

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL TERHADAP  
PENINGKATAN KINERJA DAN KETERLIBATAN KARYAWAN DI  
PERUSAHAAN KORPORAT**

**Luqman Hidayat Kurniawan<sup>1</sup>, Muhammad Hafizh  
Raihan<sup>2</sup>, Muhamad Rafli Syahrul Fikri<sup>3</sup>, Sayyid  
Abdurrahman<sup>4</sup>**

Universitas Bina Bangsa

E-mail: [luqmanhidayatkurniawan1@gmail.com](mailto:luqmanhidayatkurniawan1@gmail.com)<sup>1</sup>,  
[apissrrr30@gmail.com](mailto:apissrrr30@gmail.com)<sup>2</sup>, [mraplisyahrulf1412@gmail.com](mailto:mraplisyahrulf1412@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[sayyidabdurrahman2025@gmail.com](mailto:sayyidabdurrahman2025@gmail.com)<sup>4</sup>

**Abstrak**

Komunikasi internal yang efektif memainkan peran penting dalam menciptakan hubungan yang produktif antara manajemen dan karyawan. Dalam konteks perusahaan korporat, komunikasi yang baik dapat meningkatkan kinerja dan keterlibatan karyawan, yang pada gilirannya mempengaruhi keberhasilan organisasi secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi internal yang dapat digunakan untuk memperkuat keterlibatan karyawan dan meningkatkan kinerja mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terbuka, transparan, serta penggunaan teknologi komunikasi yang tepat dapat meningkatkan pemahaman, motivasi, dan komitmen karyawan terhadap perusahaan. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi internal guna menciptakan lingkungan kerja yang lebih efisien dan kolaboratif.

**Kata Kunci** — Komunikasi Internal, Strategi Komunikasi, Keterlibatan Karyawan, Kinerja Karyawan, Perusahaan Korporat.

**PENDAHULUAN**

Dalam sebuah perusahaan, komunikasi internal berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, instruksi, serta visi misi organisasi kepada seluruh karyawan. Sebuah strategi komunikasi internal yang terstruktur dengan baik dapat membantu memperjelas tujuan perusahaan dan peran setiap individu di dalamnya. Keberhasilan organisasi tidak hanya bergantung pada sumber daya yang ada, tetapi juga pada bagaimana karyawan terlibat dan berperan aktif dalam pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, komunikasi internal yang efektif dapat meningkatkan motivasi, komitmen, dan kepuasan kerja karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai aspek strategi komunikasi internal yang dapat meningkatkan kinerja dan keterlibatan karyawan dalam lingkungan korporat. Tujuan dari segala bentuk aktivitas komunikasi korporat adalah untuk membentuk hubungan yang baik, erat, dan berkelanjutan, terutama saat perusahaan menghadapi konflik (Laksana et al., 2024).

**Tinjauan Pustaka**

**1. Komunikasi Internal dalam Organisasi**

Komunikasi internal merupakan proses pengiriman informasi yang terjadi dalam lingkup organisasi antara manajemen dan karyawan atau antar sesama karyawan. Komunikasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa setiap individu dalam organisasi memiliki pemahaman yang jelas mengenai tujuan, nilai, serta peran mereka (Hargie, 2011). Komunikasi internal adalah suatu proses pertukaran informasi yang terjadi di dalam organisasi antara anggota organisasi itu sendiri, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal (Laksana et al., 2024).

Efektivitas komunikasi internal dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti kejelasan pesan, kelengkapan informasi, konsistensi, dan saluran komunikasi yang digunakan (Laksana et al., 2024). Tanpa komunikasi yang efektif, karyawan dapat mengalami kebingungan, ketidakjelasan, atau ketidakpuasan terhadap pekerjaan mereka serta dapat menimbulkan faktor lainnya. Ketika pesan tidak disampaikan dengan jelas atau tidak ada komunikasi sama sekali, karyawan dapat merasa bingung atau salah menginterpretasikan instruksi yang diberikan. Kesalahpahaman ini sering kali berujung pada konflik antarindividu atau antardepartemen (Laksana et al., 2024).

## **2. Kinerja Karyawan**

Kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai oleh individu berdasarkan tugas yang diberikan oleh organisasi (Robinson & Judge, 2013). Kinerja ini dapat ditingkatkan dengan berbagai faktor, salah satunya adalah komunikasi internal yang baik yang memungkinkan karyawan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan tugas mereka dengan lebih efektif dan efisien. Karyawan merasa dihargai ketika pandangan dan opini mereka didengar oleh atasan maupun rekan kerja. Ketika karyawan dapat menyampaikan ide, keluhan, atau masukan mereka tanpa rasa takut, mereka cenderung lebih bersemangat untuk berkontribusi secara optimal (Laksana et al., 2024).

Keterlibatan karyawan merujuk pada tingkat perhatian, komitmen, dan partisipasi aktif yang diberikan oleh karyawan terhadap pekerjaan dan organisasi tempat mereka bekerja (Schaufeli et al., 2002). Karyawan yang terlibat merasa dihargai, diberdayakan, dan terhubung dengan visi perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan pengurangan tingkat perputaran karyawan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Data diperoleh dari analisis berbagai artikel, jurnal, serta kebijakan komunikasi internal yang diterapkan di beberapa perusahaan besar. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan faktor yang berkontribusi terhadap efektivitas komunikasi internal dalam meningkatkan kinerja dan keterlibatan karyawan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Dampak Komunikasi Internal terhadap Kinerja Karyawan**

Komunikasi yang jelas dan efisien memungkinkan karyawan untuk lebih memahami ekspektasi dan tujuan perusahaan, serta meningkatkan kemampuan mereka dalam menyelesaikan tugas. Umpan balik yang konstruktif dari komunikasi internal juga membantu karyawan untuk memperbaiki kinerja mereka secara berkelanjutan.

Selain komunikasi internal, komunikasi antarpribadi juga harus diperhatikan oleh perusahaan dan karyawan. Karena Komunikasi antarpribadi didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi, ide, dan emosi antara dua atau lebih individu yang berlangsung secara langsung. Komunikasi tidak hanya sebatas penyampaian pesan saja, adanya umpan balik (feedback) atau respon dari penerima pesan menandakan bahwa komunikasi dapat terjadi hanya jika memenuhi komponen-komponen tertentu. Komunikasi juga merupakan suatu proses yang tidak akan berjalan baik tentunya jika tidak memenuhi komponen-komponen tersebut (Laksana, Rizka, et al., 2024)

Konflik salah satu gejala sosial yang terjadi dalam personal maupun bersama yang mungkin tidak bisa di hindari, yang menjadi satu kendala dalam berkomunikasi yang memiliki perselisihan satu sama lainnya (Laksana, Ferdiana, et al., 2024). Adapun dampak lainnya seperti kendala yakni Perbedaan jam kerja juga berpengaruh terhadap partisipasi anggota untuk mengikuti kegiatan organisasi serikat pekerja, Kendala psikologis adalah adanya sikap apatis karyawan baru mengenai organisasi serikat pekerja, Kendala budaya

yaitu dalam bentuk individualisme tersebut dapat mempengaruhi proses komunikasi dalam bentuk (Laksana, Deden, et al., 2024).

## **2. Strategi Komunikasi Internal yang Efektif**

Strategi merupakan bagian dari rencana dan rencana adalah hasil dari sebuah perencanaan. Strategi komunikasi yang tepat dapat membuat citra yang positif sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat (Laksana et al., 2024). Salah satu strategi komunikasi internal yang paling efektif adalah memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada karyawan adalah transparan dan jelas. Ini termasuk komunikasi mengenai tujuan perusahaan, kebijakan baru, serta perubahan yang akan datang. Komunikasi yang terbuka akan mengurangi rasa ketidakpastian dan memperkuat rasa kepercayaan antara manajemen dan karyawan.

### **➤ Penggunaan Teknologi dan Media Digital**

Media sosial adalah layanan yang memungkinkan individu atau kelompok untuk membuat profil secara publik dan berinteraksi dengan pengguna yang lain sehingga media sosial efektif mejadi alat untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran produk dan membangun komunitas (Boyd dan Ellison, 2007). Media sosial sendiri memiliki banyak peran, termasuk dalam dunia bisnis yang terus mempublikasikan produknya pada publik karena beberapa alasan. Salah satunya untuk menciptakan citra merek terhadap produknya (Laksana et al., 2024).

Teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi internal. Platform komunikasi digital seperti intranet, aplikasi pesan instan, dan sistem manajemen informasi memungkinkan karyawan untuk mengakses informasi dengan cepat dan berinteraksi secara langsung dengan rekan kerja serta manajemen. Teknologi ini juga membantu karyawan yang bekerja secara remote atau terdistribusi di lokasi berbeda untuk tetap terhubung dengan mudah.

### **➤ Program Peningkatan Keterlibatan**

Program untuk meningkatkan keterlibatan karyawan seperti kegiatan team-building, penghargaan atas pencapaian, serta pengakuan terhadap kontribusi individu dapat memperkuat ikatan karyawan dengan organisasi. Penghargaan ini dapat dilakukan secara terbuka untuk memberikan contoh positif dan memotivasi karyawan lainnya untuk lebih aktif berpartisipasi. Karyawan Generasi Z memiliki karakteristik unik, seperti keterampilan teknologi yang canggih, keinginan untuk berkontribusi, dan harapan terhadap transparansi dan keterlibatan tinggi dari pihak manajemen. Oleh karena itu, dinamika komunikasi korporasi harus disesuaikan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan produktivitas karyawan Generasi Z (Laksana et al., 2024).

## **3. Strategi Komunikasi Korporat**

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Jadi strategi adalah konsep militer yang dapat diartikan seni perang para jenderal (The Art of General), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan (Cangara, 2018:27). Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Laksana et al., 2025).

## **KESIMPULAN**

Strategi komunikasi internal yang tepat memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja dan keterlibatan karyawan. Komunikasi yang terbuka, dua arah, dan transparan sangat penting untuk meningkatkan pemahaman dan keterhubungan antara karyawan dan

perusahaan. Selain itu, penggunaan teknologi komunikasi yang tepat dapat mempermudah aliran informasi dan memperkuat kolaborasi antar tim. Dengan demikian, perusahaan yang berhasil menerapkan strategi komunikasi internal yang efektif akan lebih mampu meningkatkan produktivitas karyawan, memperkuat komitmen mereka terhadap tujuan perusahaan, dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, O. P., Darmayanti, S., Sari, I. F., & Laksana, A. (2024). Peran Human Relation dalam Menciptakan Lingkungan Kerja yang Harmonis dan Produktif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 140–148.
- Arif, M., Darussalam, F., Azhar, A. F., & Laksana, A. (2024). Efek Sosial Media Marketing dan Ulasan Pelanggan terhadap Branding dan Penjualan Parfum HMNS. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 149–155.
- Azhar, I. N., Laksana, A., Fajarwati, N. K., & Fitrianti, R. (2025). Strategi Komunikasi Korporat: Membangun Loyalitas Karyawan, Citra Perusahaan, Dan Manajemen Krisis. *Journal of Media and Communication* | E-ISSN: 3063-9581, 1(3), 72–75.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Cangara, H. (2018). Pengantar ilmu komunikasi (edisi revisi). Rajawali Pers.
- Fikri, R., Mujahidin, M. H., Sutisna, N. A., Najat, K., & Laksana, A. (2024). Dinamika komunikasi korporasi dalam meningkatkan keterlibatan karyawan generasi Z. *ETIC (Education and Social Science Journal)*, 1(2), 107–118.
- Hargie, O. (2011). *Skilled interpersonal communication: Research, theory and practice* (5th ed.). Routledge.
- Laksana, A., Deden, D., Arifin, I., Hibatullah, R., & Albana, M. S. (2024). Peran komunikasi asertif dalam hubungan kerja yang positif dan produktif. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 60–67.
- Laksana, A., Ferdiana, R., & Hanafi, M. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perhubungan Kota Serang dalam Sosialisasi Kebijakan Program Sistem Satu Arah Jalan Kaujon Serang. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 7(1), 1–15.
- Laksana, A., Rizka, H. N., Khasanah, D. L. N., & Aliyah, M. (2024). Peran Komunikasi Antarpribadi dalam Resolusi Konflik Antar Karyawan di Organisasi Perusahaan. *Kajian Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 1–12.
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi digital melalui media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94.
- Pramudita, S., Miliyani, A., Saputra, R. E., Fatchurrochman, A., Idzatullah, A., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi korporasi kepuasan pembelian dan kualitas produk Geprek Bensu. *ETIC (Education and Social Science Journal)*, 1(2), 99–106.
- Rizkyana, N. P. F., Oktaria, R., Putra, T. F., Muntaz, R., Baso, A. M. F., Ilham, M., & Laksana, A. (2024). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5).
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior* (15th ed.). Pearson Education.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92.