POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. SURYA LOGAM INTI MURNI TERHADAP DINAMIKA KOORDINASI PEKERJAAN DI DALAM DIVISI PUBLIC RELATIONS DAN DIVISI MARKETING

Ervan Kharisma Zebua[1], Agung Raharjo[2] MM. M.I.Kom, Hermawan Yulianto[3] SE. M.I.Kom

Ilmu Komunikasi dan Bahasa public relations, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

zebuaervan@gmail.com/085715937576

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi dalam organisasi, serta sejauh mana pola tersebut memengaruhi koordinasi antara divisi Public Relations (PR) dan Marketing. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan utama: Manajer Operasional, Kepala Divisi PR, dan Kepala Divisi Marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang dominan adalah pola rantai, di mana arus informasi bersifat vertikal dari atasan ke bawahan. Hal ini berimplikasi pada terjadinya ketidakseimbangan peran, miskomunikasi, dan lemahnya koordinasi antar divisi. Faktor ego sektoral serta kurangnya inisiatif komunikasi antar divisi turut memperburuk dinamika koordinasi pekerjaan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan komunikasi antarpersonal dan pembentukan sistem komunikasi organisasi yang lebih terbuka dan horizontal agar koordinasi kerja dapat berjalan lebih efektif.

Kata Kunci: pola komunikasi, koordinasi, Public Relations, marketing, komunikasi organisasi

1. PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, dan pesan antara individu atau kelompok dengan tujuan mencapai pemahaman bersama. Dalam suatu organisasi, komunikasi memegang peran penting karena menjadi penghubung antarbagian dan antarindividu untuk mewujudkan tujuan yang sama.

Lebih dari sekadar menyampaikan informasi, komunikasi organisasi merupakan fondasi yang menyatukan seluruh elemen dalam perusahaan. Melalui komunikasi yang baik, setiap individu dan divisi dapat menyelaraskan visi, memahami peran masing- masing, serta menjalin kerja sama yang solid. Hal ini penting untuk mencegah terjadinya miskomunikasi, konflik internal, dan menurunnya produktivitas kerja..

Dalam lingkungan perusahaan yang memiliki lebih dari satu divisi seperti Public Relations dan Marketing, komunikasi yang efektif menjadi sangat krusial. Divisi Public Relations bertanggung

jawab membangun dan menjaga citra perusahaan, sementara Marketing berfokus pada strategi penjualan dan promosi produk atau jasa. Namun, dalam praktiknya, batas tugas kedua divisi ini sering kali tidak jelas jika tidak ada koordinasi yang baik dan pembagian peran yang tegas.

Situasi seperti ini tampak nyata di PT Surya Logam Inti Murni. Terjadi tumpang tindih peran antara Public Relations dan Marketing, di mana Public Relations merasa sudah menjalankan fungsi pemasaran melalui pencitraan positif perusahaan, sedangkan Marketing merasa turut membangun citra perusahaan lewat strategi promosinya. Akibatnya, timbul konflik internal dan ego sektoral yang menghambat kolaborasi serta mengurangi efektivitas kerja tim di kedua divisi tersebut.

Situasi ini menunjukkan pentingnya pola komunikasi organisasi yang jelas dan terstruktur. Studi oleh (Mahardika Mulyono et al., 2024) menegaskan bahwa pola komunikasi yang efektif dalam organisasi dapat meningkatkan kinerja karyawan secara signifikan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa komunikasi vertikal yang jelas dan transparan, baik dari atasan ke bawahan maupun sebaliknya, serta komunikasi horizontal antar rekan kerja, mampu menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Faktor pendukung seperti pelatihan berkelanjutan, umpan balik konstruktif, dan lingkungan kerja yang mendukung juga berperan dalam memperkuat komunikasi organisasi.

Dengan mempertimbangkan pentingnya pola komunikasi dalam organisasi dan fenomena yang terjadi di PT Surya Logam Inti Murni, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Pola Komunikasi Divisi Public Relations dan Marketing dalam Dinamika Koordinasi Pekerjaan di PT Surya Logam Inti Murni.**

2. METODE

Mendeskripsikan pola komunikasi internal yang terbentuk antara Divisi Public Relations dan Divisi Marketing di PT Surya Logam Inti Murni dalam menjalankan tugas dan koordinasi kerja sehari-hari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola komunikasi mempunyai beragam manfaat penting yang mempengaruhi efektivitas interaksi baik dalam situasi pribadi maupun profesional. Memahami dan menerapkan pola komunikasi yang tepat dapat meningkatkan kualitas komunikasi dan memberikan beragam manfaat. Manfaat pola komunikasi adalah memungkinkan menyesuaikan cara mengirim dan menerima pesan tergantung pada konteks dan tujuan spesifik, sehingga meningkatkan kejelasan, pemahaman, dan efektivitas komunikasi dalam berbagai situasi.

Dalam memahami dinamika komunikasi antara Divisi Public Relations dan Marketing di PT. Surya Logam Inti Murni, teori komunikasi interpersonal Joseph A. DeVito digunakan untuk menelaah proses komunikasi secara menyeluruh. DeVito menekankan bahwa komunikasi merupakan interaksi kompleks yang melibatkan berbagai elemen yang saling berhubungan.

1. pengirim dan penerima (source-receiver) terlihat dalam pola komunikasi dua arah, di mana setiap individu berperan aktif sebagai penyampai dan penerima pesan. Interaksi antara Kepala PR dan Staf Marketing menunjukkan terjadinya pertukaran informasi dan umpan balik yang dinamis.

2. pesan (message) yang disampaikan tidak hanya berupa komunikasi verbal, tetapi juga nonverbal seperti ekspresi wajah dan intonasi suara yang berperan memperjelas makna dan emosi dalam diskusi lintas divisi.
3. saluran komunikasi (channel) meliputi tatap muka saat rapat maupun media digital seperti WhatsApp dan email. Pemilihan saluran disesuaikan dengan urgensi dan konteks pekerjaan.
4. konteks (context) turut memengaruhi efektivitas komunikasi. Tekanan target kerja dan kedekatan personal antarpegawai menjadi faktor yang menentukan bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan.
5. gangguan (noise) muncul dalam bentuk perbedaan persepsi dan ego sektoral yang menghambat sinkronisasi tujuan antar divisi, baik bersifat psikologis maupun semantik.
6. efek (effects) komunikasi tercermin pada hasil kerja tim, seperti keterlambatan proyek atau meningkatnya kolaborasi ketika komunikasi berjalan efektif.
7. umpan balik (feedback) menjadi elemen kunci dalam menjaga keseimbangan komunikasi. Umpan balik yang terbuka dan konstruktif berperan penting dalam evaluasi kinerja serta pencegahan konflik.

Secara keseluruhan, penerapan teori DeVito menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif di antara Divisi PR dan Marketing tidak hanya bergantung pada saluran pesan, tetapi juga pada konteks, persepsi, dan kemampuan kedua pihak dalam memberikan umpan balik yang adaptif.

ola komunikasi antara Divisi Public Relations dan Marketing di PT. Surya Logam Inti Murni berlangsung secara berjenjang sesuai struktur organisasi. Arus informasi biasanya dimulai dari pimpinan, diteruskan kepada kepala divisi, lalu ke staf pelaksana. Pola ini menjaga keteraturan dan kejelasan tanggung jawab, namun juga menimbulkan keterlambatan informasi karena harus melewati beberapa tahapan.

Secara interpersonal, komunikasi antar individu di kedua divisi lebih bersifat fungsional daripada relasional, yaitu terjadi karena kebutuhan pekerjaan, bukan karena kedekatan personal. Kondisi ini menyebabkan kurangnya keterbukaan dan kepercayaan, sehingga potensi miskomunikasi meningkat, terutama saat menghadapi tenggat waktu dan pembagian tugas yang tidak dikomunikasikan secara jelas.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi antara Divisi Public Relations dan Divisi Marketing di PT. Surya Logam Inti Murni berperan sentral dalam menjaga efektivitas koordinasi kerja serta mendukung pencapaian tujuan organisasi. Komunikasi dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai mekanisme strategis dalam membangun keselarasan visi, memperkuat kolaborasi, dan mencegah terjadinya kesalahpahaman antardivisi.

Pola komunikasi yang dominan ditemukan dalam penelitian ini ialah pola komunikasi vertikal berjenjang, di mana arus informasi mengalir dari pimpinan kepada kepala divisi dan kemudian diteruskan kepada staf pelaksana. Pola ini menunjukkan adanya sistem komunikasi yang formal dan terstruktur, yang berfungsi menjaga keteraturan serta kejelasan alur instruksi di dalam organisasi. Namun demikian, struktur komunikasi yang terlalu hierarkis juga menimbulkan keterlambatan dalam penyampaian informasi dan berpotensi mengurangi responsivitas tim

terhadap dinamika pekerjaan yang bersifat mendesak. Dengan demikian, diperlukan keseimbangan antara kepatuhan terhadap hierarki dan fleksibilitas dalam pertukaran informasi agar efektivitas komunikasi dapat terjaga.

Dari sisi komunikasi antarindividu, hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara anggota kedua divisi cenderung bersifat fungsional ketimbang relasional. Artinya, komunikasi terjadi karena tuntutan pekerjaan, bukan atas dasar kedekatan emosional atau hubungan interpersonal yang kuat. Kondisi ini mengindikasikan masih lemahnya unsur keterbukaan dan kepercayaan di antara anggota tim, yang pada akhirnya meningkatkan potensi terjadinya miskomunikasi dalam pelaksanaan tugas, terutama pada situasi tekanan kerja dan keterbatasan waktu.

Berdasarkan kerangka teori komunikasi interpersonal Joseph A. DeVito, ditemukan bahwa efektivitas komunikasi antardivisi dipengaruhi oleh tujuh elemen utama, yaitu pengirim dan penerima, pesan, saluran komunikasi, konteks, gangguan, efek, dan umpan balik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas koordinasi kerja sangat bergantung pada kemampuan setiap pihak dalam mengelola elemen-elemen tersebut secara adaptif. Pemilihan saluran komunikasi yang sesuai, pemahaman terhadap konteks organisasi, serta pemberian umpan balik yang terbuka dan konstruktif menjadi faktor penentu terciptanya komunikasi yang efisien dan produktif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas pola komunikasi organisasi tidak hanya ditentukan oleh struktur formal, melainkan juga oleh kualitas hubungan interpersonal antar anggota organisasi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan budaya komunikasi yang transparan, partisipatif, dan kolaboratif di lingkungan perusahaan. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelatihan komunikasi lintas divisi, pembentukan forum koordinasi rutin, serta pengembangan nilai-nilai kepercayaan dan empati dalam interaksi kerja. Dengan langkah tersebut, diharapkan komunikasi antara Divisi Public Relations dan Divisi Marketing dapat berlangsung lebih harmonis, responsif, dan berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi secara menyeluruh.

5. REFERENSI

Alwan, M., Ashaf, A. F., Trenggono, N., & Artikel, I. (2024). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Pengaruh Komunikasi Nonverbal dalam Meningkatkan Efektivitas Interaksi antar Budaya INFO PENULIS*. *4*(3). http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajshhttp://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

Andrezal. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi dalam Memebangun Budaya Kerja yang Efektif Studi: Tim di RWE Digital Agency. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, *02*, 167–179. https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index

Apriady, F. (2023). "Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial dan Politik Komunikasi Kelompok dalam Proses Pembelajaran Siswa/I Kelas 6 di SDN Kalibaru III.

Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL), *1*.

Aulia Rahmi, D., Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam, P., & Dakwah dan Komunikasi, F. (2023). *Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif dan Reputasi Organisasi: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. https://www.researchgate.net/publication/376356291

Dr. H. Zuchri Abdussamad, S. I. K. , M. S. (2021). *Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif* (SE. , M. S. Dr. Patta Rapanna, Ed.). CV. syakir Media Press.

Fitri, A., Moekahar, F., & Pratiwi, Y. R. (2023). *Pola Komunikasi Public Relation Benings Clinic Pekanbaru Dengan Brand Ambasador*. *11*(2), 265–275.

Gandariani, T. (n.d.). Pendekatan Komunikasi Internal dan Eksternal Public Relations: Analisis Strategis dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 91–100. https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik

Gandariani, T. (2023). Pendekatan Komunikasi Internal dan Eksternal Public Relations: Analisis Strategis dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 91–100. https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik

Husni, M. (2022). Sharing Knowledge Online Lintas Fungsi sebagai Strategi Komunikasi Organisasi saat Pandemi. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, *01*(2022), 127–138. http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/mahardikaadiwidia/index

Indrabayu, A., & Destiwati, R. (2022). The Influence Of Intrapersonal Communication And Fear Of Missing Out On Hedonism In Generation Z In Denpasar Pengaruh Komunikasi Intrapersonal Dan Fear Of Missing Out Terhadap Hedonisme Pada Generasi Z Di Denpasar. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4).

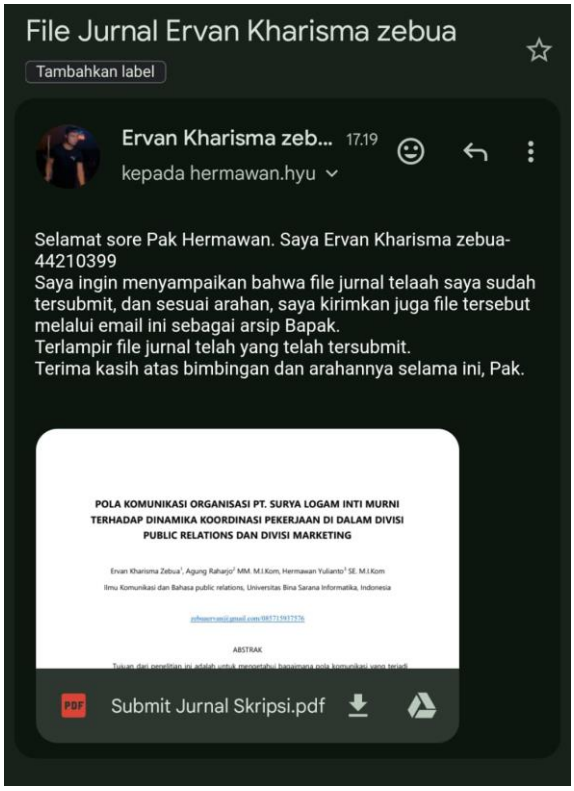
http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Kusnadi, K., Komar Priatna, D., & Anggraeni, A. F. (n.d.). *Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Koordinasi Lintas Fungsi Organisasi terhadap Kinerja Pegawai* 55 *(Studi Biro Humas, Protokol dan Umum Sekretariat Prvinsi Jawa Barat)*. https://doi.org/10.38035/jstl.v1i4

Mahardika Mulyono, K., Dyan Nofa Harumike, Y., & Haryanti, N. (2024). *Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Diskominfotik Kabupaten Blitar*. *1*(4), 3063–3279. https://doi.org/10.62383/desentralisasi.v1i3.107

1. Bukti Submit Jurnal

File Jurnal Ervan Kharisma Zebua
Tambahkan label
Ervan Kharisma zeb... 17.12
kepada agung.ajq
Selamat sore Pak Agung. Saya Ervan Kharisma zebua-44210399
Saya ingin menyampaikan bahwa file jurnal telaah saya sudah tersubmit, dan sesuai arahan, saya kirimkan juga file tersebut melalui email ini sebagai arsip Bapak.
Terlampir file jurnal telah yang telah tersubmit.
Terima kasih atas bimbingan dan arahannya selama ini, Pak.
POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. SURYA LOGAM INTI MURNI TERHADAP DINAMIKA KOORDINASI PEKERJAAN DI DALAM DIVISI PUBLIC RELATIONS DAN DIVISI MARKETING
Ervan Kharisma Zebua[1], Agung Raharjo[2] MM. M.I.Kom, Hermawan Yulianto[3] SE. M.I.Kom
Ilmu Komunikasi dan Bahasa public relations, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
ABSTRAK
Submit Jurnal Skripsi.pdf


File Jurnal Ervan Kharisma zebua
Tambahkan label
Ervan Kharisma zeb... 17.19
kepada hermawan.hyu
Selamat sore Pak Hermawan. Saya Ervan Kharisma zebua-44210399
Saya ingin menyampaikan bahwa file jurnal telaah saya sudah tersubmit, dan sesuai arahan, saya kirimkan juga file tersebut melalui email ini sebagai arsip Bapak.
Terlampir file jurnal telah yang telah tersubmit.
Terima kasih atas bimbingan dan arahannya selama ini, Pak.
POLA KOMUNIKASI ORGANISASI PT. SURYA LOGAM INTI MURNI TERHADAP DINAMIKA KOORDINASI PEKERJAAN DI DALAM DIVISI PUBLIC RELATIONS DAN DIVISI MARKETING
Ervan Kharisma Zebua[1], Agung Raharjo[2] MM. M.I.Kom, Hermawan Yulianto[3] SE. M.I.Kom
Ilmu Komunikasi dan Bahasa public relations, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
ABSTRAK
Submit Jurnal Skripsi.pdf