

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Strategi Komunikasi

2.1.1.1 Strategi

Secara estimologi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*Strategos*,” yang terdiri dari kata “*Stratos*” (militer) dan “*ag*” (memimpin). Kombinasi ini menunjukkan kepemimpinan atau tindakan yang digunakan oleh jenderal perang untuk memenangkan konflik. Strategi umumnya didefinisikan sebagai upaya untuk mencapai tujuan jangka panjang. Para ahli memiliki banyak definisi strategi bervariasi, antara lain:

Martin-Anderson, menyatakan strategi adalah sebuah seni di mana pikiran memaksimalkan efisiensi dan keuntungan menggunakan semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan (Astuti et al., 2016). Onong Uchjana Effendy, mendefinisikan strategi sebagai suatu rencana untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus dapat menunjukkan taktik operasionalnya, bukan hanya sekedar memberikan arah (Nurudin, 2023).

Menurut Allison dan Kaye, strategi adalah prioritas atau arah organisasi secara keseluruhan. Berdasarkan definisi strategi di atas, penulis dapat memahami strategi sebagai prioritas dan sarana untuk mencapai tujuan organisasi, cara yang digunakan sesuai dengan misi organisasi untuk memenuhi visinya. Dalam mengimplementasikan strategi, sangat penting untuk melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam organisasi agar para anggota dapat bekerja sama dan konsisten dalam menjalankan strategi yang telah ditetapkan untuk mencapai visi dan tujuan organisasi (Fadhli, 2021).

Menurut Stoner, Freeman, dan Gibert Jr, definisi strategi dapat diartikan dari dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif tentang apa yang ingin dilakukan oleh sebuah organisasi dan perspektif tentang apa yang pada akhirnya dilakukan oleh organisasi tersebut yang dikutip dari buku karangan Andy Tjiptono menurut sudut pandang

pertama, strategi adalah program yang dirancang untuk mengidentifikasi dan mencapai tujuan organisasi dan menjalankan misinya (Putra, 2014).

Tahapan-Tahapan Strategi

Dalam menjalankan strategi tersebut, diperlukan berbagai tahapan dalam prosedurnya. Secara umum, strategi ini melalui tiga tahap, yaitu dalam (Hasibuan, 2015):

1. Perumusan Strategi

Tahap pertama dalam membangun strategi adalah merumuskan atau merencanakan langkah-langkah awal. Hal ini mencakup penetapan tujuan, penilaian peluang dan bahaya eksternal, menentukan kelemahan dan kekuatan internal, membangun objektivitas, mengembangkan pilihan alternatif, dan memilih strategi yang akan diterapkan. Sikap juga ditentukan selama fase perumusan strategi untuk membuat keputusan dalam kegiatan.

2. Implementasi Strategi

Pada tahap eksekusi, strategi yang dipilih menuntut komitmen dan kerja sama dari semua unit, level, dan anggota organisasi. Tanpa dedikasi dan kerja sama dalam implementasi strategi, proses pengembangan dan penilaian strategi akan menjadi mimpi di siang bolong. Implementasi strategi didasarkan pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya melalui pembangunan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang terkait dengan budaya, perusahaan, dan organisasi.

3. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dari strategi adalah evaluasi dari pelaksanaannya. Penilaian strategi sangat penting karena pencapaian sebelumnya dapat diukur kembali untuk menentukan target di masa depan. Evaluasi menjadi standar untuk taktik yang akan digunakan lagi oleh sebuah organisasi, dan diperlukan untuk memastikan bahwa tujuan yang telah ditetapkan tercapai.

2.1.1.2 Komunikasi

Menurut etimologinya, istilah komunikasi diambil dari bahasa Latin “*communicatio*” yang berasal dari kata “*communis*” yang artinya sama. Konsep yang sama harus disampaikan dengan istilah yang samak. Dalam terminologi, komunikasi adalah tindakan mentransmisikan pernyataan dari seseorang ke orang lainnya. Menurut definisi paradigmatik, komunikasi adalah proses dimana seseorang menginformasikan atau mengubah sikap, kepercayaan dan perilaku orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung (Nurhadi & Kurniawan, 2017).

Komunikasi ialah pertukaran pesan verbal dan non verbal antara pengirim dan penerima dengan maksud untuk mempengaruhi perilaku. Komunikasi terjadi secara bertahap, yang berubah dan tidak pernah berhenti. Proses komunikasi bersifat timbal balik karena pengirim dan penerima saling mempengaruhi satu sama lain (Fadliansyah, 2021). Para ahli mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

John R. Wenburg, William W. Wilmot, Kenneth K. Sereno, dan Edward M. Bodaken telah mengidentifikasi tiga bentuk utama komunikasi yaitu: tindakan satu arah, interaksi, dan transaksi. Cara lain komunikator dapat menyampaikan pesan kepada penerima adalah melalui komunikasi. Simbol dan isi pesan adalah dua bagian dari pesan komunikasi yang diteliti (Putra, 2014).

Rogers dan Kincaid (1981) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu prosedur dimana dua individu atau lebih bertukar pengetahuan dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Pemahaman komunikasi terhadap pesan yang dimaksudkan komunikator adalah tujuan dari proses komunikasi (Vardhani & Tyas, 2018).

Laswell menegaskan bahwa jika komunikasi mengikuti lima langkah ini, maka komunikasi akan berjalan dengan mudah. Ada lima tahap antara lain: Siapa: Siapa Komunikatornya? Katakan apa: Pesan apa yang disampaikan? Saluran yang mana: Saluran atau media yang digunakan untuk mengirim pesan komunikasi? Kepada siapa: Komunikan, orang yang menerima pesan komunikasi? Apa efeknya: apa yang terjadi dari pesan yang disampaikan kepada komunikan?.

Sebaliknya, Onong Uchjana Effendy mengartikan komunikasi sebagai tindakan menyampaikan pesan dalam bentuk lambang yang berarti, yang berfungsi sebagai peta jalan bagi gagasan, fakta, kepercayaan, harapan, himpunan dan sebagainya yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung (Nurudin, 2023).

Kemudian dalam komunikasi, ada dua macam komunikasi yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal:

1) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal mengacu pada penggunaan kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan. Metode komunikasi ini paling sering digunakan dalam hubungan antarmanusia. Mereka menggunakan kata-kata untuk mengomunikasikan perasaan, emosi, pikiran, ide, atau maksud mereka, menyampaikan dan menjelaskan fakta, data, dan informasi; berbagi sentimen dan pemikiran, serta berdebat dan berkonflik (A. Rahman, 2016).

2) Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal terjadi ketika sebuah pesan dikirimkan tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi non verbal dapat diimplementasikan melalui gerakan tangan, gerakan tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, intonasi suara, gaya suara, dan pakaian (Parid, 2020).

Di dalam komunikasi juga terdapat unsur-unsur. Unsur komunikasi ini sangat penting untuk menciptakan proses komunikasi yang sukses dan efektif. Mekanisme komunikasi tidak akan berfungsi dengan baik jika salah satu komponennya hilang.

1. Komunikator (*Source*)

Komunikator adalah orang yang memulai proses komunikasi dalam kegiatan. Dia adalah pendiri pesan. Orang pertama yang mengekspresikan pesan dengan tujuan menjangkau audiens dengan cara yang menghasilkan interpretasi dan respons yang diinginkan, komunikator memberikan informasi kepada komunikan (Natsir et al., 2022).

2. Pesan (*Message*)

Merupakan kumpulan simbol-simbol signifikan yang disampaikan oleh komunikator (Afriyadi, 2015).

3. Saluran (*Channel*)

Media adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima yang dituju. Dengan demikian, saluran adalah alat yang penting bagi komunikator. Saluran adalah segala sesuatu yang digunakan oleh pengirim pesan untuk menghubungkannya dengan penerima yang dituju.

4. Komunikan (*Receiver*)

Komunikan adalah penerima komunikasi yang disampaikan oleh komunikator. Individu, komunitas, partai politik dan bahkan negara dapat menjadi komunikan. Penerima adalah komponen penting dalam proses komunikasi karena ia adalah penerima komunikasi

5. Pengaruh (*Effect*)

Pengaruh adalah perbedaan antara pikiran, perasaan, dan perilaku komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dapat berdampak pada pengetahuan, sikap, dan perilaku individu atau kelompok. Sebagai hasil dari penerimaan pesan, pengaruh juga dapat dikatakan pergeseran atau penguatan keyakinan juga dapat dicirikan sebagai pengaruh pengetahuan, sikap, dan perilaku individu.

6. Umpan Balik (*Feedback*)

Merupakan umpan balik, atau reaksi komunikan setelah komunikator menerima atau menerima kembali pesan tersebut.

7. Lingkungan

Ada beberapa komponen dalam faktor komunikasi yang mempengaruhi bagaimana hal tersebut berlangsung. Lingkungan risiko, lingkungan sosiokultural, dimensi psikologis dan dimensi waktu adalah empat kategori yang menjadi dasar pembagian faktor lingkungan. Menurut lingkungan resiko, komunikasi hanya dapat berjalan tanpa hambatan berbahaya seperti geografi. Komunikasi dapat terhambat oleh sosiokultural, politik, dan ekonomi yang ditemukan dalam konteks sosial. Contohnya bahasa dan adat istiadat. Dimensi psikologis mengacu pada faktor-faktor psikologis

dalam komunikasi. Misalnya, menghindari kritik yang dapat membuat orang lain marah. Dimensi temporal adalah kondisi yang ideal untuk komunikasi. Banyak proses komunikasi yang tertunda karena keterbatasan waktu, seperti musim dan cuaca (Efendi et al., 2024).

Strategi komunikasi adalah serangkaian kegiatan sistematis yang berkesinambungan dan direncanakan secara strategis untuk memahami khalayak sasaran, menemukan saluran yang efisien, dan mengembangkan serta menyebarluaskan gagasan (Pratiwi et al., 2018). Peran komunikator sangat penting dalam strategi komunikasi. Rencana komunikasi harus cukup mudah beradaptasi sehingga komunikator, yang juga merupakan pelaksana, dapat segera melakukan penyesuaian jika terjadi perubahan (Perkasa & Aditia, 2023).

Strategi komunikasi adalah cara untuk menyusun proses komunikasi mulai dari perencanaan hingga penilaian untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi berupaya untuk:

- a. Pesannya jelas dan mudah dimengerti.
- b. Penerima pesan dapat diperlakukan dengan tepat.
- c. Kegiatan dapat didorong untuk diselesaikan.

Menurut Anwar Arifin dalam (Nurudin, 2023) pada karyanya yang berjudul “Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar Ringkas” terdapat empat variabel utama yang harus diperhatikan dalam merancang taktik komunikasi, antara lain :

1. Mengenal Khalayak

Komunikator dapat memengaruhi khalayak, tetapi khalayak juga dapat memengaruhi komunikator.

2. Menentukan Pesan

Setelah menentukan audiens dan skenario, tahap selanjutnya dalam mengembangkan strategi komunikasi adalah membuat pesan, yang meliputi penentuan tema dan substansi dengan fokus untuk menarik perhatian. Beberapa kondisi harus diperhatikan saat menyusun pesan, khususnya tema dan sumber daya.

3. Menetapkan Metode

Setelah memilih audiens dengan menilai posisi dan kondisi audiens serta menyusun pesan yang akan disampaikan, kemudian memilih metode distribusi yang sesuai. Metode yang dipilih harus sesuai dengan format pesan, kondisi audiens, fasilitas, dan biaya.

4. Pemilihan Dan Penggunaan Media

Media komunikasi memperlancar proses penyampaian informasi atau pesan dari komunikator kepada penerima untuk mencapai tujuan tertentu. Media cetak, tulisan, dan media elektronik hanyalah beberapa dari beberapa jenis media komunikasi.

Pemilihan strategi komunikasi memiliki dampak yang signifikan terhadap efektivitas upaya komunikasi. Di sisi lain, bukan tidak mungkin proses komunikasi akan berdampak negatif jika tidak ada rencana komunikasi yang efektif, sebuah strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya harus dilakukan secara teknis untuk mencapai tujuan. Dengan persiapan dan strategi yang matang, kita dapat dengan cepat memperkenalkan barang dan jasa (Framana & Cindoswari, 2023).

2.1.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penciptaan dan pertukaran informasi dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Komunikasi sangat penting dalam organisasi karena memungkinkan orang untuk berhubungan satu sama lain dan bertukar ide yang dapat meningkatkan pemahaman seseorang tentang pekerjaan atau kehidupan sehari-hari. Untuk membangun hubungan kerja antara karyawan, diperlukan diskusi yang lebih mendalam tentang komunikasi.

Menurut Pace dan Faules (2005), komunikasi organisasi mencakup seluruh proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi, baik formal maupun informal. Dalam konteks PT Bina Cipta Indokarya, komunikasi organisasi tidak hanya berperan dalam penyampaian informasi, tetapi juga dalam menciptakan iklim kerja yang kondusif dan kolaboratif. Oleh karena itu, penting untuk membicarakan komunikasi secara lebih

mendetail untuk meningkatkan hubungan kerja antar karyawan serta antara atasan dan bawahan.

Komunikasi organisasi, seperti yang didefinisikan oleh Gold Haber, yang dikutip menurut Arni Muhammad dalam bukunya komunikasi organisasi, proses pengembangan dan penyebaran pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling berhubungan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang terus berubah (Harahap et al., 2022). Konsep-konsep yang termasuk dalam definisi di atas adalah sebagai berikut (Isnaini, 2018) :

1. Proses

Organisasi adalah struktur yang dinamis dan terbuka di mana para anggotanya menghasilkan dan bertukar pesan. Disebut sebagai proses karena tindakan menciptakan dan mentransfer informasi bersifat konstan dan berkelanjutan.

2. Pesan

Pengelompokan simbol-simbol yang bermakna mengenai individu, benda, dan peristiwa yang dihasilkan dari interaksi dengan orang lain disebut pesan. Komunikasi organisasi mengkaji bagaimana komunikasi diciptakan dan dibagikan dalam sebuah organisasi. Dalam organisasi, pesan dapat dikategorikan berdasarkan beberapa faktor, termasuk bahasa, target audiens, teknik penyebaran, dan aliran tujuan pesan. Pesan verbal dan nonverbal juga dapat dipisahkan dari klasifikasi pesan berdasarkan bahasa. komunikasi verbal dalam bisnis, termasuk pidato, memo, surat, dan diskusi. Sebaliknya, isyarat nonverbal dalam organisasi sebagian besar adalah isyarat yang tidak diekspresikan secara verbal maupun tertulis, seperti bahasa tubuh, sentuhan, intonasi suara, emosi wajah, dan lain-lain.

3. Jaringan

Sekelompok individu membentuk sebuah organisasi, dan setiap individu memegang posisi atau fungsi tertentu di dalam organisasi. Individu-individu ini menggunakan sistem saluran kecil yang dikenal sebagai jaringan komunikasi untuk membuat dan bertukar pesan satu sama lain. Jaringan komunikasi dapat terdiri dari seluruh organisasi, beberapa orang, atau hanya dua orang. Banyak elemen, termasuk

hubungan peran, arah dan aliran pesan, struktur serial dari aliran pesan, dan isi pesan, mempengaruhi sifat dan ruang lingkup jaringan ini.

4. Keadaan saling tergantung

Sebuah organisasi sekarang merupakan sistem terbuka, dengan setiap komponen bergantung pada komponen lainnya. Gangguan pada satu area organisasi akan berdampak pada area lain dan bahkan seluruh sistem.

5. Hubungan

Orang-orang bertanggung jawab atas operasi komponen-komponen ini karena organisasi adalah sistem terbuka yang merupakan sistem eksistensi sosial. Dengan kata lain, orang-orang menghubungkan jaringan yang dilalui pesan-pesan dalam perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang hubungan antarmanusia dalam organisasi yang berkonsentrasi pada gaya komunikasi mereka yang berhubungan.

6. Lingkungan

Istilah “lingkungan” mengacu pada keseluruhan elemen fisik dan sosial yang dipertimbangkan ketika memutuskan bagaimana memperlakukan setiap individu di dalam suatu sistem. Ada dua kategori lingkungan ini: internal dan eksternal. Lingkungan internal mencakup pengelompokan fungsional organisasi, personel (karyawan), dan elemen organisasi lainnya seperti tujuan, output, dan sebagainya. Sebaliknya, lingkungan eksternal organisasi terdiri dari kompetitor, teknologi, leveransir, dan langganan.

7. Ketidakpastian

Informasi yang diantisipasi dan dapat diakses. Sebuah organisasi, misalnya, membutuhkan pengetahuan mengenai hukum dan peraturan yang berdampak pada pembuatan produknya. Organisasi akan lebih percaya diri dalam memproduksi barang mereka sesuai dengan standar pemerintah jika mereka mengetahui hal ini. Namun, mereka akan ragu-ragu untuk membuat barang mereka, terlepas dari apakah barang tersebut memenuhi kriteria yang disyaratkan, jika mereka tidak menerima informasi ini.

2.1.2.1 Saluran Komunikasi Organisasi

Saluran komunikasi formal dan informal adalah dua kategori besar yang dapat membagi pola komunikasi perusahaan.

1. Saluran Komunikasi Formal

Aliran komunikasi yang mengikuti rantai komando struktur organisasi dikenal sebagai saluran informasi formal. Komunikasi dari atas ke bawah, dari bawah ke atas, dan komunikasi horizontal adalah tiga kategori yang termasuk dalam gaya komunikasi formal ini (Hia et al., 2020). Menurut Angelo J. Gonzalez (dalam Pratidina et al., 2024). Komunikasi formal mengacu pada komunikasi dalam struktur organisasi resmi, termasuk memo, laporan, dan pertemuan resmi.

2. Saluran Komunikasi Informal

Informasi disebarkan melalui jalur informal yang tidak mengikuti struktur organisasi yang ada. Saluran komunikasi non-formal memungkinkan para pemain untuk berkomunikasi secara luas karena mereka tidak peduli dengan posisi, pangkat, atau hierarki. Menurut David, Stephen F. Robbin (dalam Pratidina et al., 2024). Komunikasi Tidak Resmi Percakapan di luar jam kerja, pertemuan informal, atau media sosial internal adalah contoh komunikasi yang berlangsung tanpa mengikuti jalur resmi.

2.1.2.2 Arah Komunikasi Organisasi

Aliran dan arah informasi di dalam sebuah organisasi adalah proses yang dinamis. Pesan dibuat, disajikan, dan ditafsirkan secara terus menerus selama proses ini berlangsung. Proses ini terus menerus dan terus berkembang. Berikut arah komunikasi organisasi antara lain:

1. Komunikasi Ke Bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berada di puncak hirarki organisasi dan orang-orang atau kelompok yang berada dibawahnya (Harahap et al., 2022).

2. Komunikasi Ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi dari bawah ke atas dalam sebuah struktur organisasi mengacu pada aliran informasi dari tingkat terendah (pekerja) ke tingkat tertinggi (pemimpin) (Pahlawan & Rahayu, 2020). Karyawan adalah yang pertama kali menyampaikan informasi, yang kemudian diteruskan ke tingkat yang lebih tinggi dan pada akhirnya sampai ke pimpinan.

3. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)

Terdiri dari rekan-rekan di unit kerja yang sama yang saling bertukar informasi. Unit kerja adalah kelompok orang yang memiliki supervisor yang sama dan ditugaskan pada tingkat otoritas yang sama di dalam perusahaan (Hasanti, 2019).

4. Komunikasi Diagonal (*Diagonal Communication*)

Pertukaran informasi dengan orang-orang yang bukan atasan maupun bawahan mereka melintasi batas-batas fungsional.

2.1.3 Strategi Komunikasi Organisasi

Strategi komunikasi merupakan bentuk perencanaan dan manajemen yang digunakan dalam mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi organisasi merupakan pendekatan sistematis untuk mengelola komunikasi dalam organisasi. Menurut Robbins & Judge (2017), strategi komunikasi mencakup penggunaan berbagai saluran komunikasi untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas komunikasi di lingkungan kerja. Menurut Rogers dalam (Abduraffi & Cindoswari, 2023), sebuah rencana yang dirancang untuk menyebarluaskan konsep-konsep baru dan mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih luas disebut strategi komunikasi.

Dalam buku yang berjudul teknik komunikasi efektif menurut R. Wayne Pace, Brent D. Paterson dan M. Dallas Burnet tiga tujuan utama dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut (Asri, 2022) :

1. *To secure understanding*, berarti komunikasi memahami informasi yang didapatnya.

2. *To establish acceptance*, dengan cara inilah penerima pesan harus didorong agar pesan tersebut dikenali sebagai pendekatan yang konstruktif dan dipahami.

3. *To motivate action*, tujuan kegiatan komunikasi adalah untuk mendorong perubahan perilaku.

Dalam organisasi modern seperti PT Bina Cipta Indokarya, penerapan strategi komunikasi yang jelas diperlukan untuk memastikan bahwa informasi yang penting dapat diterima oleh setiap individu secara tepat waktu dan dalam konteks yang benar. Pentingnya strategi bagi organisasi, khususnya di bidang komunikasi, mempengaruhi seberapa baik organisasi dipandang oleh anggotanya dan masyarakat karena semua rencana dan program dieksekusi dengan benar, mengikuti pedoman yang ditetapkan oleh pimpinan untuk kemajuan organisasi atau institusi. Menyadari betapa pentingnya strategi komunikasi bagi pertumbuhan organisasi yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam mencapai tujuan dan misi Lembaga (Fadhli, 2021).

2.1.4 Komunikasi Interpersonal

Individu dapat secara langsung melihat jawaban lisan atau nonverbal satu sama lain melalui komunikasi tatap muka. Hal ini dikenal sebagai komunikasi interpersonal. Bentuk komunikasi yang paling berhasil dalam upaya mengubah sikap, sudut pandang, atau perilaku seseorang adalah komunikasi interpersonal, yang terjadi antara komunikator dan komunikan (Wijaya, 2013).

Harjana (dalam Yuliana & Rahadi, 2021) mengatakan komunikasi interpersonal, juga dikenal sebagai komunikasi antarpribadi, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan ketika dua atau beberapa individu dalam suatu kelompok kecil berkomunikasi secara tatap muka dengan maksud agar penerima pesan dapat menerima pesan secara langsung dan dapat memberikan umpan balik yang cepat. Komunikasi interpersonal di tempat kerja mencakup interaksi antara individu yang terlibat dalam berbagai proses kerja.

DeVito (2016) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan pertukaran informasi yang sifatnya pribadi dan berorientasi pada hubungan. Di PT Bina

Cipta Indokarya, komunikasi interpersonal yang efektif dapat membantu menciptakan hubungan yang harmonis antar karyawan, meningkatkan ko laborasi, dan mengurangi konflik. Salah satu cara penting bagi organisasi untuk mengkomunikasikan pencapaian kinerja dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dalam bisnis adalah melalui komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal penting karena memiliki banyak manfaat, antara lain:

- a. Mempererat hubungan antara dua orang asing yang awalnya tidak saling mengenal dan membina hubungan pribadi yang positif.
- b. Menyampaikan perasaan atau fakta penting yang ingin didengar oleh orang lain.
- c. Memberikan banyak pengaruh, terutama melalui proses mengenal orang lain, yang berfungsi sebagai sarana untuk belajar empati, kepekaan, dan kepedulian terhadap orang lain (sunardiyah et al., 2022).

2.1.4.1 Proses Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi mengacu pada proses-proses yang mencirikan terjadinya kegiatan komunikasi. Proses komunikasi secara sederhana didefinisikan sebagai prosedur yang digunakan pengirim dan penerima pesan untuk berkomunikasi. Komunikasi interpersonal dibagi menjadi dua tahap yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder.

Komunikasi primer merupakan proses penyampaian pikiran dan perasaan dari satu orang ke orang lain dengan menggunakan simbol-simbol media. Sementara itu, komunikasi sekunder adalah penyampaian pesan melalui penggunaan media atau alat sebagai perantara. Karena mengandalkan alat seperti telepon, dokumen, dan pengumuman, maka tidak ada interaksi personal. Komunikasi interpersonal dapat didefinisikan praktik berkomunikasi untuk menyampaikan informasi atau berbagai pikiran atau ide secara timbal balik dan terus-menerus untuk mencapai tujuan bermakna tertentu yang disepakati. Miskomunikasi antara dua individu yang mengabaikan atau mengabaikan protokol komunikasi yang tepat juga dapat mengakibatkan kegagalan komunikasi interpersonal.

Menurut Suranto AW (2011), terdapat langkah-langkah pada proses komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Keinginan Berkomunikasi

Seorang komunikator bersedia menyampaikan pikirannya.

2. Encoding Oleh Komunikator

Proses mengubah pikiran atau ide menjadi kata-kata, simbol, dan elemen lain sehingga komunikator yakin akan pesan yang dibentuk dan dikirim dikenal sebagai encoding (Mawarnafisa, 2023).

3. Penyampaian Pesan

Untuk menyampaikan pesan kepada target penerima, komunikator memilih saluran komunikasi, seperti telepon, email, surat, atau tatap muka. Saluran yang akan digunakan ditentukan oleh fitur pesan, lokasi penerima, media yang tersedia, kebutuhan akan kecepatan pengiriman pesan, dan kualitas komunikator.

4. Penerima Pesan

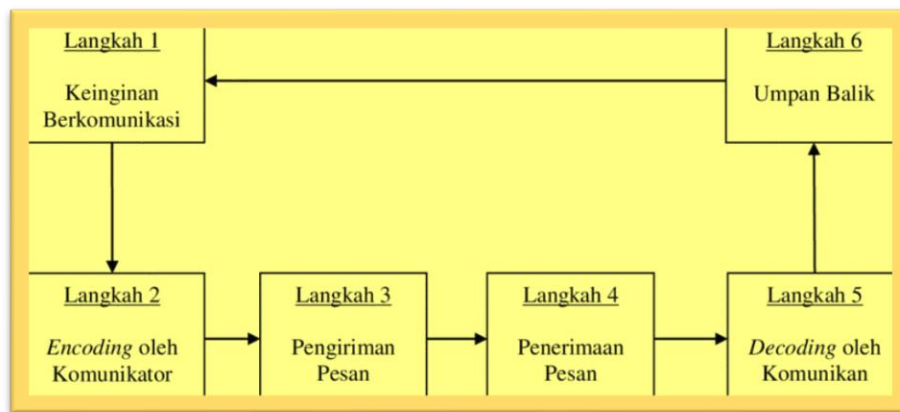
Komunikator menyampaikan pesan, dan penerima menerimanya.

5. Decoding Oleh Komunikan

Decoding adalah proses internal penerima. Indera memberikan penerima berbagai jenis data dalam bentuk “mentah”, seperti kata-kata dan simbol, yang harus diubah menjadi pengalaman yang bermakna. Dengan demikian, decoding mengacu pada proses menafsirkan komunikasi. Jika semuanya berjalan dengan baik, komunikan berhasil menerjemahkan pesan yang diterima dari komunikator, memberikan simbol-simbol tersebut makna yang dimaksudkan oleh komunikator (Anggraini, 2021).

6. Umpan Balik

Komunikan bereaksi atau memberikan kontribusi setelah menerima dan memahami pesan. Komunikator dapat mengevaluasi kemanjuran komunikasi berkat umpan balik ini



Gambar 2. 1 Bagan Proses Komunikasi Interpersonal

(Sumber: Olahan Peneliti, 2016)

Gambar di atas menggambarkan bagaimana komunikasi interpersonal terjadi dalam sebuah siklus. Proses komunikasi bersifat timbal balik, yang memungkinkan komunikator dan komunikan berbagi tanggung jawab.

2.1.4.2 Efektifitas Komunikasi Interpersonal

Devito (1997) menjelaskan pemaparan fitur-fitur umum ini sebagai berikut dalam (Saputra, 2020):

1. Keterbukaan (*Openess*)

Keterbukaan mengacu pada keterbukaan seseorang untuk berbagi dengan orang lain.

- a) Menjadi orang yang mudah didekati oleh lawan bicara merupakan hal yang penting bagi seorang komunikator interpersonal yang baik.
- b) Kesiapan komunikator untuk menanggapi kritik dengan jujur. Seseorang yang pendiam, tidak kritis dan tidak responsif sering kali merupakan pembicara yang tidak menarik.

- c) Hal ini memerlukan “kepemilikan” atas emosi dan pikiran. Mengakui “milik kita” berarti menerima tanggung jawab atas perasaan dan pikiran kita.

2. Empati (*Empathy*)

Menurut Henry Backrack, empati adalah kemampuan untuk memahami apa yang orang lain alami pada suatu waktu, dari sudut pandang orang tersebut.

3. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Sikap yang mendukung, hubungan adalah interaksi interpersonal yang efisien yang saling mendukung. Sikap ini bersifat deskriptif dan tidak strategis, impulsif, atau evaluatif, dan sementara atau tidak pasti.

4. Sikap positif (*Positiveness*)

Sikap positif dapat disampaikan setidaknya dengan dua cara dalam komunikasi interpersonal: pertama, dengan mengekspresikannya dan kedua, dengan memberikan dorongan positif kepada individu yang berinteraksi dengan kita.

5. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan, terlepas dari ketidaksetaraan, akan membuat komunikasi interpersonal menjadi lebih produktif.

2.1.4.3 Sifat-Sifat Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan sifatnya, komunikasi interpersonal terbagi dalam dua kategori yaitu:

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Dua orang yang berkomunikasi secara tatap muka dikenal sebagai komunikasi diadik. Pace menyatakan bahwa ada tiga cara komunikasi diadik dapat dilakukan yaitu:

- a) Percakapan, yaitu terjadi dalam suasana yang bersahabat dan informal.
- b) Dialog, yang berlangsung dalam suasana yang lebih akrab, mendalam, dan individual.
- c) Wawancara yang lebih serius, dengan satu pihak lebih banyak mengajukan pertanyaan dan pihak lainnya menanggapi.

Sifat hubungan individu dalam komunikasi diadik dibagi menjadi dua kategori yaitu: komunikasi diadik tertutup dan komunikasi diadik terbuka. Interogasi atau pemeriksaan adalah jenis komunikasi diadik yang tertutup. Pendekatan yang keras dari pihak yang diinterogasi dalam menanggapi pertanyaan interogator menggambarkan sifat tertutup mereka. Sedangkan komunikasi diadik terbuka seperti antara dokter dan pasien, dokter akan memberikan perawatan kesehatan setelah pasien mengungkapkan keluhannya.

2. Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*)

Adalah metode komunikasi di mana tiga orang atau lebih berinteraksi secara langsung. Komunikasi kelompok kecil umumnya dianggap sebagai jenis komunikasi interpersonal karena: Anggota terlibat dalam percakapan langsung, Percakapan terjadi dalam segmen-segmen di mana semua peserta dapat berbicara dari posisi yang sama dengan kata lain, tidak ada satu percakapan pun yang mendominasi keadaan, Dalam situasi ini, sulit untuk membedakan sumber dan penerima karena semua anggota dapat bertindak sebagai sumber dan penerima. Akibatnya, dampaknya dapat bervariasi. Misalnya, A dapat dipengaruhi oleh B, sementara C dapat mempengaruhi B. Teknik komunikasi ini umumnya diamati dalam kelompok belajar dan diskusi (Sumarto, 2012).

2.1.4.4 Optimalisasi Komunikasi Interpersonal

Kunci utama kesuksesan organisasi adalah komunikasi interpersonal yang efektif. Optimalisasi komunikasi interpersonal di organisasi dapat dicapai melalui implementasi strategi komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan individu dan kelompok dalam organisasi. Strategi ini mencakup peningkatan keterampilan komunikasi antar individu, penggunaan saluran komunikasi yang tepat, dan pengembangan budaya komunikasi terbuka (Goldhaber, 1993). Menurut Robbins dan Judge (2017), komunikasi interpersonal yang efektif mendorong pengembangan hubungan yang lebih baik di dalam perusahaan selain meningkatkan produktivitas kerja. Di PT Bina Cipta Indokarya, pemimpin organisasi harus mengembangkan

strategi komunikasi yang tidak hanya fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga mendukung interaksi interpersonal yang efektif di antara karyawan.

Model komunikasi interpersonal yang relevan dalam konteks penelitian ini termasuk model dua arah (Barnlund, 1970), yang menekankan pentingnya umpan balik dalam komunikasi interpersonal. Interaksi antara pengirim dan penerima pesan dalam model ini bersifat dinamis, dan keberhasilan komunikasi tergantung pada bagaimana kedua belah pihak mampu menyampaikan dan menerima pesan dengan baik. Komunikasi dua arah dapat dilakukan secara vertikal maupun horizontal, tergantung pada posisi komunikator (usia, pangkat, dan jabatan). Sama halnya dengan komunikasi yang terjadi antara pendidik dan peserta didik, hal ini dikenal sebagai komunikasi dua arah vertikal. Komunikasi dua arah horizontal adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan komunikasi yang terjadi antara individu yang memiliki posisi yang sama. Penggunaan model komunikasi dua arah ini dalam strategi komunikasi organisasi di PT Bina Cipta Indokarya dapat membantu memperkuat hubungan interpersonal dan meningkatkan efektivitas kerja tim (Muslim et al., 2022).

Mengoptimalkan komunikasi interpersonal dianggap sebagai hal yang krusial di PT Bina Cipta Indokarya dalam rangka meningkatkan produktivitas, memperkuat ikatan di antara rekan kerja, dan membangun budaya perusahaan yang positif dan produktif. Berdasarkan hal tersebut di atas, beberapa strategi dapat digunakan untuk memaksimalkan komunikasi interpersonal di dalam perusahaan.

1. Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Antar Individu

Pelatihan keterampilan komunikasi interpersonal sangat penting bagi PT Bina Cipta Indokarya untuk mengatasi tantangan seperti latar belakang staf dan perbedaan budaya. Pelajaran ini dapat mencakup:

- a) Kapasitas untuk mendengarkan dengan penuh perhatian.
Tekankan pentingnya mendengarkan secara aktif agar anak-anak dapat memahami materi dan memberikan respon yang tepat.
- b) Manajemen Konflik.

Metode untuk mengelola dan menyelesaikan konflik tanpa merusak hubungan interpersonal.

- c) Kejelasan Komunikasi Untuk menghindari kesalahpahaman, informasi dan instruksi harus disampaikan dengan cara yang teratur dan mudah dimengerti.

2. Menggunakan Model Komunikasi Dua Arah

Salah satu strategi yang paling penting adalah strategi komunikasi dua arah yang memprioritaskan umpan balik. Hal ini karyawan untuk :

- a) Menawarkan saran untuk pedoman atau kebijakan.
- b) Mengkomunikasikan masalah atau rekomendasi secara langsung kepada manajemen.
- c) Rasa kepemilikan yang lebih besar atas tujuan organisasi sebagai hasil dari perasaan berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi.

3. Penggunaan Teknologi Komunikasi

Di era digital, komunikasi dapat dipercepat dengan menggunakan platform seperti email, WhatsApp, dan lainnya. Namun, sangat penting untuk:

- a) Menjaga keseimbangan antara komunikasi tatap muka dan komunikasi virtual untuk mendorong pengembangan ikatan interpersonal yang kuat.
- b) Ciptakan sistem komunikasi yang efektif dengan membuat pedoman penggunaan teknologi untuk mencegah kesalahpahaman.

4. Pengembangan Budaya Komunikasi Terbuka

Mengembangkan budaya keterbukaan dan transparansi antara atasan dan bawahan serta di antara rekan kerja membantu menciptakan tempat kerja yang produktif. Strategi ini meliputi:

- a) Pekerja dapat menyuarakan pendapat atau kekhawatiran mereka tanpa khawatir dihakimi.
- b) Interaksi lintas departemen atau tim dilakukan untuk meningkatkan hubungan kerja.

5. Pemimpin yang Hebat

Para pemimpin sangat penting dalam membina lingkungan yang mendorong komunikasi yang efektif. Pemimpin memiliki peran penting dalam mendorong komunikasi interpersonal yang efektif di dalam organisasi. Menurut Yukl (2013), pemimpin yang efektif adalah mereka yang mampu menggunakan komunikasi interpersonal sebagai alat untuk memotivasi dan membangun hubungan yang positif di antara anggota tim. Di PT Bina Cipta Indokarya, peran pemimpin dalam memfasilitasi komunikasi interpersonal yang baik dapat berdampak langsung pada kinerja tim dan pencapaian tujuan organisasi.

Yang harus dilakukan oleh pemimpin sebagai berikut :

- a) Memberikan contoh interaksi yang baik, mudah dipahami, dan dengan penuh empati.
- b) Memotivasi karyawan seperti memberikan pujian atau kritik yang bermanfaat

Ada beberapa keuntungan yang didapatkan oleh organisasi ketika komunikasi interpersonal optimal dilakukan antara lain:

1. Meningkatkan Produktivitas Kerja
2. Meningkatkan Kepuasan Karyawan
3. Penguatan Kerjasama Tim.

2.1.5 Teori Kendali Organisasi

Teori ini dikembangkan oleh Philip Tompkins dan George Cheney, yang menggunakannya untuk membangun metode komunikasi organisasi yang baru dan praktis. Teori Tompkins dan Cheney tentang kontrol organisasi merupakan bagian dari kelompok tradisi sosiokultural yang menekankan pada makna umum dan proses interpretasi yang muncul dalam jaringan dan konsekuensi dari bagaimana jaringan tersebut diatur dalam kehidupan organisasi (Prabowo, 2019).

Teori pengendalian organisasi berkaitan dengan pengendalian internal organisasi, yaitu bagaimana para anggotanya dapat mematuhi arahan, peraturan, atau instruksi pemimpin. Dalam situasi ini, pimpinan perusahaan akan menyampaikan

kekuasaannya melalui peraturan tertulis atau tidak tertulis yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengendalian organisasi didasarkan pada penerapan aturan dari pimpinan perusahaan. Pemanfaatan hubungan interpersonal dan kerja sama tim sebagai teknik pengendalian merupakan strategi pengendalian yang paling menarik menurut Tompkins dan Cheney. Ini adalah jenis pengendalian yang paling mudah karena didasarkan pada realitas dan nilai bersama. Teori Kontrol Tompkins dan Cheney merupakan fondasi penting dalam mengelola bisnis, khususnya dalam mengendalikan perilaku karyawan. Perusahaan dapat memastikan kepatuhan karyawan terhadap peraturan dan proses serta mencapai tujuan secara lebih efisien dengan menggunakan empat cara utamanya (D. Yudhistira et al., 2024).

Menurut Novianti, (2019) dalam (Andhita et al., 2021) Ada empat metode yang digunakan dalam organisasi untuk melakukan pengendalian:

1. Kendali Sederhana (*Simple Control*)

Kontrol yang menggunakan kekuasaan secara langsung dan terbuka. Seperti memberikan perintah atau benar-benar menjalankan otoritas.

2. Kendali Teknis (*Technical Control*)

Kontrol yang menggunakan teknologi atau peralatan. Kontrol untuk membatasi instrumen yang dapat digunakan oleh anggota organisasi. Karyawan berada di bawah kendali teknis, misalnya, jika mereka diberikan ponsel dan diminta untuk menggunakannya untuk bekerja. Misalnya, Anda dapat menghubungi mereka melalui ponsel tersebut kapan saja sepanjang hari (Sustanino & Lestari, 2020).

3. Kendali Birokrasi (*Bureaucratic Control*)

Kontrol berupa prosedur organisasi dan peraturan formal. Misalnya, jam kerja perusahaan ditetapkan pada pukul 8:00 WIB, dan seragam harus dikenakan sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan. Contoh lainnya seperti : harus ada tahapan dan birokrasi yang dilalui saat perusahaan merekrut pekerja baru.

4. Kendali Konsertif (*Concertive Control*)

Konsertif menggunakan kerja sama tim dan interaksi interpersonal untuk memberikan pengaruh dalam organisasi. Menurut Tompkins dan Cheney, dalam organisasi pengendalian yang tegas, apresiasi yang mendalam terhadap misi organisasi dan kesadaran akan nilai-nilai yang dianut bersama, tujuan, dan metode pencapaian pada dasarnya menggantikan aturan dan regulasi yang dinyatakan dengan jelas. Organisasi menggunakan berbagai strategi untuk menangani banyak identitas, salah satunya adalah kontrol konsertif. Akibatnya, organisasi harus dapat membuat orang-orang dengan kepentingan yang berbeda untuk mengidentifikasi diri mereka dengan cara yang sama (Rini et al., 2023).

Kontrol konservatif adalah bentuk pemaksaan atau “disiplin” yang menggunakan otoritas untuk menegakkan konsistensi dan ketertiban. Meskipun tidak dipaksakan dari luar sistem, kekuasaan tidak dapat dihindari dan selalu ada. Sebaliknya, hubungan yang berbeda yang terjadi di dalam organisasi adalah yang selalu menciptakan kekuasaan. Berdasarkan penjelasan ini, peneliti menyimpulkan bahwa kontrol dilakukan di dalam organisasi di antara para personelnnya. Kontrol ini diterapkan dalam hal komunikasi, dan biasanya dilakukan melalui interaksi interpersonal. Kontrol ini didasarkan pada cita-cita dan fakta yang sama. Tujuan dari pengendalian ini adalah untuk membangun disiplin dalam organisasi. Metode berikut ini dapat digunakan untuk membangun disiplin:

a) Cara Tersamar

Disiplin tidak perlu eksplisit atau disengaja; disiplin dapat muncul dari kegiatan sehari-hari dalam perusahaan. Prinsip utama metode ini adalah bahwa anggota organisasi harus terlibat dalam kegiatan komunikasi organisasi yang berkelanjutan, berulang, dan konsisten. Contohnya : Dalam rapat, selalu berkomunikasi secara aktif (Hatta, 2022).

b) Cara Kerja Sama

Untuk menegakkan disiplin, semua anggota organisasi bekerja sama. Anggota organisasi memastikan bahwa kegiatan operasionalnya dilakukan secara teratur

dengan mempertahankan standar disiplin. Contohnya : Bekerja sama menyukseskan kegiatan ulang tahun perusahaan.

c) Hubungan Sosial

Hubungan sosial adalah hubungan dalam organisasi yang melakukan sesuatu yang mendarah daging dalam organisasi, termasuk memutuskan bahasa apa yang pantas dan tidak pantas untuk digunakan dalam pertemuan verbal atau nonverbal atau ketika memutuskan apa yang akan didiskusikan. Contohnya : Anggota organisasi menggunakan Facebook, Instagram, WA, dan grup-grup lain untuk bertukar informasi dan berkomunikasi (Hatta, 2022).

d) Motivasi

Alat pengawasan yang baik yang memotivasi para pelaku organisasi untuk melakukan hal-hal yang paling sederhana untuk memotivasi anggota organisasi agar bertindak atas inisiatif mereka sendiri dan bukan karena paksaan. Pengambilan keputusan organisasi, menurut Tompkins dan Cheney, mengikuti pola silogistik di mana para pelaku menarik kesimpulan secara deduktif dari premis dasar dan mendasarkan keputusan mereka pada premis tersebut.

Untuk memaksimalkan komunikasi interpersonal karyawan di PT Bina Cipta Indokarya, strategi komunikasi organisasi dianalisis dengan menggunakan teori kendali organisasi.

1. Kontrol Konsertif untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal.

Kontrol Konsertif, seperti yang didefinisikan oleh teori kendali organisasi, adalah jenis kontrol yang dihasilkan dari kesepakatan, norma, dan nilai-nilai bersama di antara anggota organisasi (Babys & Prabowo, 2022). Menurut penelitian ini, kontrol konsertif sangat penting karena dapat meningkatkan hubungan di antara rekan kerja dan menumbuhkan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif. Sistem pertemanan atau program bimbingan, misalnya, memungkinkan anggota staf untuk saling membantu dan menumbuhkan rasa kebersamaan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan komunikasi interpersonal yang baik dan sukses.

2. Menggabungkan Interaksi Langsung dengan Kontrol Teknis.

Kontrol teknis juga didefinisikan oleh teori sebagai penggunaan alat dan teknologi untuk merencanakan komunikasi dan pekerjaan. Penelitian ini akan melihat bagaimana PT Bina Cipta Indokarya menggunakan platform digital dan aplikasi chatting sebagai alat komunikasi untuk membantu koordinasi. Untuk memastikan bahwa komunikasi tetap manusiawi dan tidak terasa seperti robot, teori ini berpendapat bahwa kontrol teknologi harus diimbangi dengan keterlibatan langsung, seperti pertemuan tatap muka. Oleh karena itu, rencana komunikasi yang menggabungkan kedua elemen ini akan menjadi efektif (Sustanino & Lestari, 2020).

3. Pelatihan Komunikasi Organisasi Berdasarkan Nilai-nilai.

Perilaku karyawan sebagian besar dikendalikan oleh aturan dan proses formal, menurut teori kontrol birokrasi. Penelitian ini akan meneliti pentingnya pelatihan komunikasi yang menanamkan nilai-nilai organisasi, untuk membuat komunikasi menjadi tidak terlalu formal dan tidak kaku. Melalui pelatihan ini, anggota staf dapat bekerja secara efisien dan memahami visi dan tujuan perusahaan selain mengikuti aturan (Hatta, 2022).

4. Mekanisme umpan balik untuk meningkatkan kontrol yang konsisten.

Komunikasi dua arah juga sangat penting, menurut teori pengendalian organisasi, untuk mencegah pengendalian menjadi jenis pengawasan yang tidak baik. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai bagaimana PT Bina Cipta Indokarya memberikan karyawannya cara untuk menyuarakan pendapat mereka melalui survei dan diskusi kelompok. Untuk mempertahankan hubungan kerja yang positif dan memodifikasi taktik komunikasi, organisasi membutuhkan mekanisme umpan balik ini (Babys & Prabowo, 2022).

5. Teknik Pengumpulan dan Interpretasi Data.

Penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik untuk menilai bagaimana berbagai bentuk kontrol organisasi mempengaruhi komunikasi interpersonal. Frekuensi kolaborasi karyawan akan diamati secara langsung (observasi), survei akan digunakan untuk mengukur kepuasan karyawan terhadap penggunaan teknologi

komunikasi, dan audit terhadap dokumen perusahaan akan digunakan untuk menilai kepatuhan terhadap protokol komunikasi formal (Sustanino & Lestari, 2020). Metode ini berusaha untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara komunikasi interpersonal dan pengendalian organisasi di PT Bina Cipta Indokarya.

Peneliti menganggap teori kendali ini sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana proses strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

2.1.6 Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Optimalisasi Komunikasi Interpersonal

Dalam komunikasi interpersonal terdapat faktor pendukung yang berperan dalam mengoptimalkan efektivitas berkomunikasi dan juga faktor penghambat yang bisa mempengaruhi kualitas dan kelancaran interaksi.

2.1.6.1 Faktor Pendukung Optimalisasi Komunikasi Interpersonal

Kualitas komunikasi mempengaruhi elemen-elemen yang dapat membantu meningkatkan hubungan interpersonal. Sejumlah aspek penting yang saling berhubungan memiliki dampak yang signifikan terhadap optimalisasi komunikasi interpersonal. Faktor-faktor berikut ini mendukung optimalisasi komunikasi interpersonal antara lain:

1. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan adalah kemampuan untuk merespons secara positif informasi yang diterima dalam hubungan interpersonal. Kualitas keterbukaan mencakup setidaknya tiga dimensi komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang baik harus terbuka kepada mereka yang berkomunikasi dengannya. Kedua, Kesiediaan komunikator untuk merespons secara jujur dalam menerima rangsangan. Ketiga adalah “kepemilikan” atas perasaan dan pikiran. Dalam konteks ini, bersikap terbuka berarti menerima tanggung jawab atas pikiran dan perasaan anda sendiri dan mengakui bahwa itu adalah milik anda sendiri (Sidiq, 2024).

2. Empati (*Empathy*)

Ikut mengalami apa yang dialami orang lain sambil mempertahankan kepribadian sendiri. Empati memungkinkan kita untuk memahami pengalaman emosional dan intelektual orang lain. Empati harus diungkapkan agar lawan bicara kita tahu bahwa kita berempati kepada mereka. Hal ini akan meningkatkan efektivitas komunikasi (Rauf, 2023).

3. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Saling mendukung sangat penting karena akan membantu memecahkan masalah, mengubah perilaku, dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mengkomunikasikan emosi (Patriana, 2014)

Dukungan untuk komunikasi interpersonal melibatkan empat aspek dalam (Barseli et al., 2019):

a) *Descriptiveness*

Nuansa dukungan akan muncul jika proses komunikasi bersifat deskriptif dan bukan evaluatif, serta lebih cair dan bukan kaku. Saat menyampaikan pesan, gunakan bahasa deskriptif tanpa menghakimi.

b) *Spontaneity*

Individu yang berbicara secara spontan menunjukkan pandangan ke depan dan unggul dalam mengekspresikan ide-ide mereka.

c) *Provisionalism*

Menjadi profesional berarti berpikiran terbuka, bersedia menerima perspektif orang lain. Tunjukkan kesediaan untuk mendengarkan dan memodifikasi pendapat sesuai kebutuhan

d) Dukungan tak terucap dalam bentuk gerakan seperti mengangguk, mengedipkan mata, dan tersenyum.

4. Sikap Positif (*Positiveness*)

Sikap positif berarti mengekspresikan pikiran yang menyenangkan bagi pribadi dan orang lain. Sikap positif mendorong keterlibatan aktif dan menumbuhkan lingkungan yang positif dan konstruktif untuk komunikasi. Sikap dan perilaku yang positif merupakan contoh dari sikap positif. Istilah “sikap” mengacu pada orang-orang yang terlibat dalam interaksi interpersonal memiliki perasaan dan pikiran yang baik dari pada prasangka dan ketidakpercayaan. dalam bentuk perilaku berarti tindakan yang dipilih terkait dengan tujuan komunikasi interpersonal, yaitu melakukan kegiatan yang membangun kolaborasi. Menghargai orang lain, berpikir positif tentang orang lain, tidak terlalu curiga, percaya akan pentingnya orang lain, mengungkapkan pujian dan terima kasih, dan berkomitmen untuk bekerja sama adalah contoh-contoh sikap positif (Normasari, 2016).

5. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan dalam komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai rasa hormat timbal balik, yang mengasumsikan bahwa setiap individu memiliki nilai dan sesuatu yang signifikan untuk disumbangkan. Tidak ada pihak yang merasa lebih tinggi atau lebih rendah. Kesetaraan adalah kesadaran bahwa setiap pihak saling menguntungkan, menghargai, dan bergantung pada pihak lain. Kesetaraan dalam komunikasi interpersonal mengacu pada perilaku pembina yang menghargai setiap anggota sebagai individu yang penting dalam setiap interaksi. Komunikasi interpersonal akan lebih efektif jika lingkungan dalam pertemuan itu seimbang. Partisipasi anggota akan meningkat sebagai hasil dari komunikasi yang setara, karena mereka tidak lagi merasa malu atau ragu-ragu ketika berbicara (A. F. Rahman & Natsir, 2024).

6. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan dalam konteks variabel pendukung untuk meningkatkan komunikasi interpersonal adalah fondasi utama agar interaksi interpersonal dapat berfungsi secara efektif, sehat, dan produktif. Kepercayaan tidak dapat dibangun dalam

sekejap namun kepercayaan harus dibangun melalui kebiasaan dan konsistensi dalam pertemuan komunikasi sehari-hari (Batoebara, 2018). Kepercayaan adalah komponen penting dalam meningkatkan komunikasi interpersonal karena memungkinkan terjadinya percakapan yang terbuka, jujur, dan empatik. Konsistensi, mendengarkan secara aktif, empati, dukungan, keterbukaan, dan kesabaran, semuanya membantu membangun kepercayaan. Kepercayaan yang kuat meningkatkan interaksi interpersonal dan mengurangi konflik.

7. Keterampilan Non Verbal

Komunikasi nonverbal didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi nonverbal memiliki fungsi yang sama untuk menyampaikan emosi, memperkuat kata-kata verbal, dan membuat kesan melalui bahasa tubuh. Gerak-gerik, ekspresi wajah, kontak mata, intonasi vokal, dan posisi tubuh adalah contoh karakteristik komunikasi nonverbal. Senyuman, misalnya, dapat menunjukkan keramahan, namun nada suara yang tegas dapat menyoroti maksud pesan. Komunikasi nonverbal juga berguna untuk memperkuat, melengkapi, atau memodifikasi makna informasi verbal (Aswaruddin, Halawa, et al., 2025).

8. Pengelolaan Konflik Yang Bijak

Pemecahan konflik yang efektif adalah aspek kunci dalam meningkatkan komunikasi interpersonal. Menurut penelitian, keterampilan pemecahan konflik yang efektif seperti mendengarkan secara aktif, memberikan solusi, dan menghindari sikap defensif dapat membantu menjaga hubungan interpersonal yang menyenangkan dan produktif. Kemampuan-kemampuan ini membantu mengurangi stres dan meningkatkan kepercayaan di antara orang-orang.

9. Evaluasi Dan Peningkatan Diri

Evaluasi dan peningkatan diri dalam komunikasi interpersonal adalah proses reflektif yang memerlukan pemeriksaan konsep diri dan kesadaran diri sendiri. Teknik ini memungkinkan orang untuk mengenali dan memperbaiki kekurangan komunikasi,

membuat komunikasi interpersonal lebih efektif dan optimal. Penelitian empiris menunjukkan bahwa semakin baik penilaian dan peningkatan diri seseorang, semakin tinggi tingkat komunikasi interpersonalnya.

2.1.6.2 Faktor Penghambat Optimalisasi Komunikasi Interpersonal

Ada berbagai faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan komunikasi interpersonal, oleh karena itu sangat penting untuk mengenali dan mengelolanya agar komunikasi berjalan optimal. Faktor-faktor berikut ini yang menghambat optimalisasi komunikasi interpersonal antara lain:

1. Hambatan Semantik

Hambatan semantik terjadi selama proses komunikasi berlangsung, yaitu kesulitan untuk memahami isi informasi yang disampaikan, sehingga terjadi perbedaan atau kesalahan persepsi antara dua orang yang berkomunikasi (G. A. Yudhistira & Trihastuti, 2023). Hambatan ini muncul akibat perbedaan pemahaman akan makna kata, konsep, atau bahasa yang digunakan dalam komunikasi. Kesalahan dalam menafsirkan pesan, penggunaan bahasa yang terlalu rumit, frasa asing, atau singkatan yang tidak dimengerti dapat mengakibatkan pesan tidak tersampaikan dengan baik dan terjadi kesalahpahaman antara komunikator dan komunikan.

2. Hambatan Psikologis

Hambatan psikososial merupakan rintangan yang paling kuat dalam komunikasi interpersonal karena kondisi emosional seseorang dapat mempengaruhi apakah pesan yang dikirimkan oleh pengirim dapat diterima dengan benar oleh penerima sesuai dengan maksud yang ingin disampaikan (Aswaruddin, Simangunsong, et al., 2025).

3. Hambatan Teknis

Rintangan ini terkait dengan gangguan pada media atau alat komunikasi, seperti jaringan internet yang buruk, kebisingan lingkungan, atau kerusakan alat komunikasi. Akibatnya, pesan yang diterima bisa jadi tidak lengkap atau ambigu Yudhistira & Trihastuti (2023).

4. Hambatan Fisik

Gangguan lingkungan atau kondisi fisik yang menghambat komunikasi disebut sebagai hambatan fisik. Keadaan lingkungan yang tidak mendukung, kebisingan, jarak, dan gangguan sensorik seperti gangguan pendengaran adalah beberapa contohnya. Hambatan fisik juga terjadi dalam komunikasi online atau komunikasi jarak jauh karena ekspresi wajah dan bahasa tubuh tidak ada, yang sering kali membantu dalam klarifikasi pesan Yudhistira & Trihastuti (2023).

5. Hambatan Sosial Dan Budaya

Ketika orang-orang yang terlibat berasal dari latar belakang sosial atau budaya yang berbeda. Perbedaan dalam konvensi sosial, praktik, dan nilai-nilai budaya dapat menyebabkan miskomunikasi dan bahkan konflik. Sebagai contoh, cara seseorang menunjukkan rasa hormat atau berinteraksi dengan orang lain berbeda-beda di antara berbagai budaya, dan jika perbedaan ini tidak dikenali, hal ini dapat menyebabkan ketegangan atau kesalahpahaman. Kesulitan bahasa, serta hambatan budaya, menjadi salah satu tantangan paling signifikan dalam kontak interpersonal lintas budaya. Ketika semua pihak tidak sepenuhnya memahami bahasa yang digunakan, pesan yang disampaikan dapat disalahartikan (Cahaya, 2024).

6. Komunikasi Satu Arah Tanpa Adanya Umpan Balik

Ketika pengirim mengirim sesuatu dan penerima tidak membalas atau bereaksi. Komunikasi yang bersifat satu arah Hilangnya kesempatan bagi komunikan untuk meminta klarifikasi atas hal-hal yang belum dimengerti karena komunikasi hanya mengalir satu arah dari awal hingga akhir (Islamiah, 2022).

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk menulis penelitian yang lebih terfokus, Penulis meninjau penelitian sebelumnya untuk mengembangkan artikel penelitian yang lebih terarah. Ada beberapa kesamaan antara penelitian ini dengan beberapa penelitian tersebut, tetapi ada juga beberapa perbedaan yaitu antara lain:

Farhan Yanuar Hardiyanto dan Tri Yulistyarani. Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan).

Pendekatan analisis metodologi penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Wawancara, dokumentasi, dan observasi adalah beberapa pendekatan pengumpulan data yang digunakan. Hasil temuan menunjukkan bahwa PT Tirta Investama (DC Kawasan) menguat motivasi karyawan melalui komunikasi organisasi dengan membagikan tujuan perusahaan dan melaporkan pencapaian, serta dengan memanfaatkan berbagai media. Fasilitas pendukung yang melindungi hak-hak karyawan juga di tawarkan termasuk klinik, BPJS, asuransi kesehatan, bonus tahunan dan fasilitas olahraga.

Persamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian berikutnya adalah penggunaan metodologi kualitatif untuk mengkaji yaktik komunikasi organisasi. Pembeda antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terfokus pada peningkatan motivasi kerja di PT Tirta Investama, berbeda dengan penelitian yang akan digunakan memiliki fokus pada pengoptimalisasian komunikasi antarpribadi karyawan di PT Bina Cipta Indokarya.

Ispawati Asri. Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI.

Penelitian ini mengkaji tentang gagasan komunikasi organisasi, taktik dan prosedur komunikasi dipelajari menggunakan paradigma konstruktivisme, metodologi penelitian kualitatif, penelitian deskriptif, dan pendekatan penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian dan pendekatan komunikasi organisasi Pusdiklat Kementerian Agama yang menggunakan penyampaian pesan secara berurutan dan simultan untuk meningkatkan

semangat kerja selama pandemi COVID-19 sudah mapan. Cara penyebaran komunikasi ini disesuaikan dengan informasi yang dikandungnya. Supervisor akan menggunakan pengetahuan secara bersamaan jika bersifat umum, jika bersifat khusus dan perlu dikomunikasikan secara mendalam dan terperinci, maka akan dikomunikasikan secara berurutan.

Penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan memiliki kesamaan dalam metodologi penelitian penelitian kualitatif dan pembahasan strategi komunikasi organisasi. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian, penelitian terdahulu berfokus pada teknik komunikasi organisasi untuk meningkatkan dalam membangun semangat staf selama pandemi COVID-19, sementara itu yang menjadi subjek penelitian yang akan dilakukan dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan di dalam sebuah perusahaan PT Bina Cipta Indokarya.

Sri Putri Atalia, Ahdan.S, Zelfia Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mengoptimalkan Ketatalaksanaan Pada PT. Pelindo Regional 4 (Persero).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi dan kunjungan ke pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi organisasi PT Pelindo Regional 4 (Persero) telah efektif dalam memaksimalkan manajemen, dan anggota staf terus meningkatkan permainan mereka dengan menyempurnakan rencana. Teknik strategi komunikasi dapat meningkatkan produktivitas manajemen kerja.

Pemanfaatan metodologi penelitian kualitatif dan pembahasan strategi komunikasi organisasi adalah dua area dimana penelitian yang direncanakan dan penelitian sebelumnya serupa. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian yaitu penelitian sebelumnya yang berfokus mengoptimalkan ketatalaksanaan pada PT. Pelindo Regional 4 (Persero), sedangkan

penelitian yang akan dilakukan berfokus dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

Ni Putu Laksmi Krisnina Maharani, Putu Renata Priyandari, Ida Ayu Kartika Indrawan. Strategi Optimalisasi Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal Di Kalangan Gen Z Dalam Pembangunan Menuju Era Industri 5.0.

Pada penelitian ini memakai studi literatur. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca jurnal, buku, mengumpulkan data pustaka dan mencatat. Hasil penelitian ini menunjukkan sejumlah variabel diidentifikasi sebagai penghambat kemampuan generasi Z untuk memaksimalkan potensi diri mereka dalam hal komunikasi intrapersonal dan interpersonal. Baik elemen internal maupun eksternal dapat mengoptimalkan potensi diri Generasi Z; perkembangan, nilai-nilai pribadi, dan opini yang berlebihan merupakan contoh faktor eksternal. Perkembangan, latar belakang sosial, budaya, gender, pengetahuan, emosi, dan nilai-nilai pribadi adalah contoh variabel eksternal. pengetahuan, gender, budaya, dan lingkungan sekitar. Kurangnya kepercayaan pada diri sendiri atau orang lain, serta kecenderungan untuk menutup diri dan terlalu mempertahankan pandangan sendiri, juga merupakan penyebab internal. Ada beberapa cara untuk memaksimalkan komunikasi intrapersonal dan interpersonal selain mengatasi hambatan. Langkah pertama yang harus perlu diselesaikan adalah mengumpulkan data analitis, menganalisis komponen komunikasi, berpikir kritis, penetapan tujuan, serta struktur dan teknik komunikasi. Beberapa taktik, seperti strategi berbasis lingkungan, strategi perencanaan, dan strategi partisipasi, dapat digunakan untuk mendukung tahap pertama dalam mengoptimalkan komunikasi intrapersonal dan interpersonal.

Optimalisasi komunikasi interpersonal merupakan bidang yang menjadi kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Metode penelitian yang digunakan membedakan penelitian sebelumnya metode studi

pustakaan sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

April Laksana, Noerma Kurnia Fajarwati. Strategi Komunikasi Organisasi Serikat Pekerja Nasional Pt. Parkland World Indonesia Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan (Studi Kasus Di Pt. Parkland World Indonesia).

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Wawancara digunakan untuk memperoleh data primer dan data sekunder melalui dokumentasi dan tinjauan pustaka. Hasil yang didapatkan penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi organisasi PT Pelindo Regional 4 (Persero) telah efektif dalam memaksimalkan manajemen, dan anggota staf terus meningkatkan permainan mereka dengan menyempurnakan rencana. Teknik strategi komunikasi dapat meningkatkan produktivitas manajemen kerja.

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian selanjutnya adalah penggunaan metodologi penelitian kualitatif dengan membahas strategi komunikasi organisasi. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian selanjutnya yaitu penelitian sebelumnya yang berfokus mengoptimalkan ketatalaksanaan pada PT. Pelindo Regional 4 (Persero), sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

Muhammad Farizi Almubaroq. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Konflik Kerja Pada Badan Pertahanan Nasional (BPN) Kabupaten Malang.

Pendekatan kuantitatif eksplanatori digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan konflik kerja memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, komunikasi interpersonal memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, komunikasi interpersonal memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap

konflik kerja, dan komunikasi interpersonal secara tidak langsung mempengaruhi kinerja karyawan melalui konflik kerja, sesuai dengan temuan penelitian.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya yaitu kajian komunikasi interpersonal karyawan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya yaitu pada metodologi penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif ekplanatif di Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kabupaten Malang, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan metode kualitatif deskriptif di PT Bina Cipta Indokarya.

Virda Ghesela Rexady, Puji Lestari, Prayudi. Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Gaya Kepemimpinan Melalui Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji sobel penelitian ini beserta nilai z hitung dalam uji sobel $> z$ tabel menunjukkan bahwa Teori Empat Sistem yang diuji pada karyawan KUD Minanga Ogan, mengindikasikan bahwa motivasi kerja memediasi dampak gaya kepemimpinan dan komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan. Temuan penelitian ini membantu KUD Minanga Ogan dalam bidang gaya kepemimpinan, motivasi kerja, dan komunikasi interpersonal, yang kesemuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan lembaga untuk memenuhi tujuannya.

Hubungan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang adalah untuk mengeksplorasi komunikasi interpersonal karyawan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sebelumnya yaitu metodologi penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dan berfokus pada pengaruh komunikasi interpersonal dan gaya kepemimpinan melalui motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan

metodologi penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan.

Olih Solihin, Djuara Pangihutan Lubis, Pudji Muljono, Siti Amanah. Interpersonal Communication Approach In Addressing TB Stigma In Bandung City.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metodologi studi kasus. Wawancara mendalam, observasi, dan tinjauan literatur digunakan untuk mengumpulkan data. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan yayasan terjang menggunakan lima sikap positif - keterbukaan, empati, optimisme, kesetaraan, dan dukungan - dalam strategi komunikasi interpersonal mereka untuk melawan stigma terhadap pasien TB.

Sudut pandang ini membantu menciptakan suasana yang menghilangkan stigma negatif yang melekat pada TBC. Untuk mengatasi stigma, menumbuhkan empati dan pengertian, serta menyebarkan informasi faktual, komunikasi harus dilakukan secara terus menerus dan sering. Dua sikap positif utama yang sering ditampilkan dalam komunikasi adalah empati dan kesetaraan.

Penggunaan metodologi penelitian kualitatif adalah metode yang sama digunakan dalam penelitian. Penelitian yang akan dilakukan akan difokuskan pada objek PT Bina Cipta Indokarya di kota Batam, sedangkan penelitian sebelumnya difokuskan pada objek stigma TB di Kota Bandung. Disinilah kedua penelitian tersebut berbeda.

Fina Sunardiyah, Pawito, Albert Muhammad Isrun Naini. Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kampanye Social Media, Dan Citra Organisasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bea Cukai Surakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu purposive sampling. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data. Hasil penelitian ini menunjukkan

kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh citra organisasi, yang juga memiliki kapasitas untuk memediasi interaksi antara kampanye media sosial dan komunikasi antar manusia. Kontribusi penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran media sosial dan kontak manusia berdampak pada kepuasan pelanggan dan citra organisasi. Temuan penelitian ini, yang mendukung kantor bea dan cukai melalui komunikasi interpersonal, citra organisasi, dan kampanye media sosial, akan secara signifikan mempengaruhi kemampuan institusi untuk memenuhi tujuannya dalam mengurangi penagihan bea dan cukai. Hal ini sangat penting bagi keberhasilan institusi dalam memenuhi misinya untuk mengurangi penagihan bea dan cukai. Melalui inisiatif media sosial yang dimulai dari organisasi internal dan komunikasi interpersonal, kantor bea dan cukai diharapkan dapat berkontribusi dengan cara yang dapat memajukan institusi.

Penelitian yang akan dilakukan dan penelitian lain sebanding karena keduanya membahas komunikasi interpersonal dalam organisasi. Pendekatan penelitian yaitu penggunaan metode kuantitatif dan fokus pada kepuasan konsumen di Bea Cukai Surakarta, sedangkan penelitian selanjutnya menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang berfokus pada strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan di PT Bina Cipta Indokarya di kota Batam.

Muhammad Randicha Hamandia Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan dengan menggunakan teori perencanaan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Wilson dan Ogden, yang mencakup Risert (Penelitian), temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi pimpinan untuk memotivasi karyawan RRI Palembang mempertimbangkan situasi yang muncul melalui kontrol laporan rapat kinerja karyawan. Kedua, perencanaan tindakan menggunakan strategi komunikasi untuk memahami karakter karyawan.

Pimpinan RRI Palembang menggunakan komunikasi dengan anggota staf untuk menilai karakter mereka dalam rangka menginspirasi mereka. Menurut teori X dan Y dari Douglas McGregor, personil RRI Palembang memiliki sifat-sifat mendasar dari teori Y, termasuk akuntabilitas, pencapaian kerja, kemajuan karir, pengakuan kinerja, dan sikap positif terhadap pekerjaan mereka. Ketiga, komunikasi, yaitu menggunakan komunikasi ke bawah (*dawnward*) untuk memberikan penghargaan kepada karyawan. Keempat, menilai taktik yang digunakan setiap bulan. Para pemimpin di RRI Palembang mengevaluasi taktik komunikasi untuk menentukan seberapa baik mereka memotivasi anggota staf melalui komunikasi ke atas.

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian selanjutnya adalah penggunaan metodologi penelitian kualitatif yang membahas strategi komunikasi organisasi. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian selanjutnya yaitu pada objek penelitian yang mana penelitian sebelumnya yang berfokus meningkatkan motivasi kerja karyawan RRI Palembang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

Anastasia Yovita Dica. Peran Komunikasi Interpersonal Atasan-Bawahan Dalam Memotivasi Kerja Karyawan Divisi Marketing PT Jakarta Aquarium Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Teknik memperoleh data yang digunakan adalah wawancara terstruktur, observasi non partisipan, buku, jurnal, dan *internet research*. Hasil penelitian ini menunjukkan Berdasarkan hasil temuan peneliti mengenai dampak komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja karyawan di PT Jakarta Aquarium Indonesia, dapat disimpulkan bahwa divisi marketing perusahaan memiliki komunikasi interpersonal yang sangat baik yang berkontribusi terhadap motivasi kerja karyawan.

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian selanjutnya yaitu penggunaan metodologi penelitian kualitatif dan membahas komunikasi interpersonal karyawan.

Pembeda penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang mana penelitian sebelumnya yang berfokus peran komunikasi interpersonal atasan-bawahan dalam memotivasi kerja karyawan divisi marketing PT Jakarta akuarium Indonesia, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus dalam strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

Sarah Fathia Azzahra, Christian Wiradendi Wolor, Marsofiyati. Analisis Komunikasi Interpersonal Karyawan Divisi Marketing. J

Metode pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk memperoleh data meliputi dokumentasi, wawancara, dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan anggota staf divisi pemasaran PT Y telah menerapkan sifat-sifat seperti kesetaraan, keterbukaan, empati, dan sikap yang menyenangkan dan mendukung dalam interaksi interpersonal mereka. Namun demikian, perbaikan masih diperlukan agar komunikasi interpersonal dapat berfungsi dengan baik.

Pemanfaatan metode kualitatif dan pembahasan komunikasi interpersonal karyawan adalah dua area di mana penelitian yang direncanakan dan penelitian sebelumnya serupa. Fokus penelitian yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian sebelumnya yang berfokus analisis komunikasi interpersonal karyawan divisi marketing, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus dalam strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

Alviani Rohmah, Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi.

Teknik ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam mempertahankan

loyalitas kerja karyawan pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi menyampaikan perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan melalui komunikasi vertikal antara pemilik dengan karyawan dan komunikasi horizontal antar karyawan dalam berkomunikasi untuk membangun hubungan yang baik dalam bekerja, menumbuhkan rasa kekeluargaan dalam bekerja. Komponen pendukung dan penghambat metode komunikasi di pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki memiliki masalahnya masing-masing, namun terdapat keseimbangan antara pendukung dan penghambat.

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan adalah penggunaan metode kualitatif dan pembahasan strategi komunikasi organisasi. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek penelitian. penelitian terdahulu adalah pusat oleh-oleh khas Banyuwangi di UD. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan objek penelitiannya adalah Komunikasi Interpersonal Karywan PT Bina Cipta Indokarya di Kota Batam.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1	Farhan Yanuar Hardiyanto dan Tri Yulistyaranim. Dohara Publisher Open Access Journal. Volume 01 No 01, May 2023. e-ISSN: 2988-6457, p-ISSN 2988-6449 https://dohara.or.id/index.php/isjc/article/view/480/240 “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi	a. Kualitatif. b. Meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Tempat penelitian b. Fokus penelitian

	Kerja Di PT Tirta Investama (DC Kawasan)”		
2	Ispawati Asri. IKON Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 27 No 3 Desember 2022. ISSN: 1978-6972 DOI: https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615 “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI”	a. Kualitatif. b. Meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Tempat penelitian b. Fokus penelitian
3	Sri Putri Atalia, Ahdan S, dan Zelfia. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 3 No 2 (2022). DOI: https://doi.org/10.33096/respon.v3i2.81 “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mengoptimalkan Ketatalaksanaan Pada PT. Pelindo Regional 4 (Persero)”	a. Kualitatif. b. Meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Tempat penelitian b. Fokus penelitian
4	Ni Putu Laksmi Krisnina Maharani, Putu Renata Priyandari, dan Ida Ayu Kartika. Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar Volume 3 (2023)	a. Membahas optimalisasi komunikasi interpersonal	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya:

	https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/6150 “Strategi Optimalisasi Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal Di Kalangan Gen Z Dalam Pembangunan Menuju Era Industri 5.0”		a. Metode penelitian
5	April Laksana dan Noerma Kurnia Fajarwati. Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance Vol. 1 No. 2 Mei - Agustus 2021. p-ISSN: 2797-9598, e-ISSN: 2777-0621 DOI: https://doi.org/10.53363/bureau.v1i2.28 (Sinta 5) “Strategi Komunikasi Organisasi Serikat Pekerja Nasional PT. Parkland World Indonesia Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan (Studi Kasus Di PT. Parkland World Indonesia)”	a. Kualitatif. b. Meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Tempat penelitian b. b. Fokus penelitian
6	Muhammad Farizi Almubaroq. Tahun 2019. https://repository.ub.ac.id/id/eprint/170224/	a. Membahas komunikasi interpersonal karyawan.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan

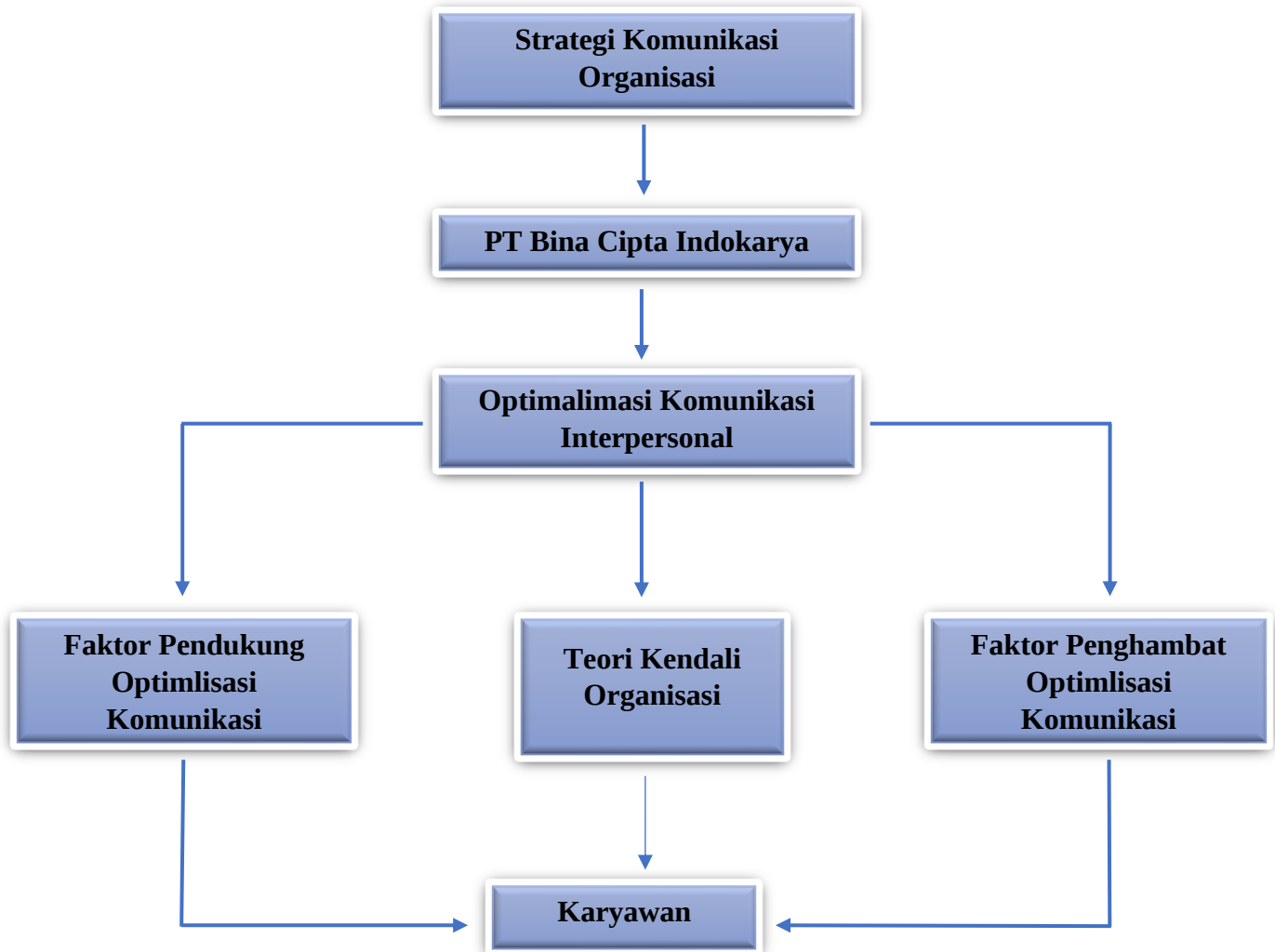
	“Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Konflik Kerja Pada Badan Pertahanan Nasional (BPN) Kabupaten Malang”		dengan penelitian sebelumnya: a. Tempat penelitian b. Fokus penelitian
7	Virida Ghesela Rexady, Puji Lestari, dan Prayudi. Jurnal ilmu komunikasi Volume 21 No 2 Agustus 2023. P-ISSN 1693-3028 E-ISSN 2407-8220 DOI:10.31315/jik.v21i2.10146 (Sinta 2) “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Gaya Kepemimpinan Melalui Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan”	a. Membahas komunikasi interpersonal karyawan	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Metode penelitian
8	Olih Solihin, Djuara Pangihutan Lubis, Pudji Muljono, dan Siti Amanah. Jurnal Kajian Komunikasi Volume 12 No 1 2024. ISSN: 2303-2006 ISSN: 2477-56-06 https://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/44013 (Sinta 2)	a. Kualitatif.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian

	“Interpersonal Communication Approach In Addressing TB Stigma In Bandung City”		
9	Fina Sunardiyah, Pawito, dan Albert Muhammad Isrun Naini. Volume 20, No. 2 Agustus 2022, 237-254. Jurnal ilmu komunikasi Volume 20 No 2 Agustus 2022 P-ISSN: 1693-3028 E-ISSN: 2407-8220 DOI:10.31315/jik.v20i2.6615 (Sinta 2) “Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Kampanye Social Media, Dan Citra Organisasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bea Cukai Surakarta”	a. Membahas komunikasi interpersonal dalam organisasi	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Metode b. Lokasi penelitian
10	Muhammad Randicha Hamandia. J-Kis: Jurnal Komunikasi Islam Volume 3 No 1 Juni 2022. P-ISSN: 2723-4703 E-ISSN: 2797-1619 DOI: https://doi.org/10.53429/j-kis.v3i1.423 (Sinta 5)	a. Kualitatif. b. Meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian

	“Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang”		
11	Anastasia Yovita Dica. Journal Of Communication Studies Volume. 6 No. 1 (2019) ISSN: 2502-2091 ISSN: 2089-5739 DOI: https://doi.org/10.37535/101006120196 “Peran Komunikasi Interpersonal Atasan-Bawahan Dalam Memotivasi Kerja Karyawan Divisi Marketing PT Jakarta Aquarium Indonesia”	a. Kualitatif. b. Meneliti komunikasi interpersonal karyawan.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian
12	Sarah Fathia Azzahra, Christian Wiradendi Wolor, dan Marsofiyati. Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia Volume 2 No 7 Mei 2023. E-ISSN : 2809-1612, P-ISSN : 2809-1620 https://core.ac.uk/download/568378305.pdf “Analisis Komunikasi Interpersonal Karyawan Divisi Marketing”	a. Menggunakan metode kualitatif. b. Membahas komunikasi interpersonal karyawan.	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian

13	Alvian Rohmah. Desember 2023. “Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Kerja Karyawan Pusat Oleh-Oleh Khas Banyuwangi Di Ud. Sri Rejeki Genteng Banyuwangi”	a. Menggunakan metode kualitatif. b. Membahas strategi komunikasi organisasi	Berikut ini adalah perbedaan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya: a. Fokus penelitian b. Lokasi penelitian
----	--	---	--

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran