

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM OPTIMALISASI KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN PT BINA CIPTA INDOKARYA DI KOTA BATAM

Melati Suci¹, Riswandi²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

email: pb211110004@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The training services industry in Indonesia, especially in the city of Batam, is growing rapidly. PT Bina Cipta Indokarya is a K3 training service company that has only been established for less than five years. However, in the midst of this young company's journey, a significant challenge arose, especially in terms of internal communication among its employees. PT Bina Cipta Indokarya faces challenges in maintaining smooth interpersonal communication between employees. This is crucial because ineffective communication can directly affect productivity and coordination between employees. The purpose of this study is to look at organizational communication strategies that can improve interpersonal communication at PT Bina Cipta Indokarya. The method used is qualitative, using a descriptive approach based on Snowball Sampling. Data was collected through in-depth interviews and participant observation. The results showed that the company uses four communication approaches: (1) direct communication between superiors and subordinates (simple control), (2) use of communication technology (technical control), (3) structure of formal procedures (bureaucratic control), and (4) development of a mutually supportive communication culture (concertive control). This study confirms the importance of openness, empathy, and emotional support in corporate culture for improving the effectiveness of interpersonal communication.

Keywords: *Interpersonal Communication, Organizational Communication Strategy, Organizational Control Theory*

PENDAHULUAN

Industri jasa pelatihan merupakan salah satu dari sekian banyak area bisnis yang persaingannya semakin meningkat di era globalisasi. Di Indonesia, salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan tercepat adalah sektor jasa. PT Bina Cipta Indokarya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelatihan, menyediakan pelatihan untuk perusahaan-perusahaan lain dan individu yang tertarik dalam pengembangan keterampilan.

PT Bina Cipta Indokarya telah memberikan kontribusi positif dengan menyediakan pelatihan-pelatihan bersertifikat dari Kemnaker. Pelatihan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) ini meliputi dalam kategori bidang Pesawat Angkat Angkut seperti forklift, crane, rigger, excavator dan lain sebagainya. Selain itu, di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri pelatihan, perusahaan perlu memastikan komunikasi internal yang efisien untuk menjaga kualitas layanan dan tetap kompetitif. (Yuliana & Rahadi, 2021) Mengatakan Sikap saling mendukung merupakan ciri hubungan interpersonal yang sehat. Komunikasi antarpribadi bisa terjadinya pengiriman dan penerimaan pesan melalui metode verbal dan nonverbal melalui bentuk langsung

maupun tulisan, dan bisa terjadi secara satu arah maupun dua arah. Komunikasi interpersonal yang efektif di dalam organisasi merupakan elemen kunci untuk memastikan keberhasilan operasional.

Namun, PT Bina Cipta Indokarya menghadapi berbagai hambatan komunikasi yang berakar pada keragaman latar belakang karyawannya. Karyawan berasal dari berbagai daerah, dengan adat istiadat, budaya, dan gaya komunikasi yang beragam. Perbedaan ini sering kali menimbulkan miskomunikasi yang mengganggu koordinasi dan hubungan kerja. Dalam konteks PT Bina Cipta Indokarya, hambatan komunikasi akibat perbedaan budaya dan nilai-nilai antar karyawan dapat menghambat pemahaman yang benar terhadap tujuan bersama. Maka, strategi komunikasi organisasi yang terarah menjadi solusi yang tidak dapat diabaikan karena sangat diperlukan untuk memastikan bahwa setiap karyawan dapat bekerja secara efektif dan berkolaborasi dengan baik di PT Bina Cipta Indokarya sebagai perusahaan yang baru berdiri menghadapi tantangan tambahan dalam membangun budaya komunikasi yang baik di dalam organisasi. Dalam (Fadhli, 2021) diakui betapa pentingnya strategi komunikasi dalam

pengembangan organisasi yang melibatkan semua pemangku kepentingan dalam mencapai tujuan lembaga. Menerapkan komunikasi dua arah adalah salah satu strategi yang relevan untuk mengelola komunikasi internal. Selain pengelolaan komunikasi tatap muka, teknologi juga memegang peranan penting dalam mendukung komunikasi internal.

Di era digital ini, banyak perusahaan menggunakan berbagai platform komunikasi digital, seperti WhatsApp, email, dan aplikasi lainnya, untuk mempercepat aliran informasi dan mempermudah koordinasi antar karyawan. PT Bina Cipta Indokarya juga memanfaatkan media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk memasarkan layanan pelatihannya. Melihat urgensi dan kompleksitas masalah ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji taktik komunikasi organisasi yang dapat membantu PT Bina Cipta Indokarya mengatasi hambatan komunikasi interpersonal, memperbaiki aliran informasi, dan mendukung hubungan kerja yang harmonis. Dengan pendekatan yang sistematis. Mengingat konteks topik yang telah diuraikan di atas, penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Optimalisasi Komunikasi Interpersonal Karyawan PT Bina Cipta Indokarya di Kota Batam.

KAJIAN TEORI

2.1 Strategi

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.

Martin-Anderson menyatakan bahwa strategi adalah sebuah seni di mana pikiran memaksimalkan efisiensi dan keuntungan menggunakan semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan (Astuti et al., 2016). Dalam menjalankan strategi, diperlukan berbagai tahapan dalam prosedur:

1. Perumusan Strategi
2. Implementasi Strategi
3. Evaluasi Strategi.

2.2 Komunikasi

Menurut etimologinya, istilah "komunikasi" diambil dari bahasa Latin *communicatio*, yang berasal dari kata "*communis*", yang memiliki arti yang sama. Konsep yang sama harus disampaikan dengan istilah yang sama.

Lasswell menegaskan bahwa jika komunikasi mengikuti lima langkah ini, maka komunikasi akan berjalan dengan mudah. Ada lima tahap: 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: dari pesan yang disampaikan kepada komunikan.

Unsur-unsur komunikasi yaitu:

1. Komunikator (*Source*)
2. Pesan (*Message*)
3. Saluran (*Channel*)
4. Komunikan (*Receiver*)
5. Pengaruh (*Effect*)
6. Umpan Balik (*Feedback*)
7. Lingkungan.

Strategi komunikasi adalah serangkaian kegiatan sistematis yang berkesinambungan dan direncanakan secara strategis untuk memahami khalayak sasaran, menemukan saluran yang efisien, dan mengembangkan serta menyebarkan gagasan dan sikap melalui saluran-saluran tersebut untuk mendorong dan mempertahankan perilaku tertentu (Pratiwi et al., 2018).

2.3 Komunikasi Organisasi

Menurut Pace dan Faules (2005), komunikasi organisasi mencakup semua prosedur komunikasi resmi dan tidak resmi yang terjadi di dalam perusahaan. Menurut Angelo J. Gonzalez (dalam Pratidina et al., 2024). Komunikasi formal mengacu pada komunikasi dalam struktur organisasi resmi, termasuk memo, laporan, dan pertemuan resmi. Menurut David, Stephen F. Robbin (dalam Pratidina et al., 2024) komunikasi Tidak Resmi contohnya adalah komunikasi yang terjadi di luar jalur tradisional termasuk media sosial internal, pertemuan informal, dan obrolan yang diadakan di luar jam kerja.

Aliran dan arah informasi di dalam sebuah organisasi adalah proses yang dinamis. Pesan dibuat, disajikan, dan ditafsirkan secara terus menerus selama proses ini berlangsung.

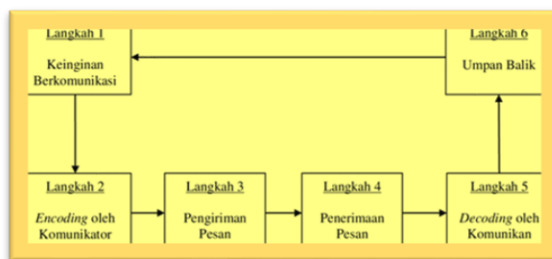
1. Komunikasi Ke Bawah merupakan komunikasi yang berlangsung dari orang-orang yang berada di bagian atas struktur organisasi ke orang-orang atau kelompok-kelompok yang berada di bagian bawah (Harahap et al., 2022).
2. Komunikasi Ke Atas merupakan dari bawah ke atas dalam struktur organisasi mengacu pada aliran informasi dari tingkat terendah seperti karyawan ke tingkat tertinggi yaitu 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 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 merupakan pertukaran informasi dengan orang-orang yang bukan atasan maupun bawahan mereka melintasi batas-batas fungsional. Intinya, strategi komunikasi merupakan bentuk perencanaan dan manajemen yang digunakan dalam mencapai tujuan.

2.4 Komunikasi Interpersonal

DeVito (2016) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan pertukaran informasi yang sifatnya pribadi dan berorientasi pada hubungan. Di PT Bina Cipta Indokarya, komunikasi antarpersonal yang efektif bisa membantu menciptakan adanya hubungan yang harmonis antar karyawan, meningkatkan ko laborasi, dan mengurangi konflik.



Gambar 2.1 *Bagan Proses Komunikasi Interpersonal* (Sumber: Olahan Peneliti, 2016)

Gambar di atas menggambarkan bagaimana komunikasi interpersonal terjadi dalam Komunikasi Interpersonal.

2.5 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

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

1. Keterbukaan (*Openess*) mengacu pada keterbukaan seseorang untuk berbagi dengan orang lain.
2. Empati, menurut Henry Backrack, adalah kemampuan untuk memahami pengalaman orang lain pada titik waktu tertentu dari sudut pandang orang tersebut
3. Sikap yang mendukung, hubungan adalah interaksi interpersonal yang efisien yang saling mendukung.
4. Sikap positif dapat disampaikan setidaknya dengan dua cara dalam komunikasi interpersonal: Pertama, dengan mengekspresikannya dan kedua, memberikan dorongan positif kepada individu yang berinteraksi dengan kita.

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

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. 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
2. Menggunakan Model Komunikasi Dua Arah
3. Penggunaan Teknologi Komunikasi
4. Pengembangan Budaya Komunikasi Terbuka
5. Pemimpin yang Hebat

2.6 Teori Kendali Organisasi

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).

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

1. Kendali Sederhana yaitu kontrol yang secara terbuka dan jelas mengeksploitasi kekuasaan.
2. Kendali Teknis yaitu kontrol teknologi atau peralatan (Sustanino & Lestari, 2020).
3. Kendali Birokrasi yaitu kontrol berupa prosedur organisasi dan peraturan formal.
4. Kendali 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.

Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut : Hasil kajian Farhan Yanuar Hardiyanto dan Tri Yulistyanim, (2023) menunjukkan 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 ditawarkan, termasuk klinik, BPJS, asuransi kesehatan, bonus tahunan, dan fasilitas olahraga.

Hasil yang didapatkan penelitian April Laksana, Noerma Kurnia Fajarwati, (2021) 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.

Hasil temuan penelitian Virda Ghesela Rexady, Puji Lestari, dan Prayudi, (2023) 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.

Berdasarkan hasil penelitian Olih Solihin, Djuara Pangihutan Lubis, Pudji Muljono, dan Siti Amanah, (2024) 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.

Temuan penelitian Fina Sunardiyah, Pawito, dan Albert Muhammad Isrun Naini, (2022) menunjukkan bahwa citra organisasi memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan 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.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Pendekatan Kualitatif

Penelitian penulis menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif,

dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2019).

3.2 Objek Penelitian

Menurut Lofland dalam (Mulyana, 2019) dalam penelitian kualitatif, kata-kata adalah sumber data utama, dan tindakan adalah sumber data tambahan, seperti dokumen dan lainnya. Adapun obyek pada penelitian ini adalah strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya.

3.3 Subjek Penelitian

Pada penelitian ini subjek yang digunakan oleh peneliti adalah karyawan PT Bina Cipta Indokarya. Informan adalah orang yang memberikan data atau informasi yang relevan dengan penelitian. Berikut adalah informan dari PT Bina Cipta Indokarya:

3.4 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga metode pengumpulan data yang berbeda: observasi partisipan, wawancara, dan observasi literatur.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi Berikut ini adalah bagaimana proses analisis data dilakukan, menurut Miles & Huberman (2009):

1. Mengumpulkan Data pengumpulan atau pencatatan kembali data dari lapangan, seperti foto, wawancara, dll.
2. Reduksi Data dilakukan dengan mengurangi data, memilah data, dan memilih data yang sesuai agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas dan mempermudah pengumpulan dan pencarian data tambahan jika diperlukan.
3. Penyajian Data ini sangat bermanfaat bagi peneliti agar mempermudah melihat kondisi data yang relevan dengan obyek penelitian dan juga merencanakan kerja berikutnya berdasarkan data yang telah di pahami sebelumnya.
4. Menarik Kesimpulan dalam penelitian kualitatif, isu dan cara merumuskannya masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian dilakukan.

3.6 Uji Kredibilitas Data

Kredibilitas dalam penelitian kualitatif disebut sebagai validitas internal. Data dalam penelitian kualitatif dapat dianggap kredibel jika laporan peneliti dan kejadian aktual yang melibatkan objek penelitian serupa. Beberapa cara yang digunakan untuk melakukan uji kredibilitas data antara lain;

1. Perpanjangan Pengamatan untuk memperluas pengamatan, peneliti harus pergi ke lapangan dan membuat pengamatan lebih lanjut serta wawancara dengan sumber data yang teridentifikasi dan tidak teridentifikasi.
2. Meningkatkan Ketekunan melakukan pengamatan yang lebih rinci dan berkelanjutan merupakan tanda kegigihan.
3. Triangulasi adalah proses membandingkan informasi dalam uji kredibilitas ini dari berbagai sumber pada waktu dan cara yang berbeda.

Transferabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal adalah tingkat keakuratan atau relevansi temuan penelitian dengan populasi tempat sampel diambil. (Akbar, 2023).

Penelitian yang memberikan hasil yang sama ketika dilakukan oleh peneliti yang berbeda dengan menggunakan metodologi yang sama dikenal sebagai penelitian yang reliabilitas atau dependability.

Pengujian konfirmabilitas dilakukan dengan membandingkan hasil penelitian dengan prosedur penelitian yang dilakukan (Purrohman, 2018).

Penelitian ini dilakukan di PT. Bina Cipta Indokarya yang beralamatkan di Jl. Putri Hijau, Ruko Mitra Center Blok B No 15 Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau.

PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara diketahui bahwa organisasi tersebut menggunakan sejumlah strategi komunikasi yang berhasil untuk meningkatkan komunikasi interpersonal di antara para karyawan. Salah satu strategi utama yang digunakan adalah komunikasi secara langsung maupun secara tertulis. Hal ini sesuai dengan hasil wawancaranya, yaitu sebagai berikut:

“Jadi, selama saya mendirikan PT BCI ini, saya selalu berusaha supaya komunikasi antar karyawan itu berjalan lancar. Biasanya, saya sampaikan langsung secara lisan, tapi saya juga suka mengingatkan lewat catatan, baik tulisan tangan atau digital. Saya sadar, komunikasi itu penting banget supaya pesan yang saya sampaikan ke karyawan itu benar-benar bisa dipahami dengan jelas.” (Suhaji, Juni 2025)

Kemudian dalam hal media komunikasi, PT Bina Cipta Indokarya menggunakan teknologi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik perusahaan. Hal ini sejalan dengan kutipan berikut:

“Di perusahaan ini, kami paling sering pakai WhatsApp karena simpel dan instan. Email juga

kadang dipakai, terutama kalau datanya besar atau resmi. WhatsApp sangat membantu komunikasi internal, sedangkan media sosial lain biasanya untuk komunikasi keluar atau eksternal”. (Suhaji, Juni 2025)

Karyawan PT Bina Cipta Indokarya melakukan komunikasi seperti halnya dengan perusahaan-perusahaan lain yaitu dengan adanya emosional yang ramah dan juga sopan, agar saling menghargai terjalin dengan baik.

“kalau saya ngasih pelatihan K3 ke peserta yang selalu ganti-ganti, saya usahain pakai bahasa yang gampang, nggak ribet, dan kadang pakai perumpamaan biar gampang nyambung. Saya juga selalu kasih kesempatan buat tanya jawab dan diskusi, jadi peserta nggak cuma dengerin aja, tapi juga aktif. Supaya makin akrab, saya kenalan satu-satu sama peserta, dan kadang dibikin kelompok kecil biar mereka bisa saling belajar”. (Rindang Rahman, Juni 2025)

Berdasarkan pernyataan rindang rahman dapat disimpulkan bahwa dia berusaha untuk bersikap ramah dan terbuka dengan para peserta.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, terlihat jelas bahwa apa yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sudah sesuai dengan apa yang seharusnya dicapai, yaitu meningkatkan komunikasi interpersonal karyawan. Berikut ini ada beberapa analisis dari apa yang telah diteliti di PT Bina Cipta Indokarya berdasarkan teori kendali organisasi:

Pertama, Kendali Sederhana. Strategi utama PT Bina Cipta Indokarya untuk meningkatkan komunikasi interpersonal adalah komunikasi langsung antara pimpinan dan karyawan. Berdasarkan teori kendali sederhana yang ada dalam teori kendali organisasi mendefinisikan pengendalian sederhana sebagai pengendalian langsung yang dilakukan oleh atasan terhadap bawahan tanpa menggunakan kerangka kerja formal.

Kedua, Kendali Teknis. Komunikasi merupakan alat penting dalam pengembangan struktur kontrol dan pengawasan menurut teori kontrol organisasi. Dalam implementasinya, saluran komunikasi seperti WhatsApp lebih sering digunakan karena sifatnya yang sederhana dan instan, sedangkan email digunakan untuk informasi yang lebih formal dan resmi. Penggunaan WhatsApp dan email sebagai media komunikasi utama di PT Bina Cipta Indokarya mendukung teori kontrol teknis yang menyatakan bahwa teknologi dapat digunakan untuk mengatur komunikasi.

Ketiga, Kendali Birokrasi. Struktur organisasi di PT Bina Cipta Indokarya menunjukkan bahwa

pimpinan perusahaan memberikan instruksi kerja yang sistematis kepada karyawan. Dalam kajian teoritis, teori kendali birokrasi adalah pengaturan pekerjaan melalui struktur organisasi, prosedur formal, dan sistem peran yang telah ditentukan. Dalam hal komunikasi, kendali ini terlihat dari penyampaian informasi dan pelaksanaan tugas yang mengikuti alur hirarki yang ketat.

Keempat, Kendali Konsertif. Pada penelitian yang diteliti, peneliti menemukan adanya komunikasi yang ramah, sopan dan saling menghormati dalam interaksi sehari-hari dalam organisasi. Strategi komunikasi yang menumbuhkan budaya kesopanan, transparansi dan kolaborasi menunjukkan bahwa PT Bina Cipta Indokarya telah berhasil menerapkan pengendalian yang agresif. Hal ini sesuai dengan kontrol konsertif untuk meningkatkan komunikasi interpersonal yang menyatakan bahwa nilai-nilai bersama dapat menjadi sistem pengendalian organisasi yang efektif.

Komunikasi dilingkungan PT Bina Cipta Indokarya tidak hanya terjadi secara vertikal dari pimpinan ke karyawan, tetapi juga secara horizontal antar karyawan sehingga membentuk pola interaksi yang sehat. Fungsi pemimpin sebagai pengarah dan pemberian tugas mencerminkan aspek penting dalam teori pengendalian organisasi yaitu adanya struktur organisasi yang jelas. Adanya standar komunikasi di awal pelatihan, seperti saling menghormati dan menahan diri untuk tidak menyela merupakan bentuk kontrol perilaku eksplisit lainnya yang bertujuan untuk menjaga efektifitas komunikasi. Media komunikasi seperti group WhatsApp, memungkinkan untuk menjaga kesinambungan komunikasi bahkan diluar sesi pelatihan resmi.

Para peserta berpendapat bahwa strategi komunikasi yang diterapkan instruktur dinilai efektif. Informasi yang disampaikan dianggap dapat dimengerti, mudah dipahami, dan langsung bermanfaat. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi organisasi PT Bina Cipta Indokarya telah memberikan kontribusi secara signifikan terhadap peningkatan komunikasi interpersonal antar karyawan. Metode ini diimplikasikan melalui pendekatan komunikasi dua arah antara pimpinan dan karyawan serta penggunaan saluran komunikasi internal seperti group WhatsApp.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Farhan Yanuar Hardiyanto Dan Tri Yulistyarani (2023), yang menemukan bahwa strategi komunikasi organisasi yang efektif untuk penyampaian tujuan perusahaan dan transparansi informasi dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan. Serta penelitian Alviani Rohmah (2023), yang menemukan strategi

komunikasi organisasi dalam teori kendali organisasi yang menyampaikan perencanaan strategi komunikasi dilakukan melalui vertikal dan horizontal dalam membangun hubungan baik dalam bekerja. Demikian pula, hasil penelitian ini mendukung kesimpulan Ispawati Asri (2022), bahwa komunikasi yang sistematis yang diberikan sesuai dengan konteks pesan dapat meningkatkan semangat kerja karyawan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelian dan pembahasan tentang strategi komunikasi organisasi dalam optimalisasi komunikasi interpersonal karyawan PT Bina Cipta Indokarya di Kota Batam dapat disimpulkan bahwa: strategi komunikasi organisasi untuk meningkatkan komunikasi interpersonal pada tenaga kerja PT Bina Cipta Indokarya mengungkapkan bahwa perusahaan telah menerapkan berbagai pendekatan komunikasi yang efektif, seperti menggunakan komunikasi langsung antara pemimpin dan karyawan, menggunakan teknologi seperti WhatsApp dan email sebagai instruksi, dan berfokus pada budaya komunikasi yang sehat antara karyawan dan manajemen untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat. PT Bina Cipta Indokarya menggunakan teknik komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal untuk meningkatkan interaksi antar karyawan, menekankan pentingnya kepercayaan, empati, dan lingkungan emosional dalam budaya perusahaan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, B. A. M. Al. (2023). *Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Solidaritas Antara Pemimpin Dan Staf Di Yayasan Ngawi Al Munawwarah*.
- Anhita, P. R., Turistiati, A. T., & Nur, M. J. (2021). *Organizational Communication Study: Organizational Control Theory Implementation By Hmi Purwokerto Branch In The Omnibus Law Demonstration. Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 15(2), 2548–9496. [https://doi.org/10.24090.komunika.v15i2.4752](https://doi.org/10.24090/komunika.v15i2.4752)*
- Astuti, S. D., Putri, I. P., & Ali, D. S. F. (2016). Strategi Komunikasi Program Internet Sehat Dan Aman Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia (Studi Kasus Evaluasi Program Incakap Tahun 2015). *Jurnal Komunikasi, 8(1), 81.47. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v8i1.47>*

- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th Editi). London: Courier Kendallville.
- Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di Mis Azzaky Medan. In *Journal Ability: Journal Of Education And Social Analysis* (Vol. 2, Issue 2).
- Harahap, S. M., Rizki Juni Wati Sri, & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi*. Prenada.
- Hasanti, I. D. (2019). Analisis Komunikasi Organisasi Antara Event Project Team Dan Account Executive Di Event Organizer Twisbless. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.2072>
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi*.
- Pahlawan, F., & Rahayu, S. D. (2020). *Arah Aliran Komunikasi Organisasi Pada Media Lifepal.Co.Id. Vol. 1*(No. 5).
- Prabowo, R. C. (2019). Strategi Kendali Organisasi Kompas Tv Dalam Meningkatkan Kualitas Kinerja Team Produksi (Studi Kasus Team Kinerja Program Acara Talkshow "Rosi"). *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/communicology.14.04>
- Pratidina, G., Mulyawati, L., Seftiansyah, R., Sabilla, Z. Y., & Sabiah, E. (2024). *Bank Rakyat Indonesia (Persero)*. 3.
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal Di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1).
- Purrohman, P. S. (2018). *Menulis Skripsi Dengan Metode Penelitian Kualitatif*. 18(8).
- Saputra, S. (2020). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Kegiatan Pembelajaran Melalui Media Whatsapp Group. *Jurnal Professional Fis Unived*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/professional.v7i1.1087>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sustanino, C., & Lestari, R. (2020). *Komunikasi Internal Pada Perusahaan Bienti Mediaworks Dari Perspektif Teori Kendali Organisasi*. 4(3). <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/pantarei/article/view/599>
- Yuliana, R., & Rahadi, D. R. (2021). Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Magisma, Vol. Ix*(No. 1).