



---

## KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PT MITRA MEGAH TULUNGAGUNG

---

Oleh

Dhimas Wahyu Mada Utama<sup>1</sup>, Patrisia Amanda Pascarina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas: Universitas Ciputra Surabaya, Jawa Timur.

Email: <sup>1</sup>[dwahyumada@student.ciputra.ac.id](mailto:dwahyumada@student.ciputra.ac.id), <sup>2</sup>[patrisia.amanda@ciputra.ac.id](mailto:patrisia.amanda@ciputra.ac.id)

### Abstrak

*Komunikasi yang efektif dalam organisasi merupakan kunci penting dalam mencapai tujuan strategis yang telah dirumuskan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja PT Mitra Megah, sebuah perusahaan retail bahan bangunan yang berlokasi di Kabupaten Tulungagung. Dengan menggunakan pendekatan kuasi-kualitatif, data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajer dan karyawan, serta didukung oleh studi dokumen. Temuan menunjukkan bahwa komunikasi yang terstruktur, baik dalam bentuk formal maupun informal, berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan koordinasi antar departemen dan penguatan budaya organisasi. Sebaliknya, hambatan komunikasi seperti kurangnya saluran informasi yang jelas dapat memicu kesalahpahaman dan penurunan produktivitas kerja. Studi ini menekankan pentingnya penerapan strategi komunikasi internal yang terintegrasi dan berkelanjutan sebagai upaya memperkuat hubungan kerja dan meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, direkomendasikan kepada manajemen PT Mitra Megah untuk menyelenggarakan pelatihan komunikasi dan mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi sebagai sarana pertukaran informasi antar unit kerja.*

**Kata Kunci:** Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, Kuasi-kualitatif.

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, komunikasi organisasi menjadi aspek yang sangat penting dalam menjamin efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan. Komunikasi organisasi tidak hanya berperan sebagai alat pertukaran informasi, tetapi juga sebagai fondasi dalam membentuk budaya kerja, memperkuat koordinasi antar departemen, serta menjaga kelangsungan hubungan antara individu dalam organisasi (Sutrisno, 2019). Komunikasi organisasi yang berjalan secara efektif melibatkan penyampaian arahan yang jelas serta pemberian umpan balik kepada seluruh anggota tim, termasuk distribusi informasi penting mengenai visi dan misi perusahaan. Sebaliknya, apabila komunikasi tidak berjalan dengan semestinya, tim akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan permasalahan yang muncul. Situasi ini semakin

kompleks dalam konteks organisasi di Indonesia yang memiliki struktur beragam, di mana sistem formal dalam pembagian, koordinasi, dan pengelolaan tugas membutuhkan aliran komunikasi yang lancar agar informasi dan wewenang dapat bergerak secara efisien antara jenjang manajerial dan fungsional (Anggriawan, 2017).

PT Mitra Megah Tulungagung, sebuah perusahaan ritel bahan bangunan yang telah beroperasi sejak 1990, mengalami pertumbuhan signifikan dari sisi jumlah karyawan dan jangkauan pasar. Dengan struktur organisasi fungsional dan jumlah karyawan yang mencapai lebih dari 300 orang, tantangan komunikasi internal menjadi semakin kompleks. Salah satu permasalahan yang muncul adalah terjadinya miskomunikasi antar bagian, seperti informasi harga produk yang tidak tersampaikan secara menyeluruh



dari bagian manajemen ke tim sales. Hal ini berdampak langsung pada performa pelayanan dan potensi kehilangan kepercayaan konsumen (Huang, 2020).

Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan skala operasional sebuah organisasi harus diimbangi dengan penguatan sistem komunikasi yang terstruktur dan responsif. Ketidakjelasan alur komunikasi dapat menimbulkan disfungsi koordinasi, penurunan motivasi kerja, dan inefisiensi organisasi. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana sistem komunikasi organisasi dijalankan dalam konteks perusahaan yang sedang berkembang seperti PT Mitra Megah Tulungagung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis praktik komunikasi organisasi di lingkungan internal PT Mitra Megah, meliputi tujuan komunikasi, arus komunikasi (atas ke bawah, bawah ke atas, horizontal), dan peran budaya organisasi dalam mendukung efektivitas komunikasi antar bagian. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis sekaligus praktis dalam mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif di perusahaan ritel.

## LANDASAN TEORI

Komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi, simbol, dan makna antara individu maupun kelompok dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn, komunikasi ini tidak hanya mencakup penyampaian pesan, tetapi juga proses pemaknaan yang memengaruhi dinamika hubungan kerja di dalam organisasi. Komunikasi organisasi memiliki fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif, yang semuanya mendukung pencapaian tujuan organisasi (Sagala & Sos, 2016; Rohim, 2016). Komunikasi efektif memungkinkan terciptanya koordinasi yang baik, penyampaian ide, serta pemberian umpan balik yang konstruktif di semua tingkatan organisasi. Selain itu, budaya

organisasi juga menjadi aspek penting dalam mendukung komunikasi internal.

Budaya organisasi yang kuat membantu menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan memotivasi karyawan untuk berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan perusahaan (Arifin et al., 2014). Dalam konteks arus komunikasi, terdapat tiga bentuk utama yaitu top-down (dari atasan ke bawahan), bottom-up (dari bawahan ke atasan), dan horizontal (antar individu dengan kedudukan setara). Masing-masing arus tersebut berperan penting dalam membangun jaringan komunikasi yang efisien dan responsif di lingkungan organisasi (Zhang et al., 2022). Oleh karena itu, komunikasi yang efektif dan budaya organisasi yang mendukung menjadi fondasi penting dalam meningkatkan kinerja dan efisiensi operasional sebuah perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuasi-kualitatif**, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana komunikasi organisasi diterapkan dalam lingkungan kerja PT Mitra Megah Tulungagung. Peneliti mengumpulkan data melalui dua metode utama, yaitu **wawancara terstruktur** dan **studi dokumen**. Informan dalam penelitian ini meliputi tiga kategori: CEO, manajer SDM, dan karyawan operasional, yang masing-masing dipilih berdasarkan kriteria pengalaman dan peran mereka dalam proses komunikasi internal perusahaan. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan fokus penelitian, sementara studi dokumen digunakan untuk memperkuat pemahaman teoritis dan mendukung hasil temuan lapangan. Analisis data dilakukan dengan **model interaktif Miles dan Huberman** yang mencakup tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui proses triangulasi sumber, dengan membandingkan informasi yang



diperoleh dari ketiga jenis informan serta validasi hasil oleh dosen pembimbing (Carter, 2014). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika komunikasi organisasi secara holistik, sekaligus memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan efektivitas komunikasi internal di perusahaan.

## HASIL & PEMBAHASAN

### Tujuan Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi di PT Mitra Megah Tulungagung berperan penting dalam membangun budaya kerja yang kolaboratif dan produktif. Budaya kerja yang terbuka mendorong penyampaian informasi yang efektif dan meningkatkan semangat kerja karyawan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Effendy, 2017) yang menyatakan bahwa komunikasi dalam organisasi sangat menentukan efektivitas hubungan kerja dan pencapaian tujuan bersama. Penelitian ini juga menemukan bahwa tantangan muncul dalam bentuk perbedaan generasi dan adaptasi terhadap teknologi. Oleh karena itu, strategi komunikasi organisasi harus mempertimbangkan keberagaman karyawan dan difasilitasi oleh pelatihan serta sistem pendukung berbasis digital.

### Arus Komunikasi Atas ke Bawah

Arus komunikasi dari manajemen ke karyawan umumnya dilakukan melalui WhatsApp group, email, briefing pagi, dan rapat mingguan. Sistem ini memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan luas. Namun, ditemukan hambatan dalam bentuk miskomunikasi harga dan informasi yang hanya berhenti di satu divisi. Komunikasi yang belum sepenuhnya terstruktur berpotensi menghambat efektivitas kerja, terutama saat informasi tidak tersebar secara merata. Penggunaan alat komunikasi digital seperti Google Form dan sistem pelaporan digital sudah diterapkan, namun perlu dioptimalkan eksekusinya. Hal ini sejalan dengan hasil studi Dewi dan Andriani (2021) yang menunjukkan bahwa komunikasi

digital seperti WhatsApp dan Google Form efektif dalam menyampaikan pesan secara cepat, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kedisiplinan dan integrasi sistem komunikasi dalam organisasi.

### Arus Komunikasi Bawah ke Atas

Komunikasi dari bawahan ke atasan di PT Mitra Megah Tulungagung bersifat partisipatif dan terbuka. Karyawan diberikan ruang menyampaikan pendapat, baik melalui diskusi informal, rapat mingguan, maupun kotak saran digital. Namun, sebagian karyawan merasa pendapat mereka belum selalu menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan, dan sistem *feedback* yang tersedia belum maksimal dalam menindaklanjuti masukan. Sebagai respon terhadap hal tersebut, perusahaan telah melakukan pelatihan komunikasi, merevisi SOP, menunjuk PIC komunikasi di tiap divisi, dan merancang platform digital khusus. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan sedang menuju komunikasi dua arah yang ideal sebagaimana digariskan oleh (Siregar et al., 2021), yaitu komunikasi yang mampu menjembatani aspirasi dari bawah ke atas dengan manajemen secara sistematis.

### Arus Komunikasi Horizontal

Komunikasi antar karyawan pada level yang setara berjalan dengan cukup efektif melalui platform seperti WhatsApp, email, Google Drive, dan Notion. Diskusi lintas divisi dilakukan secara informal, terutama saat menghadapi kendala operasional. Namun, perbedaan SOP dan kurangnya sistem pelaporan standar menyebabkan keterlambatan informasi dan potensi kesalahpahaman antar tim. Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan melakukan pelatihan problem-solving, membentuk tim lintas divisi, serta mengembangkan sistem kolaborasi melalui aplikasi seperti Trello dan Asana. Temuan ini mendukung teori komunikasi horizontal oleh Suranto (2018), bahwa komunikasi antar level yang setara perlu difasilitasi dengan sistem dan



budaya yang mendukung kolaborasi lintas fungsi.

### Budaya Organisasi

Budaya kerja di PT Mitra Megah Tulungagung mengedepankan keterbukaan, tanggung jawab, dan kerja sama. Nilai-nilai tersebut ditanamkan sejak *onboarding*, didukung dengan sistem mentoring, dan diperkuat melalui teladan dari atasan langsung. Program pelatihan dan dukungan sosial juga membantu menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan kolaboratif. Budaya ini sejalan dengan teori Jamaludin (2021) dan (Nainggolan et al., 2021) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif menjadi fondasi budaya organisasi yang sehat dan berkontribusi pada stabilitas serta efisiensi kerja.

### KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa komunikasi organisasi di PT Mitra Megah Tulungagung memegang peran sentral dalam memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan. Tiga arus utama komunikasi—yaitu *top-down*, *bottom-up*, dan *horizontal*—teridentifikasi sebagai mekanisme penting dalam menciptakan koordinasi, efektivitas kerja, serta relasi antar individu dan departemen. Komunikasi dari atas ke bawah digunakan untuk menyampaikan arahan dan kebijakan, sementara komunikasi dari bawah ke atas memberikan ruang bagi karyawan untuk menyampaikan umpan balik dan permasalahan. Arus horizontal mendukung kolaborasi antar tim yang setara. Budaya organisasi yang terbuka, partisipatif, dan menghargai dialog menjadi fondasi penting yang memperkuat proses komunikasi tersebut. Dengan demikian, komunikasi organisasi yang efektif terbukti mampu meningkatkan kohesi tim dan mendukung produktivitas secara keseluruhan.

### SARAN

PT Mitra Megah Tulungagung disarankan untuk memperkuat strategi komunikasi internal dengan mengadakan pelatihan komunikasi secara berkala, terutama

dalam hal komunikasi lintas departemen dan interpersonal. Selain itu, perusahaan perlu membangun sistem umpan balik dua arah yang lebih terbuka dan responsif, misalnya melalui forum diskusi rutin atau platform digital. Penggunaan teknologi komunikasi modern seperti aplikasi kolaboratif juga dapat dioptimalkan guna mempercepat aliran informasi dan mengurangi potensi miskomunikasi. Untuk pengembangan keilmuan, disarankan agar penelitian selanjutnya mengeksplorasi hubungan antara efektivitas komunikasi organisasi dengan indikator kinerja karyawan, serta membandingkan pola komunikasi organisasi ini dengan perusahaan sejenis. Penelitian longitudinal juga disarankan guna mengamati dinamika komunikasi seiring pertumbuhan dan perubahan strategi organisasi.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggriawan, F. (2017). Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 260–274.
- [2] Arifin, F., Troena, E., Djumahir, M., & Rahayu, M. (2014). Organizational culture, transformational leadership, work engagement and teacher's performance: Test of a model. *International Journal of Education and Research*, 2(1), 1–14.
- [3] Carter, N. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Number 5/September 2014*, 41(5), 545–547.
- [4] Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- [5] Huang, Y. (2020). Situation Awareness and Information Fusion in Sales and Customer Engagement: A Paradigm Shift. 2020 IEEE Conference on Cognitive and Computational Aspects of



- 
- Situation Management (CogSIMA), 113–121.
- [6] Nainggolan, N. T., Mawati, A. T., Gandasari, D., Ardiana, D. P. Y., Purba, B., Kato, I., Silalahi, M., Purba, S., Rahayu, P. P., & Damayanti, W. K. (2021). *Komunikasi Organisasi: Teori, Inovasi dan Etika*. Yayasan Kita Menulis.
- [7] Sagala, H. S., & Sos, S. (2016). *Memahami organisasi pendidikan: Budaya dan reinventing, organisasi pendidikan*. Prenada Media.
- [8] Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., & Ismainar, H. (2021). *Komunikasi Organisasi*.
- [9] Suranto A.W. (2018). *Komunikasi Organisasi: Prinsip Komunikasi untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*.
- [10] Sutrisno, H. E. (2019). *Budaya organisasi*. Prenada Media.
- [11] Zhang, Y., Zhang, C., & Liu, M. (2022). Effects of top-down, bottom-up, and horizontal communication on organizational commitment: evidence from chinese internet firms. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 65(3), 411–426.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN