

TUGAS MATA KULIAH PERUBAHAN DAN PENGEMBANGAN ORGANISASI REVIEW JURNAL

Mustari¹, Sitti Amina², Muhammad Zainu Adli Latif³, Harmina Hawi⁴
arimustari125@gmail.com¹, islamiaamina@gmail.com², zainuadly24@gmail.com³,
harminahawi84@gmail.com⁴

***Corresponding Author: Tetra Hidayati**

tetra.hidayati@feb.unmul.ac.id

Universitas Mulawarman

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas jurnal karya Joanna Krywalski Santiago yang membahas hubungan antara kepuasan komunikasi internal dan identifikasi organisasi di kalangan karyawan. Kajian ini berlandaskan pada teori pertukaran sosial dan identifikasi sosial untuk mengeksplorasi peran komunikasi internal dalam meningkatkan identifikasi organisasi, dengan dukungan organisasi yang dirasakan sebagai variabel mediasi. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi internal sebagai alat strategis untuk membangun budaya organisasi yang transparan, inklusif, dan mampu melibatkan karyawan secara efektif. Temuan penelitian memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi yang baik dapat memperkuat hubungan antara karyawan dan organisasi, sehingga meningkatkan loyalitas dan komitmen mereka terhadap tujuan organisasi.

Kata Kunci: Komunikasi Internal, Identifikasi Organisasi, Dukungan Organisasi.

PENDAHULUAN

Jurnal ini ditulis oleh Joanna Krywalski Santiago dan mengkaji hubungan antara kepuasan komunikasi internal dan identifikasi organisasi di kalangan karyawan. Penelitian ini berakar pada teori pertukaran sosial dan identifikasi sosial, bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi internal dapat meningkatkan identifikasi organisasi, dengan dukungan organisasi yang dirasakan sebagai variabel mediasi. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi dalam membangun budaya organisasi yang transparan dan melibatkan karyawan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan survei cross-sectional yang melibatkan 132 karyawan dari berbagai sektor di Portugal, terutama di sektor transportasi dan penyimpanan. Kuesioner digunakan untuk mengukur kepuasan komunikasi internal, dan model penelitian dianalisis menggunakan SmartPLS. Metodologi yang diterapkan memberikan gambaran yang jelas tentang persepsi karyawan terhadap komunikasi internal dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi identifikasi organisasi.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kajian pustaka dimana akan dilakukan inventarisasi data mulai dari peraturan perundang-undangan hingga sumber lainnya untuk disusun secara sistematis sehingga mempermudah tahap analisis data. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menganalisis secara menyeluruh mengenai pertimbangan hukum yang diberikan oleh Mahkamah Agung berikut dengan implikasi atau akibat hukum yang mengikutinya. Baru kemudian dari hasil analisis data tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai praktik penitipan uang baik dalam kondisi normatif maupun empiris dalam kehidupan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Utama

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan terhadap komunikasi internal berhubungan signifikan dengan identifikasi organisasi. Temuan ini menggarisbawahi bahwa cara organisasi berkomunikasi secara internal sangat penting dalam mendorong rasa memiliki di kalangan karyawan. Selain itu, dukungan organisasi yang dirasakan berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara kepuasan komunikasi dan identifikasi organisasi, menekankan pentingnya dukungan yang diberikan organisasi dalam memperkuat keterikatan karyawan.

Implikasi Praktis

Dari hasil penelitian, terdapat implikasi praktis bagi manajemen organisasi. Menjaga komunikasi yang baik dan transparan dapat meningkatkan kepuasan karyawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan identifikasi mereka terhadap organisasi. Oleh karena itu, organisasi perlu menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk memperbaiki saluran komunikasi internal dan memastikan bahwa karyawan merasa didukung dan dihargai.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga mengakui keterbatasan, terutama sifat cross-sectional yang membatasi kemampuan untuk menarik kesimpulan kausal. Selain itu, penggunaan pertanyaan penyaring dalam survei mengakibatkan pengurangan ukuran sampel, yang dapat mempengaruhi generalisasi temuan. Keterbatasan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi hubungan ini dalam konteks yang lebih luas.

Kontribusi Terhadap Literatur

Jurnal ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur mengenai komunikasi internal dan identifikasi organisasi. Dengan mengusulkan model konseptual yang didukung oleh temuan empiris, penelitian ini mengisi kesenjangan yang ada dalam penelitian sebelumnya. Terutama, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi internal sebagai faktor kunci dalam membangun identitas organisasi di kalangan karyawan.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, jurnal ini menegaskan bahwa kepuasan komunikasi internal tidak hanya penting untuk meningkatkan identifikasi organisasi, tetapi juga dapat diperkuat melalui dukungan organisasi yang dirasakan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi praktisi dan akademisi dalam memahami dinamika komunikasi dan identifikasi dalam konteks organisasi, serta mendorong penelitian lebih lanjut di area ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Nadeak, B., & Naibaho, L. (2020). Motivation and HRM factors relation to the employee loyalty. Polish Journal of Management Studies. Retrieved from <https://pjms.zim.pcz.pl/article/01.3001.0014.6288/en>
- Nguyen, C. M. A., & Ha, M. T. (2023). The interplay between internal communication, employee engagement, job satisfaction, and employee loyalty in higher education institutions in Vietnam. Nature and Social Sciences Communications. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/s41599-023-01806-8>
- Fernandez, E. S. (2020). The importance of internal and external communication in increasing knowledge and loyalty of employees in Qi Malaysia. Retrieved from <http://library.oum.edu.my/repository/1317/>
- Santiago, J. K. (2020). The influence of internal communication satisfaction on employees' organisational identification: Effect of perceived organisational support. Journal of Economics and Management. Retrieved from <https://doi.org/10.22367/jem.2020.42.04>

- Komodromos, M. (2020). Examining the role of internal communication and employee engagement in Cyprus-based medium-sized organisations in times of challenging strategic changes. *Journal for Global Business Advancement*. Retrieved from <https://doi.org/10.1504/JGBA.2020.109145>
- Špoljarić, A., & Verčič, A. T. (2022). Internal communication satisfaction and employee engagement as determinants of the employer brand. *Journal of Communication Management*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JCOM-01-2021-0011>
- Verčič, A. T. (2021). The impact of employee engagement, organisational support, and employer branding on internal communication satisfaction. *Public Relations Review*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811121000011>
- Loor-Zambrano, H. Y., Santos-Roldán, L., & Others. (2022). Relationship CSR and employee commitment: Mediating effects of internal motivation and trust. *European Research on Management*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444883421000449>
- Ndlovu, T., Quaye, E. S., & Saini, Y. K. (2021). Predicting organisational commitment: The role of line manager communication, employee trust, and job satisfaction. *South African Journal of Business*. Retrieved from <https://sajbm.org/index.php/sajbm/article/view/2355>
- Al-Jaber, M. A. (2020). Dimensions of internal communication for organisation engagement: The role of co-worker trust. Retrieved from <https://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/20581>
- Sinitsyna, E., Anand, A., Dumazert, J. P., & Others. (2023). The role of internal communication on employee outcomes: A review and direction. *FIIB Business*. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/23197145231209643>
- Raj, A. B. (2022). Internal branding, employees' brand commitment, and moderation role of transformational leadership: An empirical study in Indian telecommunication context. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/APJBA-04-2021-0175>
- Ophilia, A., & Hidayat, Z. (2021). Leadership communication during organizational change: Internal communication strategy: A case study in a multinational company operating in Indonesia. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. Retrieved from <https://www.academia.edu/download/81738722/12009.pdf>
- Osibanjo, O. I. (2020). Perceived usefulness of evidence-based interventions and employee morale on the relationship between participatory internal communication and program fidelity. Retrieved from https://ir.library.oregonstate.edu/concern/graduate_thesis_or_dissertations/2r36v524n
- Mmutle, T. (2022). (Re-) Positioning and recognizing the influence of internal communication on employee engagement for maximum organisational performance. *Journal for Communication Sciences in Southern Africa*. Retrieved from https://doi.org/10.10520/ejc-comcare_v41_n1_a5
- Hien, P. H., & Tuan, T. T. (2023). Strengthening the link between organizational culture and employee loyalty: Exploring the mediating effects of employee trust and job satisfaction. *Global Business & Finance Review (GBFR)*. Retrieved from <https://www.econstor.eu/handle/10419/305899>
- Lalić, D., Milić, B., & Stanković, J. (2020). Internal communication and employee engagement as the key prerequisites of happiness. *Joy: Using Strategic Communication*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/S2398-391420200000005007>
- Ravina-Ripoll, R., Galvan-Vela, E., & Others. (2023). Mapping intrapreneurship through the dimensions of happiness at work and internal communication. *Corporate Communications: An International Journal*. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0037>
- Balakrishnan, K., Angusamy, A., & Others. (2023). Two-way asymmetrical communication mediating internal communication and employee engagement. *Environment and Social Research*. Retrieved from <https://esp.as-pub.com/index.php/esp/article/view/2074>