, apabila tidak bisa bertemu secara langsung dengan adanya media seperti media elektronik dapat memudahkan dalam penyampaian pesan informasi.

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi komunikasi dalam pengorganisasian nya masing-masing. Keberhasilan suatu perusahaan tidak akan berhasil apabila tidak terjalinnya hubungan baik antar sesama karyawan maupun dari atasan dan bawahan, hubungan antara sesama karyawan baik akan menjadikan lingkungan kerja yang kondusif, hubungan kerja yang baik didukung dengan sistem komunikasi yang baik juga, seluruh aspek pendukung akan mendukung hubungan kerja yang harmonis dan humanis. Dengan begitu para pekerja atau para karyawan akan bekerja dengan sepenuh hati, tanpa adanya paksaan dari segi manapun, karyawan akan semangat dalam bekerja apabila kebutuhan atau

keinginan karyawan terpenuhi dan strategi komunikasi dalam pengorganisasian di dalam perusahaan menjadi pneranan yang terpenting dalam meningkatkan minat atau motivasi kerja karyawan.

### Gambar 3. Briefing Karyawan



Sumber: Olahan Penulis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“ya jadi strateginya gini kalau pekerjaan itukan ada target jadi semua terencana dan perencanaan nya bisa dihitung dengan waktu dan dengan banyak hal, rencana nya diplanning terus prosesnya progress, intinya kita pimpinan perusahaan punya targetlah gitu, apabila target atau goals dari pada perusahaan tercapai otomatis kan kita sukses mencapai target, dari kesuksesan itu saya sebagai pimpinan harus menginfokan ke karyawan lain agar mereka juga tahu gitu kalo kita berhasil mencapai suatu target, dengan begitu juga kan karyawan yang lainnya apa bisa merasakan kesuksesan bersama jadi karyawan bisa lebih semangat lagi dalam pekerjaan dan motivasi itu orang butuh di support perlu didukung difasilitasi, perlu diajarkan atau diarahkan, tidak bisa orang itu dikasih target terus saya gak mau tau itu enggak, kita itu pimpinan memfasilitasi pimpinan itu harus menjadi guru, memberikan arahan, harus memberikan dukungan, dukungan itu banyak hal termasuk dengan fasilitas“*

Bapak Parlemen selaku HR Manager di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menambahkan terkait bagaimana strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan):

*“ini cukup luas ya strategi komunikasi kita untuk meningkatkan motivasi artinya saya dan menejem tim mempunyai kewajiban untuk menyampaikan setiap hasil setiap achievement yang kita capai setiap bulan setiap tahun kepada seluruh karyawan sehingga karyawan juga merasakan apa yang namanya setiap sukses itu tidak hanya pimpinan yang tahu jadi si bawahan juga tahu oh bulan ini kita achieve kita harus tumbuhkan makanya kita achieve lagi jadi kita membangun komunikasi supaya kampanye atau campagne kesuksesan kita begitu ya“*

Bapak Parlemen menambahkan lebih lanjut terkait apakah cara tersebut bisa meningkatkan motivasi kerja karyawan :

*“ya bisa karena karyawan termotivasi kalau dia bekerja giat dan berfikir contohnya gini, saya sebenarnya sudah capai apa sih, kontribusi saya dalam bisnis ini apasih, goals nya bagaimana sih, tapi kalau kita komunikasikan achieve nya ke mereka, mereka akan ceritakan eh kita*

*targetkan 10 ya ternyata kita belum habis waktunya kita sudah habis 10, itukan komunikasi penting sehingga mereka termotivasi penuh, mereka akan punya rasa bahwasannya saya bisa memberikan kontribusi lebih loh untuk perusahaan dan bisnis ini. Kalau itu tidak di komunikasikan mereka akan bekerja biasa aja orang mereka gak tahu achieve nya”*

Bapak Amat Zahari selaku karyawan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) juga menambahkan terkait faktor apa saja yang membuat karyawan memiliki motivasi tinggi diluar dari strategi komunikasi organisasi yang diterapkan:

*“pertama dari segi pekerjaan kita gak sama seperti perusahaan perusahaan jepang lah yang di full press istilahnya, jadi kita kerja tetap sesuai dengan standar kita masih banyak toleransi lah kalo disini kayak istilahnya ya kita meriang meriang sedikit yaudah kamu istirahat duduk yang penting ada masuk kalo emang bener bener gak bisa dipaksain yang penting ada surat dokter kan gituloh, untuk memotivasi saya pribadi ya sekarang kan saya punya anak nah kalo anak nya pinter dari sini dapet beasiswa, anak saya dari SD sampe SI itu beasiswa terus dari sini terus dari segi kesehatan keluarga semua kejamin kayak anak istri sakit itu dapet fasilitas, ya dapet kelas nya yang sesuai dengan kelas kita disini. Untuk bertahan kita ngeliatnya bukan apa apa ini kan perusahaan nya untuk masa depan karyawan nya keliatan gituloh kesejahteraan nya kejamin, coba bandingkan dengan perusahaan lain gak ada yang kayak Aqua ini mulai dari BPJS Ketenagakerjaan ada, asuransi kesehatan ada dan klinik di setiap lokasi itu ada dokternya jadi kita mau berobat atau apa fasilitasnya ada kayak tunjangan THR ada, bonus tiap tahun pasti dapet namanya perusahaan kan gak mungkin rugi tapi kalo penjualan agak menurun gak 100% lah targetnya gituloh ya untuk bertahan nya begitu”*

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja adalah dengan terorganisirnya komunikasi organisasi di perusahaan, terbangunnya komunikasi yang baik, serta semua aspek yang termonitoring dengan baik. Komunikasi organisasi untuk meningkatkan motivasi dengan cara mengkomunikasikan atau menginfokan apa yang menjadi target perusahaan dan tidak lupa menginfokan kembali apa yang menjadi achieve atau apa yang berhasil dicapai targetnya ke karyawan lain, serta menggunakan banyak media untuk berkomunikasi. Dengan begitu karyawan mengetahui apa yang sudah mereka capai, mereka menjadi tahu kalau hasil kinerja mereka sangat berkontribusi untuk perusahaan. Didukung juga dengan terpenuhinya fasilitas-fasilitas pendukung seperti klinik, BPJS, asuransi kesehatan dan hak-hak karyawan terpenuhi, dengan begitu karyawan akan lebih semangat lagi dalam bekerja, mereka akan termotivasi untuk bekerja lebih giat lagi karena mereka juga merasakan kesuksesan perusahaan atau pencapaian perusahaan yang tercapai setiap bulannya, PT Tirta Investama (DC Kawasan) sangat mengutamakan kesejahteraan karyawannya.

**Gambar 4.** Klinik PT Tirta Investama (DC Kawasan)



Sumber: Olahan Penulis

Tujuan dibentuknya strategi komunikasi organisasi adalah untuk mencapai kesuksesan dari pada tujuan perusahaan, banyak cara untuk membuat suatu strategi, strategi komunikasi organisasi pada dasarnya digunakan dan diterapkan untuk para pekerja atau karyawan disuatu perusahaan. Hampir setiap perusahaan menginginkan hasil yang terbaik dari strategi yang telah diterapkan nya, kunci keberhasilan perusahaan salah satunya dari strategi itu sendiri, hasil dari implementasi strategi yang telah dibuat sangat dibutuhkan untuk evaluasi perusahaan. Perusahaan akan mengambil langkah selanjutnya apabila strategi komunikasi organisasi yang telah diterapkan tidak berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“ya selama ini tercapai ya karena semua target, semua apa yang mau dicapai itu terukur dan dimonitor secara harian, kita ada warna apakah itu kecapai atau tidak kalau gak kecapai itu warna nya merah kalau kecapai itu warna nya hijau dan pencapaian itu diukur dari depo ini dari lokasi ini nanti di breakdown per channel atau per bagian itu di breakdown sampai ke pelaksana, intinya kita komunikasikan ke perbagian lalu dari perbagian itu lanjut ke bawah-bawahnya ke bagian pelaksana atau operasional, kemudian setelah kita gunakan sistem strategi itu ya yang terjadi karyawan sedikit banyaknya ya termotivasi, karna mereka tahu targetnya kecapai ya mereka lebih semangat lah gitu ditambah juga mereka diberi fasilitas, jadi menurut saya berhasil ya implementasi nya“*

Bapak Parlemen selaku HR Manager di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menambahkan terkait bagaimana keberhasilan dari pada strategi komunikasi organisasi yang diterapkan:

*“hasilnya ya katakanlah umpama nya saya ambil contoh dimasa covid ya bagaimana komunikasi saya sampaikan melalui hampir kesemua media bagaimana mengajak karyawan tetap patuh dengan prokes dan Alhamdulillah perusahaan kami khusus nya depo kawasan mendapat apresiasi adalah satu lokasi yang sangat baik memastikan karyawan nya mematuhi prokes, itu dari komunikasi yang kita sampaikan hampir semua kita gunakan sehingga saya melihat efektifitasnya luar biasa jadi kita mendapat award satu lokasi terbaik dalam menanggulangi dalam mengatisipasi penyebaran covid 19“*

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa implementasi dari strategi komunikasi organisasi yang telah diterapkan sejauh ini berjalan baik dan efektif, karyawan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat memahami betul dan mengerti seperti apa strategi yang sudah dijelaskan oleh para pimpinan, sehingga mereka hanya tinggal menjalannya saja. Peranan pimpinan disini sangat dibutuhkan dalam proses penerapan strategi tersebut, apabila strategi berhasil dijalankan artinya perencanaan yang dibuat perusahaan berhasil juga mencapai target, antara perusahaan dan karyawan saling mendapat keuntungan satu sama lain.

Dalam proses keberlangsungan penerapan strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja tidak berjalan mulus, pasti ada yang namanya kendala atau hambatan. Dari hambatan inilah yang akan di evaluasi oleh pimpinan guna menangani strategi yang tidak berjalan ini. Sedikit banyaknya hambatan pasti dijumpai oleh seorang pimpinan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sumarman selaku Pimpinan Distribution Centre/Depo di PT Tirta Investama (DC Kawasan), mengatakan bahwa:

*“ya kendala nya sebetulnya kita kan ada karyawan 340 sekian itu dari usia itu banyak sudah mendekati usia usia pensiun jadi daya tangkapnya, kinerjanya, posturnya itu sudah gak sama jadi, terus kendala nya orang kan ada yang betul betul disiplin nya bagus tapi ada orang yang sudah di kasih peringatan peringatan tapi tetap gak disiplin, kalau orang tidak disiplin itu menjadi penghambat untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, kemudian latar belakang dari*

*orang tersebut juga jadi pengaruh, seperti daerah asal, terus kemudian bahasa itu juga bisa jadi pengaruh“*

Bapak Parlemen selaku HR Manager di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menambahkan terkait apa saja kendala yang ditemukan dalam penerapan strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja:

*“yang jelas setiap komunikasi itu ada namanya kendala kita ada penghalang kita yang pertama itu adalah latar belakang pendidikan itu menjadi kendala, bahasa juga menjadi kendala lalu media juga jadi kendala, tapi yang paling banyak itu adalah yang paling besar kendala adalah dari sisi pendidikan jadi saya tidak bisa menyampaikan satu informasi itu sama dengan bahasa yang sama dengan gaya yang sama mengharapkan juga mendapatkan hasil yang sama, artinya ketika saya bicara satu topic dengan tingkat kepala bagian dimana saya melihat tingkat pendidikan, tingkat personality mereka cukup dewasa maka saya akan lebih ringan bahasa nya, dibandingkan saya menyampaikan dengan teman teman saya di operasional di helper driver, artinya harus merubah bukan isinya tapi cara mengkomunikasikan nya cara menyampaikan nya mungkin dengan gaya bahasa yang lebih ringan kemudian gaya bahasa yang kedaerahan dimana mereka lebih banyak mayoritas orang jawa maka saya harus pakai juga memakai sedikit istilah istilah jawa supaya lebih kena ketimbang saya menggunakan bahasa indonesia yang baku dicampur sedikit dengan bahasa inggris tapi pesan dari pada komunikasi saya gak sampe, berartikan pengaruh pendidikan berpengaruh, kemudian usia juga berpengaruh lalu latar belakang daerah masing masing orang juga jadi pengaruh“*

Bapak Amat Zahari selaku karyawan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) juga menambahkan terkait apa saja kendala yang ditemukan :

*“paling sejauh ini kendala kendala sedikit ada kayak temen temen karyawan kan banyak yang dari daerah jadi ya paling dibahasa apalagi juga kalau atasan pake bahasa bahasa yang berat yang sulit dimengerti temen temen karyawan“*

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa, kendala dari implementasi strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja, ada beberapa faktor seperti dari segi usia, segi latar belakang pendidikan sampai yang umumnya terjadi dari segi bahasa. Cara penyelesaian dari kendala tersebut seperti menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan latar belakang karyawan lain, gunakan bahasa bahasa yang ringan yang mudah untuk dimengerti, apabila faktor kendala nya dari faktor usia berarti cara penyampaian bahasanya lebih ringan lagi dan melakukan pengulangan kalimat sampai orang tersebut benar-benar mengerti.

## **Pembahasan**

### **Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan)**

Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa dalam melakukan proses komunikasi organisasi menggunakan sistem bertahap, yaitu proses penyampaian pesan informasi dari atasan turun ke bawahan melalui proses *step by step*, dari pimpinan turun ke kepala bagian kemudian turun lagi ke supervisor lalu turun lagi sampai ke bagian operasional.

Komunikasi organisasi memiliki beberapa fungsi, menurut Stephen P. Robbins ada 4 (empat) fungsi komunikasi organisasi, yaitu fungsi kendali, motivasi, pengungkapan emosional, dan informasi.<sup>15</sup> Apabila semua fungsi komunikasi organisasi sudah diterapkan, perusahaan akan mendapatkan hasil yang sesuai apa yang diharapkan. Komunikasi dalam organisasi di PT Tirta Investama (DC Kawasan) sangat penting sekali karena dengan komunikasi dalam organisasi dan menerapkan semua fungsinya, apa yang menjadi target atau goal perusahaan dapat tercapai dengan baik. Dan bukan hanya dari pihak

internal, komunikasi dalam organisasi juga penting untuk pihak eksternal, seperti rekanan bisnis, pelanggan customer, mitra kerja itu harus terjalin dengan baik, komunikasinya baik hubungan pekerjaan pun akan berjalan dengan baik dan perusahaan juga akan maju dan berkembang. Dalam proses komunikasi organisasi PT Tirta Investama (DC Kawasan) sudah menerapkan fungsi-fungsi komunikasi organisasi dengan cukup baik sehingga semua berjalan sebagaimana mestinya.

Dalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) proses kegiatan komunikasi organisasi menggunakan beberapa media. Media elektronik yang digunakan didalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) umumnya menggunakan email, aplikasi whatsapp, serta video dan audio digital, media konvensional yang digunakan didalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) umumnya menggunakan papan pengumuman, madding, pamphlet, serta spanduk-spanduk yang tersebar di kawasan PT Tirta Investama (DC Kawasan). Media elektronik merupakan media yang paling efektif digunakan untuk dapat meningkatkan motivasi dalam bekerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan), umumnya media elektronik yang digunakan adalah aplikasi Whatsapp yakni Whatsapp Group. Pada dasarnya peran media didalam komunikasi organisasi hanya sebagai perantara, PT Tirta Investama (DC Kawasan) memaksimalkan media yang ada dan menggunakan media sebanyak mungkin guna menunjang pesan-pesan atau informasi yang ingin disampaikan ke antar karyawan lain.

PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat dikatakan bahwa secara garis besar apa yang sudah mereka terapkan dalam proses komunikasi organisasi, sudah berjalan dengan efektif, karena proses komunikasi organisasi di dalam PT Tirta Investama (DC Kawasan) menggunakan sistem berjenjang, jadi seluruh karyawan mengerti dan memahami pesan yang disampaikan dari atasan. Ditambah dengan penggunaan berbagai macam jenis media komunikasi, hal tersebut memudahkan dalam penyampaian pesan serta dapat menyesuaikan dengan para karyawan.

### **Target Mengetahui Faktor-Faktor Komunikasi Yang Dapat Meningkatkan Motivasi Kerja**

Strategi komunikasi organisasi PT Tirta Investama (DC Kawasan) dalam meningkatkan motivasi kerja yaitu dengan terorganisirnya komunikasi organisasi di perusahaan, terbangunnya komunikasi yang baik, serta semua aspek yang termonitoring dengan baik. Komunikasi organisasi untuk meningkatkan motivasi dengan cara mengkomunikasikan atau menginfokan apa yang menjadi target perusahaan dan tidak lupa menginfokan kembali apa yang menjadi achieve atau apa yang berhasil dicapai targetnya ke karyawan lain, serta menggunakan banyak media untuk berkomunikasi.

Didukung juga dengan terpenuhinya fasilitas-fasilitas pendukung seperti klinik, BPJS, asuransi kesehatan dan hak-hak karyawan terpenuhi, dengan begitu karyawan akan lebih semangat lagi dalam bekerja, mereka akan termotivasi untuk bekerja lebih giat lagi karena mereka juga merasakan kesuksesan perusahaan atau pencapaian perusahaan yang tercapai setiap bulannya, PT Tirta Investama (DC Kawasan) sangat mengutamakan kesejahteraan karyawannya.

Implementasi dari strategi komunikasi organisasi yang telah diterapkan sejauh ini berjalan baik dan efektif, karyawan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dapat memahami betul dan mengerti seperti apa strategi yang sudah dijelaskan oleh para pimpinan, sehingga mereka hanya tinggal menjalannya saja. Peranan pimpinan disini juga sangat dibutuhkan dalam proses penerapan strategi tersebut, apabila strategi berhasil dijalankan artinya perencanaan yang dibuat perusahaan berhasil juga mencapai target, antara perusahaan dan karyawan saling mendapat keuntungan satu sama lain, dengan begitu perusahaan akan terus tetap berjalan dan berkembang.

### **Hambatan Dari Upaya Menjalankan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Beserta Solusinya**

Pengambat merupakan sesuatu yang sifatnya menghalangi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata penghambat diterjemahkan sebagai suatu hal, keadaan, atau penyebab yang mampu menghambat seperti (menahan, menghalangi dan merintang). Sedangkan pengertian dari hambatan merupakan suatu hal yang dapat menghalangi kemajuan dan pencapaian sesuatu. Lalu arti dari kata hambat yang menjadi kata dasar penghambat memiliki arti membuat sesuatu hal menjadi lambat dan tidak lancar.<sup>16</sup>

Adapun bentuk dari hambatan atau kendala yang umum ditemui dalam proses terjadinya komunikasi, yaitu:

1. Hambatan dari pengirim pesan. Contohnya; pesan yang disampaikan oleh komunikator dirasa belum jelas menurut komunikan.
2. Hambatan dari penerima pesan. Contohnya; komunikan kurang memperhatikan dan mendengarkan atau menyimak informasi yang sedang disampaikan komunikator.
3. Hambatan dalam penyandian atau simbol. Contohnya; penggunaan bahasa yang terlalu sulit dimengerti, penggunaan kata-kata yang ambigu, serta pemaknaan simbol yang berbeda antara komunikator dan komunikan.
4. Hambatan media. Contohnya; gangguan sinyal dan hambatan kesulitan lainnya.
5. Hambatan dalam bahasa sandi. Contohnya; komunikan memaknai pesan atau informasi yang diterimanya berbeda dengan konteks sebenarnya yang disampaikan komunikator.

Adapun kendala dari implementasi strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja yang membuat tidak lancar dan menghambat, yaitu faktor penghambat seperti hambatan media, segi usia, segi latar belakang pendidikan, sampai yang umumnya terjadi dari segi bahasa. Cara penyelesaian atau solusi dari kendala dan hambatan tersebut adalah seperti menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan latar belakang karyawan lain, seperti menggunakan bahasa-bahasa yang ringan yang mudah untuk dimengerti dan dipahami. Apabila faktor penghambat dari faktor segi usia berarti cara penyampaian bahasanya harus lebih ringan serta melakukan pengulangan kalimat atau pengulangan kata.

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan diatas menjelaskan bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan), dapat disimpulkan bahwa di PT Tirta Investama (DC Kawasan) menggunakan pendekatan komunikasi organisasi Top Down, yaitu komunikasi organisasi dari pimpinan atau manajemen atas ke bawahan, dengan sistem komunikasi berjenjang atau bertahap. Dalam meningkatkan motivasi kerja, pimpinan PT Tirta Investama (DC Kawasan) menerapkan visi dan misi perusahaan, memberikan target yang harus dicapai hingga memberikan fasilitas-fasilitas penunjang kepada karyawan.

Strategi yang diterapkan di PT Tirta Investama (DC Kawasan) untuk meningkatkan motivasi dengan cara mengkomunikasikan apa yang menjadi target perusahaan serta menginformasikan kembali apa yang menjadi achieve atau goals dari perusahaan ke karyawan lain, dan menggunakan sebanyak mungkin media untuk berkomunikasi. Dalam upaya untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, PT Tirta Investama (DC Kawasan) memberikan fasilitas penunjang kinerja dan kesejahteraan untuk para karyawan nya seperti klinik kesehatan, BPJS, asuransi kesehatan, bonus tahunan, fasilitas olahraga dan fasilitas lainnya. Dengan demikian karyawan akan merasakan kesejahteraan selama bekerja di PT Tirta Investama (DC Kawasan) dan termotivasi untuk terus bekerja. PT Tirta Investama (DC Kawasan) juga rutin melakukan rapat, mulai dari harian, mingguan, hingga bulanan. Dari hasil penelitian serta pengamatan menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan) sudah berjalan dengan baik.

### **Makna Singkatan (Abbreviations)**

DC : Distribution Centre/Depo  
BPJS : Badan Penyelenggara Jaminan Sosial

### **Konflik Kepentingan**

tidak ada konflik kepentingan pada penelitian ini.

### **Pendanaan**

Pendanaan pribadi.

### **Kontribusi Penulis**

Farhan Yanuar Hardiyanto dan Tri Yulistyarani adalah penulis pada penelitian ini.

**Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini.

**References**

1. Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi - Ratu Mutialela Caropeboka, Universitas Bina Darma Palembang - Google Buku [Internet]. [cited 2021 Apr 28]. Available from: [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WvY7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=,+komunikasi+terjadi+secara+lisan+atau+verbal.+Komunikasi+bisa+terjadi+karena+adanya+persamaan+sebuah+pesan+antara+pemberi+pesan+\(komunikator\)+dengan+orang+menerima+pesan+\(komunikasi\).&ots=ZC-HUqPNjQ&sig=-mdtBv1rXL8Y0wRcBsa8XoyiV1Y&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WvY7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=,+komunikasi+terjadi+secara+lisan+atau+verbal.+Komunikasi+bisa+terjadi+karena+adanya+persamaan+sebuah+pesan+antara+pemberi+pesan+(komunikator)+dengan+orang+menerima+pesan+(komunikasi).&ots=ZC-HUqPNjQ&sig=-mdtBv1rXL8Y0wRcBsa8XoyiV1Y&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
2. Syarif DN. Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam Di Era Digital. Deepublish; 2019. 251 p.
3. Sitorus, Raja Maruli Tua. Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja. Scopindo Media Pustaka; 2020. 100 p.
4. Zahara E. Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. Warta Dharmawangsa [Internet]. 2018 Jun 8 [cited 2021 Apr 28];(56). Available from: <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/8>
5. Firmansyah Y, Oktaviani F. Strategi Komunikasi Komunitas Pungklung Dalam Membangun Citra Positif Di Masyarakat. Journal Signal. 2018 Jul 3;6(2):274–92.
6. Sudarman A. Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi. 2018 Jun 25;2(1):39–58.
7. Kristanti, Desi. Kiat-Kiat Merangsang Kinerja Karyawan Bagian ProdukSI. Media Sahabat Cendekia; 2019. 74 p.
8. Eliani A, Siregar RB. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Perum BULOG Kantor Cabang Medan [Internet] [Thesis]. UMSU; 2021 [cited 2021 Apr 28]. Available from: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15785>
9. Lestari W, Nasution MI. Pengaruh Disiplin Kerja, Pengawasan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kehutanan Provinsi Sumatera Utara [Internet] [Thesis]. UMSU; 2021 [cited 2021 Apr 28]. Available from: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15619>
10. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Bekerja Karyawan Kantor Dinas KOMINFO Surakarta - UMS ETD-db [Internet]. [cited 2021 Apr 28]. Available from: <http://eprints.ums.ac.id/60127/>
11. Lobo AE, Wahyuni DU. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Pengawasan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM) [Internet]. 2019 [cited 2021 Apr 28];8(10). Available from: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2572>
12. Silviani, Irene. Komunikasi Organisasi. Scopindo Media Pustaka; 2020. 290 p.
13. Budaya Organisasi Dan Dampaknya Terhadap Lembaga Pendidikan | Adiba : Journal Of Education [Internet]. [cited 2023 Apr 28]. Available from: <https://adisampublisher.org/index.php/adiba/article/view/44>
14. Sriwidodo U. Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Komunikasi Dan Kesejahteraan Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia [Internet]. 2010 [cited 2021 Apr 28];4(1). Available from: <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/88>
15. Tebay, Vince. Perilaku Organisasi. Deepublish; 2021. 150 p.
16. Peran Pemerintah Lokal Dalam Pemberdayaan Petani Cengkeh Di Desa Adean Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah | Soetomo Administration Reform Review. [cited 2021 Apr 28]; Available from: <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sar/article/view/5184>

\*) Original Artikel

--- ISJC ---