



IMPLEMENTASI KOMUNIKASI INTERNAL PERUSAHAAN DALAM PERPINDAHAN SEBAGIAN KANTOR PERUSAHAAN ENERGI DARI SURABAYA KE JAKARTA

Merlita Fitriani, Debora Fransiska

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi,

LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta

Abstrak

Untuk menjawab tantangan dan dinamika lingkungan bisnis yang berubah, salah satu perusahaan energi di Indonesia melakukan perpindahan sebagian kantor dari Surabaya ke Jakarta untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Perpindahan ini berdampak pada perubahan cara berkomunikasi internal sebelum dan sesudah dilakukannya perpindahan sebagian kantor yang akan memberikan dampak terhadap kelangsungan dan tujuan strategis perusahaan. Komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari berbagai aspek kegiatan di dalam perusahaan. Setiap kegiatan yang terjadi dibutuhkan komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, ide, dan pertukaran informasi antar individu atau kelompok agar tercapainya suatu pemahaman bersama dan peningkatan produktivitas. Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan metode penelitian secara kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi untuk mengetahui bentuk komunikasi yang dilakukan oleh setiap individu dimana komunikasi internal perlu didukung dari keterlibatan setiap tim. Komunikasi internal yang dilakukan secara jarak jauh membutuhkan teknologi yang mendorong pencapaian komunikasi internal secara tepat waktu sehingga produktivitas tim terjaga.

Kata Kunci: Komunikasi Internal, Komunikasi Bisnis, Perpindahan Kantor, Perusahaan Energi, Produktivitas.

PENDAHULUAN

Dinamika lingkungan bisnis menuntut perusahaan mampu dan siap

menyikapi setiap perubahan. Perusahaan dirasa perlu untuk mengalami proses perubahan seiring

*Correspondence Address : merlitafitri@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i4.2025. 1443-1447

© 2025UM-Tapsel Press

dengan perkembangan dunia seperti perubahan pada cara berbisnis atau beroperasi dengan tujuan agar dapat bertahan, relevan dan mampu bersaing di pasar. Disamping itu, perubahan sebagai proses perkembangan dan kunci bagi kemajuan organisasi untuk dapat terus berinovasi dan memberikan terobosan baru bagi kebutuhan produk yang ditawarkan. Rasvanis & Tselios (2023) mengungkapkan ada banyak karakteristik berkaitan dengan geografi yang mempengaruhi lokasi investasi terbagi menjadi dua kelompok yaitu berkaitan dengan lanskap fisik dan kondisi geografis dan berkaitan dengan ekonomi aglomerasi (kedekatan dengan pesaing dan ibu kota), selain itu aspek kelembagaan lainnya melingkupi fungsi dan praktik pemerintah lokal yang dapat membantu pertumbuhan bisnis lokal.

Perpindahan sebagian kantor yang dilaksanakan oleh salah satu perusahaan energi di Indonesia dari Surabaya ke Jakarta merupakan bentuk implementasi dari perubahan organisasi menjadi perusahaan subholding untuk mempertahankan perusahaan.

Perpindahan sebagian kantor ini membuat perusahaan harus mengubah cara berkomunikasi yang sebelumnya dilakukan secara langsung dan bertatap muka, kini harus membagi fokus dan berkomunikasi pada dua kantor yang berbeda. Proses untuk menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah tentu saja akan mempengaruhi cara berkomunikasi untuk menyikapi perubahan tersebut. Organisasi merupakan aktivitas komunikasi dan bukan merupakan posisi dan peran (Stephen, Karen & John, 2017). Catrin & Mats (2008) membahas mengenai peran vital komunikasi pada perubahan sehingga secara umum menekankan pentingnya komunikasi sebagai keterlibatan dalam proses perubahan, keterbukaan informasi dan justifikasi

visi misi dan tujuan perusahaan. Komunikasi menjadi acuan utama untuk memahami isi dari setiap informasi yang diterima. Penelitian di salah satu perusahaan energi di Indonesia terkait komunikasi internal setelah dilakukannya perpindahan sebagian kantor untuk menjelaskan komunikasi organisasi internal pada Bidang Corporate Communication dari Surabaya ke Jakarta.

Komunikasi sebagai alat, proses yang dibangun secara sosial dan transformasi sosial (Catrin & Mats, 2008). Komunikasi internal sebagai fungsi yang sering digunakan agar pegawai tetap terinformasi, terlatih dan menjalankan tugasnya (Don, Michael, and Kristen (2019). Komunikasi internal yang terjalin dengan optimal akan berdampak pada penyampaian informasi yang relevan terkait pekerjaan kepada pegawai, menciptakan keterbukaan dalam perusahaan, mencapai tujuan strategis perusahaan melalui visi misi, menumbuhkan rasa kepemilikan, dan memotivasi pegawai serta memperkuat loyalitas (Berger, 2018).

Dalam penelitiannya, Widodo (2018) memberikan penjelasan terkait arah komunikasi organisasi internal melingkupi komunikasi vertikal dari atas ke bawahan, komunikasi vertikal dari bawahan ke atasan dan komunikasi horizontal antar sesama. Arah komunikasi ini memberikan penjelasan bagaimana setiap individu dapat bertindak untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana implementasi komunikasi internal perusahaan dalam perpindahan sebagian kantor perusahaan energi dari Surabaya ke Jakarta?"

METODE PENELITIAN

Cresswell (2018) mengatakan fokus penelitian kepada individu yang mengacu pada konteks-konteks yang lebih jelas dan spesifik untuk memahami sejarah dan budaya yang telah terbentuk. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktif yang melihat individu menciptakan, memelihara dan mengelola kehidupan sosial, sehingga peneliti menerapkan metode penelitian secara kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara interview dan observasi Denzin & Lincoln (dalam Syafwan dan Fathia, 2023) yang digambarkan dalam tabel teknik pengolahan data berikut ini:

Tabel 1. Teknik Pengolahan Data

Bentuk Kegiatan	Aspek yang diteliti	Narasumber/ Informan
Wawancara	Komunikasi	X: VP <i>Corporate Communication & CSR</i>
		Y: Manager <i>Stakeholder Management & Investor Relation</i>
		Z1: Staff Bidang <i>Corporate Communication</i> yang berkedudukan resmi di Jakarta Z2: Staff Bidang <i>Corporate Communication</i> yang berkedudukan resmi di Jakarta Z3: Staff Bidang <i>Corporate Communication</i> yang berkedudukan resmi di Surabaya
Studi Literatur	Media Cetak	Dokumen: notulen, laporan, perintah tertulis
	Media Elektronik	Email, Whats App, Telepon.
Observasi	Situasi (contoh terjadi	Para narasumber didalam melakukan

	perdebatan atau kekacauan jika ada isu)	komunikasi internal baik secara grup maupun personal
--	---	--

Sumber table: Data Olahan Peneliti, 2024

Penulis akan memberikan beberapa pertanyaan terkait sebelum dan sesudah dilakukannya perpindahan sebagian kantor ke Jakarta mulai dari pertanyaan umum hingga sampai pertanyaan yang spesifik kepada narasumber. Sedangkan observasi dengan melakukan pengamatan pada keadaan dan tingkah laku narasumber saat berdiskusi dan saling berkomunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang telah dilakukan menghasilkan bentuk komunikasi internal sebelum dilakukannya perpindahan sebagian kantor yang masih terpusat satu wilayah dan satu tempat yaitu:

1. Komunikasi internal dilakukan secara tatap muka dan langsung, dimana narasumber dapat dengan mudah saling bertemu untuk melakukan koordinasi, membahas permasalahan dan menghasilkan keputusan secara tepat waktu.
2. Komunikasi non-verbal seperti gerakan tubuh memberikan isyarat setuju atau tidak setuju secara langsung dapat diterima oleh pemberi pesan dan memo yang dapat diberikan langsung kepada penerima pesan.
3. Atasan dan bawahan membentuk komunikasi non-formal yang tertuang dalam diskusi kecil di sela-sela jam kerja sehingga ide, usulan dan opini dapat mudah diterima bagi kemajuan perusahaan.

Komunikasi internal yang terjalin dalam satu lingkungan yang sama akan lebih mudah untuk menumbuhkan nilai produktivitas

pegawai, menciptakan budaya kerja yang harmonis dan kolaboratif. Atasan dapat memantau aktivitas dari bawahan secara langsung dan memberikan umpan balik disaat yang bersamaan. Namun, yang menjadi tantangan saat dilakukannya perpindahan sebagian kantor dengan tugas dan fungsi yang sama adalah bagaimana Bidang *Corporate Communication* mengatasi kendala yang muncul. Beberapa *misscommunication* muncul adanya beberapa informasi *delay* diterima oleh tim di Surabaya, hal ini dikarenakan tim di Jakarta lebih dahulu mendapatkan informasi melalui direksi secara langsung baru disampaikan kepada tim di Surabaya.

Peneliti melihat ini sebagai sebuah tantangan yang terus akan ada apabila sebuah pesan komunikasi internal dilakukan.

Pencapaian tujuan strategis perusahaan melalui penyampaian pesan yang efektif dan efisien dengan penggunaan teknologi seperti *Zoom*, *Whatsapp*, *conference call*, dan email. Penggunaan teknologi menjadi sarana utama dalam komunikasi internal dimana sebelumnya tidak menjadi prioritas untuk

dimanfaatkan. Komunikasi internal setelah dilakukannya perpindahan sebagian kantor melingkupi:

1. Penggunaan teknologi seperti *Zoom* pada koordinasi internal untuk memberikan informasi secara real time dan tim tetap dapat terinformasikan secara tepat dan akurat.

2. Metoda *weekly meeting* yang menjadi kegiatan rutin agar progress pekerjaan dapat terukur dan termonitor oleh atasan dan juga bawahan

3. Fokus atasan menjadi terpecah dua yaitu Surabaya dan Jakarta sehingga bawahan akan menjadi lebih aktif untuk berkomunikasi seperti mengingatkan atasan pada diskusi yang

menggantung dan permasalahan pekerjaan.

Peran komunikasi internal menjadi vital dalam pencapaian tujuan perusahaan karena melibatkan seluruh struktur yang ada dalam perusahaan. Berger (2018) mengutarakan komunikasi internal yang baik dapat menjaga pegawai untuk menjalankan pekerjaannya, memotivasi karyawan, menaikkan rasa kepemilikan pada karyawan dan mencapai tujuan perusahaan.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan observasi, komunikasi internal yang terjalin pada salah satu perusahaan energi di Indonesia setelah dilakukannya perpindahan sebagian kantor dari Surabaya ke Jakarta mengalami perubahan komunikasi internal yang signifikan dari sebelumnya. Hal ini terlihat dari para bawahan menjadi lebih aktif untuk melakukan *follow up* pekerjaan untuk menghindari terjadinya *misscommunication* dalam bidang *Corporate Communication*. Komunikasi internal tidak lagi dilakukan secara langsung dan tatap muka namun menggunakan bantuan teknologi seperti *Zoom*, *Whatsapp*, dan *conference call* serta *email*. Meskipun pada mulanya terdapat Penggunaan teknologi ini mempermudah komunikasi internal yang terjalin pada dua wilayah kantor yang berbeda secara real time dan menjadi solusi untuk tetap menciptakan sinergi dan kolaborasi Bidang *Corporate Communication* serta efisiensi kerja.

DAFTAR PUSTAKA

Berger, Rudolf. (2018). *Present-Day Corporate Communication: A Praxtice Oriented, State of the Art Guide*. Singapore: Springer Nature Pte Ltd.

Creswell, John W., & Creswell, David J. (Eds.). (2018). *Research Design, Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approach*. London; Sage Publications.

Syafwan, Fitriyadi & Fathia, Safira Nurul. (2023). *The Role of Communication in Organizational Change (Case Study of Indonesian Telecommunication Company)*. Stockholm: KTH Royal Institute of Technology.

Johansson, Catrin & Heide, Mats. (2008). *Speaking of Change: Three Communication Approaches in Studies of Organizational Change. An International Journal: Corporate Communication*, 13(3), 288-305. DOI 10.1108/13563280810893661

Littlejohn, Stephen, W., Foss, Karen. A., Oetzel, John, G. (Eds.). (2017). *Theories Human of Communication*. Long Grove, Illinois; Waveland Press Inc.

Rasvanis, E., Tselios, V. (2023). Do Geography and Institutions Affect Entrepreneurs' Future Business Plans? Insights From Greece. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12:3, 1-21.

<https://doi.org/10.1186/s13731-023-00266-3>

Ruler, Betteke van. (2018). Communication Theory: An Underrated Pillar Which Strategic Communication Rests. *International Journal of Strategic Communication*, 12:4, 367-381, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452240

Winarso, Widodo. (2018, Mei). *Organizational Communication; A Conceptual Framework*. 1-13. Retrieved from

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3171979>