

MADHANGI: Jurnal Ilmu Komunikasi URL: https://mputantular.ac.id/ojsfikom	
---	---

**Analisis Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan
Hubungan Internal (Studi pada Saudi Airlines
Kantor Menara Imperium Jakarta)**

***Analysis of Organizational Communication in Improving
Internal Relations (Study at Saudi Airlines Office
Menara Imperium Jakarta)***

Anton¹, Sitinah², Selvi sofiawati³

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular^{1, 2}
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana
Informatika³

Email Korespondensi: antonwk48@gmail.com, ibusitinah@gmail.com,
selvi.sfi@bsi.ac.id

ABSTRAK:	Info Artikel:
Komunikasi organisasi memegang peranan penting dalam meningkatkan hubungan internal dalam suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi organisasi yang diterapkan di Saudi Airlines, Kantor Imperium Tower Jakarta, dapat meningkatkan hubungan internal antara karyawan dan manajemen. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori komunikasi organisasi Charles Redding (1972) yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi mengkaji bagaimana suatu organisasi menyampaikan keputusan dan tindakan kepada karyawan, serta bagaimana komunikasi tersebut memengaruhi perilaku, pengetahuan, dan sikap karyawan. Metode penelitian yang	Riwayat Artikel: Diterima: 8 Februari 2025 Direvisi: 10 Maret 2025 Disetujui: 07 Oktober 2025 Dipublikasikan: 28 November 2025

digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dan budaya organisasi yang kuat berkontribusi pada keterbukaan, kepercayaan, dan kerja sama yang lebih besar di antara individu di tempat kerja. Faktor-faktor seperti kepemimpinan yang komunikatif, penerapan nilai-nilai budaya organisasi, dan penggunaan saluran komunikasi yang tepat merupakan kunci untuk menciptakan hubungan internal yang harmonis dan produktif. Studi ini merekomendasikan strategi komunikasi yang lebih adaptif serta penguatan budaya organisasi guna membentuk lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan kondusif.

Kata Kunci: *komunikasi; organisasi; hubungan internal; Saudi Airlines; budaya organisasi*

ABSTRACT:

Organizational communication plays a crucial role in enhancing internal relations within a company. This study aims to analyze how the organizational communication implemented at Saudi Airlines, Imperium Tower Office Jakarta, can improve internal relationships between employees and management. The findings of this study align with Charles Redding's (1972) organizational communication theory, which states that organizational communication examines how an organization conveys decisions and actions to employees, as well as how such communication influences employees' behavior, knowledge, and attitudes. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and document studies. The results show that effective communication and a strong organizational culture contribute to greater openness, trust, and cooperation among individuals in the workplace. Factors such as communicative leadership, the application of organizational cultural values, and the appropriate use of communication channels are key to creating harmonious and productive internal relationships. This study recommends

<i>more adaptive communication strategies and the strengthening of organizational culture to foster a more collaborative and conducive working environment.</i>	
---	--

Keyword: <i>communication; organization; internal relations; Saudi Airlines; organizational culture</i>	
--	--

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk yang unik dan kompleks. Orang perlu terhubung satu sama lain karena mereka adalah makhluk sosial. Melalui komunikasi, manusia membangun hubungan interpersonal, memperluas pemahaman mereka tentang dunia, dan membentuk identitas mereka sendiri (Sabat, 2021). Komunikasi manusia merupakan proses kompleks yang melibatkan pertukaran informasi dan emosi antar individu dalam berbagai bentuk, baik verbal, nonverbal, maupun tertulis (Rogers, 2019; Silviani, 2020).

Komunikasi adalah tindakan menyampaikan dan menerima informasi, ide, dan pesan antara orang atau organisasi. Dalam konteks organisasi, komunikasi menjadi elemen esensial yang memungkinkan kelancaran koordinasi antar bagian dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif (Farhan, 2023; Hamdani & Ramdhani, 2019).

Organisasi modern merupakan unit sosial yang terkoordinasi dan terdiri dari individu-individu dengan tujuan bersama. Komunikasi dalam organisasi memfasilitasi pertukaran informasi, membangun hubungan interpersonal, serta menciptakan efektivitas kerja. Robbins & Judge (2017) menyebutkan bahwa organisasi tidak akan berjalan tanpa komunikasi. Komunikasi menjadi penghubung antar bagian organisasi dan antara individu di dalamnya (Nasikhah, 2022; Siregar et al., 2021).

Budaya organisasi juga menjadi elemen penting dalam membentuk cara komunikasi dan interaksi di dalam organisasi. Budaya yang sehat dapat memperkuat kolaborasi, meningkatkan kepuasan kerja, dan loyalitas karyawan (Rivai, 2020; Sutrisno, 2018). Selain itu, pemahaman terhadap budaya yang berlaku seperti penggunaan simbol dan bahasa tubuh di lingkungan kerja yang multikultural juga krusial untuk menghindari miskomunikasi.

Transportasi udara telah menjadi elemen penting dalam globalisasi dan konektivitas global. Dalam konteks ini, Saudi Airlines sebagai maskapai nasional Kerajaan Arab Saudi memainkan peran penting dalam layanan penerbangan

Timur Tengah dan Asia Tenggara. Kantor perwakilannya di Menara Imperium Jakarta menjadi pusat koordinasi utama yang mengelola operasional dan pelayanan terhadap konsumen Indonesia. Dengan latar belakang lintas budaya yang kuat, interaksi antar karyawan, baik Warga Negara Indonesia maupun asing, memunculkan tantangan komunikasi yang khas.

Fenomena komunikasi lintas budaya di Saudi Airlines Jakarta mencakup penggunaan bahasa nonverbal khas Arab seperti gestur menunggu (menyatukan jari tangan), hingga kebiasaan menggunakan kalender Hijriah yang berbeda dengan sistem kalender Masehi di Indonesia. Hal-hal ini, meskipun terlihat kecil, sering menjadi sumber kesalahpahaman yang dapat mempengaruhi efektivitas kerja dan harmoni internal.

Dengan berbagai dinamika tersebut, penting untuk meneliti bagaimana praktik komunikasi organisasi diterapkan dalam konteks multikultural dan bagaimana kontribusinya terhadap peningkatan hubungan internal. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman akademik mengenai teori komunikasi organisasi tetapi juga rekomendasi praktis untuk organisasi multinasional serupa.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah: “Bagaimana Analisis Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Hubungan Internal (Studi Pada Saudi Airlines Kantor Menara Imperium Jakarta)?” serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan komunikasi, khususnya dalam pengelolaan hubungan kerja lintas budaya di lingkungan organisasi internasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Secara tata nama, kata "komunikasi" berasal dari kata Latin "*Communicates*", yang berarti "berbagi" atau "milik bersama" yaitu suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama (Haykal et al., 2024). Rogers dan D. Lawrence Kincaid dalam (Cangara, 2019) menyoroti pentingnya komunikasi sebagai sarana bagi individu untuk memperoleh pemahaman bersama yang mendalam melalui pengembangan atau pertukaran pengetahuan.

Komunikasi interpersonal didefinisikan oleh Devito (2011) sebagai pertukaran ide dan informasi antara individu atau kelompok kecil orang yang mungkin memiliki berbagai efek dan termasuk kemungkinan umpan balik. (Faraz et al., 2023). Berdasarkan pendapat para ahli di atas terlihat bahwa pengertian dari komunikasi yaitu pondasi dari interaksi manusia yang efektif dan memainkan peran penting dalam setiap aspek kehidupan.

Menurut Riant Nugroho (2004), tujuan komunikasi adalah mengubah perspektif seseorang dan, lebih jauh lagi, mengubah tindakan seseorang. Di sisi

lain, menurut Robert Kahn Katz, komunikasi adalah menyampaikan makna penting dari suatu struktur atau organisasi sosial melalui transmisi pengetahuan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi (2003) dalam (Utami & Gischa, 2021), yang menyatakan bahwa komunikasi mempunyai empat fungsi, yaitu:

1. Menyampaikan informasi: Komunikasi memungkinkan manusia menyampaikan informasi. Contohnya meliputi penyampaian informasi dalam buku, penyebaran berita di televisi, dan penyampaian informasi pribadi di media sosial.
2. Mendidik: Komunikasi memungkinkan penyebaran pengetahuan, yang pada gilirannya membantu orang berkembang menjadi manusia yang baik. Untuk membantu bayinya mengembangkan keterampilan bahasa, para ibu berbicara kepada bayi mereka sejak mereka masih sangat kecil. Sekolah, perguruan tinggi, dan kehidupan masyarakat semuanya berkontribusi pada pendidikan seumur hidup melalui komunikasi.
3. Menghibur: Percakapan dapat membangkitkan semangat seseorang. Menyampaikan belasungkawa saat seseorang sedang sedih, membaca buku yang menginspirasi, menonton acara TV yang menginspirasi, dan mendengarkan musik dengan lirik yang positif merupakan contoh komunikasi.
4. Mempengaruhi: Pepatah lama berbunyi seperti ini, "tak kenal maka tak sayang". Semua itu bermula dari fakta bahwa kata-kata memiliki kekuatan untuk membentuk perilaku dan pandangan manusia. Tindakan mengetahui terjadi melalui wacana. Sebagai contoh lain, pertimbangkan proses sosialisasi kesadaran lingkungan, sebuah cara komunikasi yang bertujuan untuk menanamkan kepedulian lingkungan pada orang lain.

Komunikasi Organisasi

R. Wayne pace dan Don F. Faules yang dialihbahasakan oleh Mulyana (2001: 31-32) dalam (Awaru et al., 2019) menetapkan bahwa makna praktis komunikasi organisasi adalah penyampaian dan pemahaman pesan di antara unit-unit komunikasi dalam suatu organisasi tertentu. Akibatnya, suatu perusahaan beroperasi dalam lingkungan tertentu dan terdiri dari unit-unit komunikasi yang saling berhubungan yang terstruktur secara hierarkis.

Charles Redding (1972) berpendapat bahwa studi teori komunikasi organisasi adalah pemeriksaan cara-cara perusahaan menyampaikan pilihan dan tindakan mereka kepada pekerjanya, dan bagaimana komunikasi ini

memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku orang-orang tersebut. (Maharini, 2024).

Sedangkan menurut Sembiring & Sofiyani (2021), Ketika individu dalam suatu organisasi mampu berkomunikasi secara efektif satu sama lain, maka terbentuklah jaringan komunikasi yang saling bergantung. Orang-orang, seperti organ dalam tubuh, bekerja sama untuk mencapai tujuan dan saling bergantung satu sama lain. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk kelancaran pengoperasian sistem organisasi mana pun dan keberhasilan pencapaian tujuannya.

Komunikasi organisasi memiliki beragam fungsi yang penting untuk kelangsungan dan keberhasilan suatu organisasi. Sementara itu Bungin dalam (Firdaus et al., 2021) mengklaim bahwa berikut ini adalah fungsi komunikasi dalam suatu organisasi:

1. Fungsi Informatif: Setiap orang dalam suatu organisasi berharap untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat, yang merupakan arti dari kata informatif. Setiap orang dapat melakukan bagiannya dengan percaya diri berkat data yang dikumpulkan.
2. Fungsi Regulatif: Kepatuhan terhadap berbagai aturan dan ketentuan organisasi merupakan lingkup fungsi regulatif.
3. Fungsi Persuasif: Kekuasaan dan wewenang saja tidak cukup untuk manajemen organisasi yang efektif. Mengingat fakta ini, tidak mengherankan bahwa banyak pemimpin lebih suka mencoba meyakinkan staf mereka daripada hanya mengeluarkan perintah.
4. Fungsi Integratif: Setiap perusahaan menggunakan dua saluran resmi untuk berkomunikasi dengan karyawannya: publikasi internal dan laporan keberhasilan.

Budaya Organisasi

Budaya suatu organisasi terdiri dari konsep, aturan, asumsi, dan praktik yang dianut dan diterima secara umum oleh para anggotanya dalam menangani masalah dan mencapai tujuan organisasi (Sudarsono, 2019).

Luthans dalam Laksmi (2011: 6) mendefinisikan budaya organisasi sebagai keyakinan dan praktik bersama yang membentuk cara orang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Pendapat karyawan tentang budaya perusahaan lebih penting daripada perasaan mereka sendiri tentang budaya itu sendiri saat membahas budaya organisasi (Rivai, 2020).

Menurut Pacanowsky dan O'Donnell Trujillo (1983), budaya organisasi adalah cara keberadaannya. *"Culture is not something an organization has, a culture is something an organization is"* (budaya bukanlah sesuatu yang dimiliki organisasi, tetapi organisasi itu sendiri adalah budaya) adalah pendapat umum kedua pakar tersebut tentang budaya organisasi. Budaya yang dimiliki organisasi mengandung inti keberadaannya. Di sini, "budaya" didefinisikan sebagai norma dan praktik organisasi, bukan etnis, suku, atau warisan budaya seseorang (Pacanowski dan Trujillo, 2018). (Hutasoit, 2016).

Hubungan Internal

Hubungan internal dalam suatu organisasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan efektivitas kerja. Dalam *"Organizational Behavior"* Robbins dan Judge menjelaskan bahwa, komunikasi internal yang baik dapat meningkatkan koordinasi antar anggota organisasi serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Komunikasi yang efektif memungkinkan penyampaian informasi secara jelas, mengurangi konflik, serta meningkatkan kolaborasi tim dalam mencapai tujuan organisasi (Robbins et al., 2018).

Hubungan internal yang efektif dalam suatu organisasi berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja dan produktivitas perusahaan. Menurut Robbins dan Judge (2018), hubungan internal yang baik dapat meningkatkan kolaborasi, mengurangi konflik, serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis. Dampak hubungan internal terhadap kinerja organisasi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

1. Peningkatan Produktivitas Karyawan: Pekerja cenderung akan memberikan yang terbaik ketika mereka memiliki hubungan baik dengan atasan dan rekan kerjanya. Menurut penelitian yang dilakukan L. Men & Bowen, (2016), komunikasi internal yang efektif dapat meningkatkan keterlibatan karyawan dan mempercepat penyelesaian tugas.
2. Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Karyawan: Kepuasan kerja karyawan dipengaruhi oleh hubungan positif di dalam perusahaan. Karyawan melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi ketika mereka dihargai, ketika ada komunikasi terbuka, dan ketika ada hubungan yang harmonis di antara rekan kerja (Spector, 2022).
3. Penguatan Budaya Organisasi: Budaya organisasi yang kuat sering kali lahir dari hubungan internal yang baik. Schein (2021) menyatakan bahwa budaya kerja yang didukung oleh komunikasi terbuka, transparansi, serta kerja sama antar individu dapat membangun identitas perusahaan yang positif.

4. Peningkatan Inovasi dan Kreativitas: Lingkungan kerja yang mendukung hubungan internal yang baik juga berkontribusi terhadap inovasi dan kreativitas. Menurut (Amabile et al., 2018), tim yang memiliki keterbukaan dalam komunikasi dan kolaborasi cenderung lebih kreatif dalam menyelesaikan masalah serta menghasilkan ide-ide baru.
5. Reduksi Konflik dan Peningkatan Koordinasi: Hubungan internal yang buruk sering kali menyebabkan konflik di tempat kerja, yang pada akhirnya dapat menurunkan kinerja organisasi (Rahim, 2017). Sebaliknya, ketika organisasi menerapkan sistem komunikasi yang efektif dan membangun hubungan kerja yang positif, konflik dapat diminimalkan dan koordinasi antar tim menjadi lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif berdasarkan metode penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi organisasi dalam meningkatkan hubungan internal di Saudi Airlines Kantor Menara Imperium Jakarta. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara rinci berbagai aspek pengalaman karyawan dalam konteks budaya organisasi yang ada. Penelitian dilakukan dalam situasi alamiah, di mana peneliti menjadi instrumen kunci dan data dikumpulkan melalui teknik *triangulasi*, yaitu gabungan dari observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Lokasi penelitian berada di kantor Saudi Airlines Indonesia, divisi *Sales and Marketing*, Menara Imperium lantai 6, Jalan HR Rasuna Said Kav. 1, Kuningan, Jakarta 12980, dengan waktu pelaksanaan dari bulan April sampai Juni 2024. Fokus penelitian ini adalah pada analisis komunikasi organisasi dalam rangka meningkatkan hubungan internal, sebagaimana dijelaskan oleh Auerbach dan Silverstein dalam Sugiyono (2023), bahwa penelitian *kualitatif* bertujuan menemukan makna melalui analisis teks dan wawancara.

Baik sumber primer maupun sekunder digunakan dalam proses pengumpulan data. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi yang cermat. Dua jenis informan diwawancarai: *key informan* dan informan biasa. *Key informan* adalah individu yang memiliki posisi strategis dan dianggap memiliki pengetahuan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, *key informan* adalah Abdurrahman Alahmadi selaku *Manager Sales and Marketing*. Informan lainnya terdiri dari karyawan internal dan pelanggan eksternal yang terlibat dalam interaksi organisasi.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi terhadap interaksi antar karyawan di lingkungan kerja untuk mengamati perilaku dan pola komunikasi yang

terbentuk dalam budaya organisasi. Buku, jurnal, makalah, dan dokumen bisnis formal semuanya merupakan bagian dari tinjauan literatur dan dokumentasi yang mengumpulkan data sekunder. Studi pustaka berperan sebagai landasan teoritis, sementara dokumentasi digunakan untuk menelusuri data historis dan mendukung temuan lapangan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldana, yang terdiri dari tiga tahap yaitu *data condensation*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Pada tahap *data condensation*, data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dipilah, disederhanakan, dan difokuskan untuk memudahkan analisis. Kemudian, pada tahap *data display*, data yang telah diseleksi disusun dalam bentuk naratif yang sistematis. Tahap akhir adalah *conclusion drawing/verification*, di mana peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan pola dan hubungan yang ditemukan, serta memverifikasi temuan dengan teknik *triangulasi*.

Teknik triangulasi sumber digunakan untuk menilai keabsahan data. Artinya, data dibandingkan dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai cara informasi untuk memastikan keakuratan dan konsistensinya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang valid, objektif, dan terpercaya, serta memperkaya pemahaman terhadap fenomena yang diteliti secara komprehensif. Dengan demikian, metodologi penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan realitas komunikasi organisasi secara mendalam dan kontekstual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini disusun berdasarkan temuan lapangan serta teori komunikasi organisasi dari Charles Redding (1972), yang menekankan pentingnya komunikasi dalam membangun struktur dan dinamika organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi internal yang terstruktur dan terbuka berperan penting dalam meningkatkan profesionalisme dan motivasi kerja karyawan. Informan II menyampaikan bahwa komunikasi yang dilakukan secara jelas dan rutin melalui media seperti rapat, email, dan sistem *AGCIS* mampu meningkatkan keterlibatan serta efisiensi kerja tim. Hal ini sesuai dengan teori Redding yang menekankan pentingnya "*informational flow*" dalam membentuk perilaku kerja yang produktif. Ketika komunikasi berjalan efektif, karyawan merasa dihargai dan lebih termotivasi untuk memberikan kinerja terbaiknya.

Sebagai contoh, Informan IV, salah satu pelanggan, menegaskan bahwa staf Saudi Airlines bersikap profesional dan memberikan informasi penerbangan umrah secara jelas dan mudah dimengerti. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku

positif karyawan yang terlihat oleh pelanggan merupakan refleksi dari proses komunikasi internal yang baik.

Namun, ditemukan juga bahwa struktur hierarki yang kaku dapat menghambat fleksibilitas dalam komunikasi antar departemen, sehingga perusahaan perlu menerapkan komunikasi horizontal yang lebih efektif untuk mengurangi hambatan tersebut.

Temuan lain menunjukkan bahwa komunikasi juga berfungsi sebagai media pembelajaran di tempat kerja. Informan III menyatakan bahwa sistem komunikasi internal yang terpusat, seperti *AGCIS*, memungkinkan karyawan untuk terus memperbarui pengetahuan tentang layanan, promosi, serta kebijakan perusahaan. Kemampuan berbahasa Arab yang diperoleh melalui interaksi sehari-hari juga menjadi pengetahuan tambahan yang signifikan. Ini sangat berguna dalam pelayanan terhadap pelanggan dari Timur Tengah. Bahkan, Informan V, seorang pelanggan berkebangsaan Arab, menyatakan pentingnya pelatihan bahasa Arab untuk semua staf Saudi Airlines guna meningkatkan kualitas komunikasi dan pelayanan. Pengetahuan ini juga mencakup pemahaman terhadap kebijakan harga, strategi loyalitas, serta inovasi layanan yang membuat staf lebih siap dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan maupun mitra bisnis.

Aspek sikap karyawan pun tak luput dari pengaruh komunikasi. Informan I menyebutkan bahwa pola pikir proaktif dan bertanggung jawab dapat dibina melalui komunikasi terbuka antara manajemen dan staf. Hal ini diperkuat oleh pernyataan mitra bisnis (Informan VI) yang merasakan manfaat dari komunikasi intens yang dilakukan oleh staf Saudi Airlines. Sikap profesional juga ditunjukkan dalam komunikasi eksternal dengan agen *travel*, pelanggan, serta mitra strategis. Interaksi yang dilakukan secara intens, informatif, dan suportif memperkuat relasi bisnis dan kepercayaan publik terhadap maskapai. Selain itu, komunikasi yang transparan dan menyeluruh memberikan dampak pada peningkatan rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas mereka, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif dan kolaboratif.

Temuan ini mendukung teori Redding, sekaligus menunjukkan bahwa teknologi komunikasi seperti *AGCIS* menjadi katalis dalam memperkuat komunikasi organisasi. Namun, sistem digital ini juga menghadapi tantangan dalam menyatukan komunikasi lintas departemen yang masih terkotak-kotak akibat struktur organisasi yang birokratis.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Awadh (2023) yang menekankan pentingnya transparansi dalam meningkatkan loyalitas karyawan. Namun, berbeda dari hasil studi Hasan (2020) yang lebih menyoroti efektivitas komunikasi

vertikal, hasil penelitian ini justru menunjukkan pentingnya komunikasi horizontal antartim operasional dan pemasaran. Tantangan lainnya termasuk adanya persepsi yang berbeda antar individu akibat penggunaan istilah yang ambigu. Informan III menyebutkan bahwa penting untuk menggunakan bahasa yang sederhana dan tidak emosional agar menghindari kesalahpahaman. Dengan memperhatikan aspek persepsi, afeksi, motivasi, dan konotatif dalam komunikasi, perusahaan dapat membangun pendekatan komunikasi yang menyeluruh dan berdampak luas.

Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan penting bagi manajemen Saudi Airlines dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif. Pemanfaatan teknologi digital harus dibarengi dengan pelatihan komunikasi interpersonal dan pemahaman lintas budaya. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperluas pemahaman tentang penerapan teori komunikasi organisasi dalam konteks industri layanan, khususnya penerbangan. Komunikasi bukan hanya alat informasi, tetapi instrumen strategis untuk membangun sumber daya manusia yang unggul.

Secara keseluruhan, komunikasi organisasi di Saudi Airlines terbukti berdampak positif terhadap perilaku, pengetahuan, dan sikap karyawan. Komunikasi yang efektif bukan sekadar alat penyampaian informasi, melainkan elemen strategis yang memperkuat produktivitas dan integrasi organisasi. Efektivitas komunikasi ini mendukung pencapaian tujuan perusahaan dalam menghadirkan layanan yang unggul, membangun loyalitas pelanggan, serta meningkatkan efisiensi operasional di tengah persaingan industri penerbangan global.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi organisasi di Saudi Airlines Kantor Menara Imperium Jakarta dalam memperkuat hubungan kerja. Strategi komunikasi yang efektif, seperti keterbukaan, teknologi pendukung, dan kepemimpinan responsif, menyediakan tempat kerja yang damai dan produktif. Komunikasi yang baik meningkatkan koordinasi, keterlibatan, dan kepuasan kerja. Namun, tantangan seperti perbedaan budaya, hambatan bahasa, dan gaya komunikasi beragam tetap ada. Oleh karena itu, manajemen perlu mengembangkan kebijakan komunikasi yang inklusif, meningkatkan keterampilan komunikasi karyawan, dan menciptakan saluran komunikasi yang fleksibel untuk mendukung kinerja dan keberlanjutan perusahaan.

Penelitian ini memberikan saran bagi perusahaan untuk meningkatkan komunikasi internal, menciptakan budaya terbuka, dan mengatasi hambatan

komunikasi; bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan studi, menggunakan metode yang beragam, serta meneliti dampak komunikasi terhadap kinerja; serta bagi pembaca untuk menerapkan komunikasi yang efektif, memanfaatkan hasil penelitian, dan melanjutkan kajian lebih lanjut, sehingga diharapkan penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan komunikasi organisasi yang lebih harmonis dan produktif. ●

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2019). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Faraz, F., Setiadi, A. A. F., Khoerunnisa, E., & Nastiyar, F. A. (2023). Komitmen organisasi staf jurnal Indonesia berdasarkan komunikasi, kepemimpinan, dan etika kerja. *Jurnal Komunikasi*, 18(1), 15–33.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss1.art2>
- Farhan. (2023, August 3). *Komunikasi: Arti, proses, dan pentingnya dalam kehidupan manusia*. Universitas Siber Asia.
- Firdaus, A. J., Siregar, E. S. F., Pratiwi, T., & Sahputra, D. (2021). Peran komunikasi organisasi dalam pengembangan organisasi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(2), 134–140.
<https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i2.637>
- Haykal, M., Zuhra, N., Effendi, E., Sari, W., Nafidza, S., & Najmullah, A. (2024). Pertumbuhan dan perkembangan ilmu komunikasi. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1151–1163.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.617>
- Hutasoit, M. A. (2016). *Pemahaman karyawan terhadap simbol-simbol budaya organisasi (Studi deskriptif tentang pemahaman karyawan terhadap simbol-simbol budaya organisasi di PT PLN (Persero) Pembangunan Sumatera Bagian Utara [Skripsi, Universitas Sumatera Utara])*.
<https://123dok.com/document/nzw4d7qe-pemahaman-karyawan-terhadap-organisasi-deskriptif-pemahaman-organisasi-pembangkitan.html>
- Maharini, U. (2024, February 22). *Teori komunikasi organisasi menurut para ahli: Pemahaman penting dalam dunia bisnis*. Viktolia.id.
- Rahim, M. A. (2017). *Managing conflict in organizations*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203786482>

- Rivai, A. (2020). Kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5291>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational behavior*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=yonBswEACAAJ>
- Sabat, O. (2021, November 12). Pengertian manusia sebagai makhluk sosial dan ciri-cirinya. *Detik.com*.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi organisasi*. Scopindo Media Pustaka.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., Hanika, I. M., Zusrony, E., Chairunnisah, R., Ismainar, H., Syamsuriansyah, S., Bairizki, A., Lestari, A. S., & Utami, M. M. (2021). *Komunikasi organisasi*. CV Widina Media Utama.
- Sudarsono, S. (2019). Budaya organisasi. *Widya Balina*, 4(2), 40–52. <https://doi.org/10.53958/wb.v4i2.39>
- Sutrisno, E. (2018). *Budaya organisasi*. Prenadamedia Group.
- Utami, N. S., & Gischa, S. (2021, August 5). *Komunikasi: Pengertian para ahli, fungsi, tujuan, dan jenis-jenisnya*. Kompas.com.