

INTENSITAS KOMUNIKASI ORGANISASI DAN KINERJA KARYAWAN DIVISI MARKETING SUPPORT PT KENCANA MAJU BERSAMA

¹Nabila Aulia Putri Aprilla, ²Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi, ³Herlina Kusumaningrum,
S. Sos., MA,

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

nabilaauliaptrprll@gmail.com

Abstract

Communication plays an important role in life, all forms of human activity are inseparable from communication, whether it is communication between individuals or within organizations. This study aims to examine the depth of communication intensity and employee performance in the Marketing Support Division of PT Kencana Maju Bersama. The research aims to reveal that communication intensity has an impact on the performance of employees in the division. In this study, the author used observation methods to identify issues and other findings during the research process. Additionally, the researcher used interview methods to ensure that the data obtained was accurate and based on field facts. The results of this study indicate that the frequency of communication in the Marketing Support Division is quite high, based on the facts provided by research informants, and this intensity has a positive impact on employee performance. This performance evaluation is based on the alignment of employee performance results with performance indicators. Moreover, individual and field factors also influence employee performance. This research also aims to provide insights for future studies. It is hoped that the findings of this study can serve as a reference for developing organizational communication intensity and employee performance.

Keywords: Communication intensity, Organizational communication, Employee performance

Abstrak

Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan, segala bentuk aktivitas manusia tak lepas dari komunikasi, baik komunikasi antar sesama ataupun komunikasi dalam organisasi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat kedalaman intensitas komunikasi dan kinerja karyawan yang ada dalam Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama. Penelitian ini bertujuan mengungkapkan bahwa intensitas komunikasi memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan yang ada dalam divisi tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode observasi untuk mengidentifikasi permasalahan dan temuan-temuan lain yang ditemukan pada saat proses penelitian, selain itu peneliti juga menggunakan metode wawancara untuk menunjang data yang diperoleh adalah data yang benar sesuai dengan fakta lapangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi komunikasi dalam Divisi Marketing Support cukup tinggi, hal itu di dasarkan pada fakta yang disampaikan oleh narasumber penelitian dan intensitas tersebut berdampak pada kinerja karyawan yang cukup baik, penilain kinerja tersebut didasarkan pada kesesuaian hasil kinerja karyawan dengan indikator kinerja karyawan. Selain itu faktor pengaruh individu dan juga lapangan turut menjadi salah satu pengaruh terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini juga bertujuan sebagai bahan wawasan terhadap penelitian selanjutnya. Dengan ini diharapkan, bahwa temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengembangan intensitas komunikasi organisasi dan kinerja karyawan

Kata kunci: Intensitas Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Kinerja Karyawan

Pendahuluan

Di beberapa perusahaan memiliki Divisi Marketing sebagai pengganti humas, untuk menjembatani hubungan eksternal maupun internal perusahaan, tak terkecuali pada Divisi Marketing di PT Kencana Maju Bersama. Dalam hal ini Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama memiliki peranan yang penting dalam perusahaan tersebut. Keberhasilan Divisi Marketing Support dalam menjalankan tugas sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan.

PT. Kencana Maju Bersama merupakan sebuah perusahaan distribusi produk-produk bahan bangunan terutama baja ringan beserta pendukungnya. Didirikan pada tahun 2019 dengan mendistribusikan produk merk KENCANA yang diproduksi oleh PT Kepuh Kencana Arum ke seluruh Indonesia melalui 33 kantor cabangnya. PT Kencana Maju Bersama menciptakan pasokan yang kontinu dipasar sehingga akan sangat mudah untuk memperoleh produk baja ringan KENCANA yang berkualitas sehingga menghasilkan distribusi yang merata.

Divisi Marketing Support sendiri merupakan suatu tim yang menunjang, mendukung serta memberi pelayanan dalam ranah pemasaran, seperti memberikan pelayanan mengenai mempersiapkan produk untuk membuka booth saat event, presentasi produk knowledge, serta membantu untuk urusan kerjasama maupun sponsorship. Tugas Marketing Support secara umum adalah membantu untuk Advertising dan Customer Service. Advertising yang dilakukan oleh Marketing Support PT Kencana Maju Bersama bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai produk perusahaan dan meningkatkan Brand Awareness masyarakat terhadap produk maupun perusahaan tersebut.

Selain itu tim Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama juga melakukan pemasaran melalui event yang diadakan dengan menjadi sponsorship pada acara tersebut, juga memasang iklan di salah satu stasiun televisi agar terciptanya kerjasama antara Stasiun Tv tersebut dengan PT Kencana Maju Bersama, jadi tak hanya memasang iklan, Divisi Marketing Support juga melakukan kerjasama yang bertujuan untuk meningkatkan relasi perusahaan. Hal tersebut tentu membutuhkan koordinasi tim yang baik untuk meningkatkan keberhasilan kegiatan-kegiatan tersebut dengan hasil yang maksimal.

Peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan ini dikarenakan adanya dugaan ketidakseimbangan komunikasi yang terjalin di dalam tim Divisi Marketing ketika melaksanakan suatu kegiatan internal maupun eksternal. Dugaan sementara tersebut muncul berdasarkan pengamatan peneliti ketika bekerja disana. Beberapa masalah yang timbul disebabkan oleh tidak optimalnya komunikasi yang terjalin di dalam tim sehingga koordinasi tidak dapat berjalan dengan baik, hal tersebut kemudian berdampak pada kinerja dan hasil dari apa yang telah dilakukan yang kemudian merambat pada lingkungan kerja yang berjalan tidak efektif dan kurang kondusif.

Intensitas komunikasi organisasi dapat mempengaruhi hasil kinerja karyawan menjadi lebih baik, komunikasi organisasi yang berjalan dengan maksimal memungkinkan anggotanya melakukan pekerjaan dengan lebih teratur, dengan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik memudahkan anggota dalam tim melakukan pertukaran informasi antara individu dalam tim sehingga memudahkan anggota lainnya untuk saling berbagi dan belajar, untuk mencapai hal tersebut tentu harus didukung dengan komunikasi organisasi yang tepat. Komunikasi dalam tim yang berjalan dengan baik memudahkan setiap anggota yang terlibat didalamnya menjadi lebih kondusif karena proses koordinasi menjadi lebih mudah yang kemudian berdampak pada kerjasama dan kekompakan tim menjadi lebih kuat. Hal tersebut kemudian dapat menekan perbedaan pendapat yang muncul akibat ketidakselarasan komunikasi.

Dengan demikian peneliti perlu untuk melakukan pengamatan subjektif lebih dalam mengenai intensitas komunikasi organisasi yang optimal dan minim resiko kegagalan untuk

diterapkan di Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama supaya terciptanya lingkungan kerja yang baik serta peningkatan kualitas kinerja karyawan. Oleh karena itu peneliti berharap dapat mencari solusi yang timbul dalam Divisi tersebut. Selain itu, peneliti juga melihat perlu adanya evaluasi lanjutan terhadap kinerja setiap tim dari Divisi Marketing Support agar dapat meningkatkan kualitas kinerja karyawan dan dapat dengan mudah mengidentifikasi akar permasalahan dan solusi yang di capai untuk mengurangi dan menyelesaikan permasalahan yang timbul dalam instansi tersebut. Peneliti meneliti permasalahan ini untuk tujuan mendapatkan hasil dari dugaan peneliti karena adanya ketidakseimbangan komunikasi organisasi yang terjalin pada Divisi Marketing Support, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran atas dugaan peneliti supaya dapat dikatakan benar mengenai permasalahan yang diidentifikasi oleh penulis, serta untuk membuktikan bahwa keberhasilan pekerjaan sangat ditentukan dari komunikasi yang dijalin antar tim yang kemudian berdampak pada hasil kinerja karyawan. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan nantinya peneliti mendapat jawaban serta solusi atas permasalahan yang terdapat dalam tim tersebut.

Metode Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk melihat lebih dalam intensitas komunikasi organisasi yang ada dalam Divisi Marketing Support serta melihat kinerja karyawan dalam Divisi tersebut. Maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif eksploratif. Metode kualitatif sendiri adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dan peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya **Sugiyono (2017:19)**. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan gambaran secara lebih mendalam dan jelas melalui pengamatan, pengumpulan data, analisis dan penjabaran.

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat eksploratif. Metode eksploratif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan apa adanya suatu keadaan atau gejala (Arikunto, 2019). Data dari hasil penelitian itu kemudian disusun secara kualitatif. Data yang didapatkan dalam penelitian ini berasal dari observasi, wawancara, dan juga dokumentasi yang nantinya akan mendapatkan jenis data yang akan dibutuhkan untuk penelitian

Teknik pengumpulan data adalah langkah strategis dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk mengungkapkan sebuah informasi dari responden yang sesuai dengan lingkup penelitian. Teknik yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data digunakan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif yang berupa kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam struktur kualifikasi. Teknik analisis data digunakan sebagai penyampaian hasil penelitian sehingga dianggap layak dan mampu memaparkan fenomena penelitian berdasarkan fakta yang didapatkan di lapangan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis data. Data bisa dikumpulkan dalam berbagai cara seperti observasi, wawancara, intisari dokumen dan pita rekaman. Sebelum siap digunakan biasanya data diproses terlebih dahulu melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Intensitas komunikasi organisasi dalam divisi marketing support dilihat dari kedalaman komunikasi yang terjalin oleh individu dalam tim tersebut serta dari divisi tersebut terhadap divisi lain. Intensitas ini dilihat dari interaksi yang dilakukan oleh Divisi Marketing Support PT

Kencana Maju Bersama. Intensitas komunikasi organisasi yang ada dalam divisi ini dibagi menjadi dua yakni intensitas besar dan intensitas kecil.

a) Intensitas Besar

Intensitas besar dilakukan oleh Divisi Marketing Support dengan divisi-divisi lain yang terdapat dalam perusahaan. Seperti yang disampaikan oleh SPV Divisi Marketing Support. Komunikasi yang terjalin dengan divisi lain dapat dikatakan jarang, hanya pada saat mereka melakukan pekerjaan yang saling berkaitan. Namun meskipun jarang terlibat dalam komunikasi, Divisi Marketing Support tetap menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan mereka hanya saja intensitas komunikasinya terbilang rendah, karena hanya dilakukan sesekali, atau pada saat terlibat dalam satu pekerjaan yang sama

b) Intensitas Kecil

Intensitas kecil meliputi seluruh keterlibatan dalam proses komunikasi yang terjalin dalam tim Divisi Marketing Support. Intensitas komunikasi organisasi dalam Divisi Marketing Support meliputi komunikasi yang terjalin antar individu yang ada dalam Tim. Dalam divisi ini hampir seluruh pekerjaan memerlukan komunikasi untuk saling berkoordinasi. Dalam keseharian hampir setiap pekerjaan memerlukan koordinasi tim, yang kemudian menciptakan intensitas komunikasi yang tinggi, juga adanya meeting dalam setiap bulan yang dilakukan secara berkala menciptakan komunikasi yang intens dalam tim tersebut.

Intensitas komunikasi organisasi di tim divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama memainkan peran krusial dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dengan frekuensi komunikasi yang tinggi, setiap anggota tim dapat selalu berada pada jalur yang sama, mempercepat proses pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah. Diskusi rutin, baik melalui pertemuan langsung maupun platform digital, memastikan bahwa informasi penting tersampaikan secara efektif dan tidak ada detail yang terlewatkan. Kolaborasi yang erat ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membangun sinergi yang kuat antar anggota tim, mendorong inovasi dan kreativitas dalam merancang strategi pemasaran. Dengan demikian, intensitas komunikasi yang tinggi menjadi kunci utama dalam memperkuat kinerja divisi Marketing Support dan, pada akhirnya, kontribusi signifikan terhadap kesuksesan PT Kencana Maju Bersama. Pernyataan bahwa intensitas komunikasi dalam tim ini terbilang tinggi juga disampaikan oleh SPV Marketing Support dan juga Staff Sosmed nya yang menyatakan.

Kinerja karyawan dalam Divisi Marketing Support dapat dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya adalah faktor individu, faktor individu inilah yang dijadikan acuan bagaimana kita melihat kinerja mereka dalam melaksanakan pekerjaan. Adapun faktor individu tersebut meliputi:

1. Usaha (Effort)

Berdasarkan fakta yang ada dilapangan menunjukkan bahwa karyawan yang ada dalam Divisi Marketing Support memiliki usaha yang sungguh-sungguh dalam menjalankan pekerjaan mereka, terlihat bagaimana mereka sebisa mungkin menyelesaikan pekerjaan atau tugas yang diberikan kepada mereka sesuai dengan waktu yang diberikan.

2. Abilities

Melihat dari sifat personal karyawan saat menghadapi permasalahan, mereka cenderung memiliki sifat yang profesional, dengan menyikapi permasalahan yang dihadapi, serta mereka mempunyai problem solve yang baik, sehingga saat dihadapkan pada permasalahan, sifat yang mereka tunjukkan membuktikan bahwa mereka adalah pekerja yang profesional, hal ini seperti disampaikan oleh SPV Marketing Support, Fitriani

Telaumbauna, S.I.Kom yang melihat bagaimana sifat anggotanya dalam menghadapi permasalahan.

3. **Role / Task Perceptions (Persepsi Tugas)**

Task perception adalah suatu perilaku terhadap aktivitas yang harus dimiliki oleh pekerja dalam menyelesaikan pekerjaannya (Sutrisno, 2016). Dalam hal ini perilaku yang harus dimiliki dan ditanamkan pada pikiran mereka adalah rasa tanggung jawab. Karyawan yang memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi akan menjalankan tugas ataupun pekerjaan dengan sungguh-sungguh dan berusaha semaksimal mungkin, seperti yang ditunjukkan oleh karyawan dalam Divisi Marketing Support yang menyatakan bahwa mereka harus memiliki rasa tanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan mereka, bentuk tanggung jawab mereka terhadap pekerjaan berbeda-beda misal pada karyawan atau staff socmed bentuk tanggung jawab yang beliau buat.

Salah satu bentuk tanggung jawab yang dimiliki oleh SPV adalah bisa menentukan skala prioritas pekerjaannya, supaya bisa membedakan mana pekerjaan yang memiliki keadaan urgent, serta dengan tidak menunda-nunda menyelesaikan pekerjaan. Itu merupakan salah satu bentuk sifat tanggung jawab yang harus dimiliki oleh seorang pekerja, jangan sampai menunda-nunda pekerjaan ketika ada waktu kosong. Sebagai pekerja kita harus mampu memanfaatkan pekerjaan dengan baik.

Selain faktor-faktor tersebut, kinerja kerja karyawan juga dipengaruhi oleh indikator-indikator yang bertujuan untuk mengukur hasil kinerja yang dilakukan oleh karyawan dalam divisi tersebut. indikator-indikator ini berfungsi untuk menjabarkan bagaimana hasil dari kinerja mereka, adapun indikator-indikator tersebut diantaranya:

I. **Kualitas Kerja**

Melihat fakta yang ada dilapangan, pada observasi yang saya lakukan, saya melihat bahwa kualitas kinerja dari karyawan yang ada dalam Divisi Marketing Support mengalami peningkatan yang cukup baik, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas kerja yang dihasilkan oleh mereka menjadi lebih maksimal, hal ini tentunya didukung karena kerja keras tim yang luar biasa. Kekompakan yang dijalain selama ini membuahkan hasil yang baik, dengan menjadikan tim semakin solid dan kuat, meski beberapa kali mereka masih sering dihadapkan pada permasalahan, namun hal tersebut dapat terselesaikan dengan adanya evaluasi rutin yang dilakukan. Hasil kerja yang baik tersebut disampaikan oleh SPV Marketing Support, Fitriani yang menyampaikan bahwa kualitas kerja timnya cukup bagus karena didorong dengan kemampuan tim mereka yang juga luar biasa

II. **Kuantitas**

Kuantitas karyawan dilihat dari seberapa banyak jumlah aktivitas pekerjaan yang dapat dihasilkan oleh mereka. Dalam artian apakah karyawan tersebut dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan estimasi waktu yang diberikan atau bisa lebih cepat dari waktu yang diberikan. Dalam hal ini beberapa kali karyawan terlambat menyelesaikan pekerjaan sesuai waktunya, karena ada beberapa pekerjaan urgent yang mendadak tidak sesuai dengan plan mereka. Dalam ini kuantitas pekerjaan cukup dikatakan baik namun belum maksimal, karena ada beberapa pekerjaan yang tertunda karena ada urgensi yang lebih penting. Penilaian itu berdasarkan ketepatan waktu yang diberikan, namun seperti yang disampaikan oleh informan bahwa ada beberapa pekerjaan yang memang tidak sesuai dengan estimasi waktu yang diberikan. Apabila mereka dapat menyelesaikan waktu sesuai dengan yang diberikan atau bahkan lebih cepat, maka mereka bisa menyelesaikan pekerjaan lain, jadi apa yang mereka hasilkan bisa jauh lebih banyak.

III. **Ketepatan Waktu**

Ketepatan waktu yang diselesaikan oleh karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka, berpengaruh terhadap hasil kinerja mereka, apabila pekerjaan diselesaikan

sesuai waktu yang diberikan, otomatis hal tersebut tidak akan mengganggu aktivitas pekerjaan yang lain. Dalam hal ini ketepatan waktu karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan cukup baik, namun memang ada beberapa yang harus terpaksa lebih mundur dari estimasi yang diberikan karena adanya pekerjaan tambahan yang mendadak diluar jadwal pekerjaan yang sudah dibuat, melihat bahwa divisi ini kerap mendapat tawaran pemasaran melalui event-event yang mendadak, dan sponsorhip yang mengajukan kerjasama dalam waktu dekat, otomatis membuat mereka harus menangani pekerjaan tersebut lebih dulu, dan mengesampingkan pekerjaan sebelumnya.

IV. **Efektivitas**

Dalam hal ini efektivitas yang dimaksud adalah memaksimalkan sumber daya yang dimiliki oleh Divisi Marketing Support. Pemanfaatan sumber daya yang ada dalam divisi tersebut digunakan dengan maksimal seperti penggunaan alat elektronik yang difasilitasi oleh perusahaan mereka gunakan sebaik mungkin untuk menunjang pekerjaan mereka. Pemanfaatan sumber daya manusia juga digunakan sebaik mungkin untuk menghasilkan ide-ide, dan inovasi baru yang bermanfaat bagi mereka, saya juga melihat bahwa Divisi Marketing Support memiliki ruangan untuk pengambilan konten disertai dengan alat elektronik yang mumpuni untuk menciptakan konten dengan visual yang lebih bagus dan menarik, serta memanfaatkan karyawan yang pandai dalam pengoperasian alat-alat tersebut.

V. **Kemandirian**

Kemandirian dalam hal ini merupakan bagaimana pekerja menyelesaikan pekerjaan dengan mandiri, tanpa memerlukan bantuan dan bimbingan saat menjalankan fungsi pekerjaannya. Namun dalam Divisi Marketing Support tentunya ada beberapa pekerjaan yang memang harus mendapatkan pengawasan dan bimbingan, biasanya pada project-project penting, namun untuk pekerjaan lain yang sesuai dengan pekerjaan mereka pada hari-hari biasa mereka sudah cukup mandiri tanpa memerlukan bimbingan.

Kedalaman intensitas komunikasi dalam penelitian ini tidak diukur menggunakan variabel angka, namun pada penjabaran yang menggunakan cabang dari Teori Co-Orientasi untuk melihat kedalaman intensitas komunikasi dalam divisi tersebut.

- **Orientasi**

Berdasarkan pada apa yang saya lihat pada Divisi marketing, saya menemukan karyawan baru (Manajemen Trainee) yang ditempatkan pada Divisi marketing Support, saya melihat bagaimana SPV maupun karyawan lama yang ada dalam tim tersebut, menjelaskan beberapa pekerjaan yang akan ia handle. Saya melihat bahwa karyawan baru tersebut merasa diterima dan lebih percaya diri. Hal itu terbukti bahwa ia menjalankan pekerjaan dengan baik karena berani untuk bertanya kepada individu lain dalam tim tersebut, keberanian itu muncul karena dorongan rasa percaya diri yang timbul karena ia merasa diterima dengan baik.

Jadi berdasarkan apa yang saya temukan, saya melihat orientasi sangat berpengaruh terhadap cara berkomunikasi anggota baru dalam tim tersebut. Orientasi inilah yang kemudian akan berdampak pada tingginya intensitas komunikasi pada karyawan selanjutnya.

- **Ketertarikan**

ketertarikan dalam bab ini merujuk pada ketertarikan karyawan terhadap pekerjaan mereka. Ketertarikan ini kemudian memicu semangat pekerja untuk menciptakan hasil yang luar biasa. Ketertarikan pekerja dalam pekerjaannya menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan kondusif. Dengan terciptanya lingkungan kerja yang sehat, dapat

meningkatkan interaksi antar individu dalam tim. Meningkatnya interaksi dalam tim menjadi bukti bahwa intensitas komunikasi organisasi dalam tim cukup tinggi. Intensitas komunikasi tersebut kemudian akan berdampak pada kemampuan mereka menjalankan pekerjaan dengan baik. Berdasarkan pada apa yang penulis lihat, ketertarikan individu dalam Divisi Marketing Support menciptakan lingkungan kerja yang sehat, tentunya itu meningkatkan produktivitas mereka. Dari ketertarikan tersebut, terciptanya interaksi antar sesama individu dalam tim dimanfaatkan untuk berkoordinasi mengensai pekerjaan mereka. Dari interaksi yang terjalin dengan baik kita bisa melihat bahwa intensitas komunikasi yang dilakukan mereka mempunyai frekuensi yang tinggi.

Hasil kinerja karyawan yang sesuai dengan indikator-indikator telah dijelaskan sebelumnya, dengan didukung oleh bukti hasil wawancara dengan narasumber. Pada bab ini peneliti akan menjelaskan hasil kinerja berdasarkan pada Teori Kinerja dan pengembangannya.

- **Prestasi Kumulatif**

Prestasi kumulatif pekerja dimasa depan ditentukan dari interaksi yang mereka bangun dari keseluruhan kinerja mereka saat bekerja dan waktu yang dihasilkan mereka untuk bekerja. Prestasi mereka ditentukan sejak awal pekerja melakukan interaksi dengan lingkungannya, interaksi yang intens semakin mempengaruhi prestasi kerja mereka, dengan interaksi yang dibangun dengan baik, pekerja akan dengan mudah menyelesaikan pekerjaan dan memudahkan mereka dalam meresap ilmu-ilmu baru dalam dunia kerja. Interaksi yang mereka ciptakan akan membentuk relasi yang luas, tentunya itu akan meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan mereka. Relasi yang kuat dan bagus, sangat berdampak pada citra baik perusahaan yang menaunginya, tentunya itu tak lepas dari peran interaksi yang dibangun.

Berdasarkan apa yang penulis temukan, prestasi pekerja ditentukan dari interaksi yang mereka bangun dengan sekitar dan kualitas kerja yang mereka hasilkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan pengangkatan Fitriani Telaumbauna sebagai SPV baru dalam Divisi Marketing Support, keberhasilannya dalam menjalin interaksi dengan perusahaan-perusahaan besar supaya mau menjadi partnership dari PT Kencana Maju Bersama membuahkan hasil kerja yang maksimal, tentunya prestasi-prestasi itu ia dapatkan dari kegigihannya dalam bekerja serta jalinan interaksi yang ia bangun. Keberhasilan tersebut membawanya pada posisi yang sekarang.

Dari situ kita bisa melihat bahwa prestasi kumulatif pekerja dapat dilihat dari interaksi yang selama ini mereka bangun saat bekerja, tentunya dengan diimbangi kegigihan dan pantang menyerah untuk memulai semuanya.

- **Tingkat Keseluruhan Kinerja**

Tingkat Keseluruhan kinerja saat bekerja dipengaruhi oleh efisiensi yang bersumber dari kemampuan pribadi. Dalam hal ini kemampuan pribadi pekerja menentukan hasil keseluruhan kinerja yang mereka hasilkan. Kemampuan yang mereka miliki menentukan hasil yang akan mereka peroleh.

Berdasarkan apa yang ditemukan oleh peneliti, ia melihat bahwa kemampuan staff socmed dalam menganalisa pasar dan trend yang ada dalam sosial media, menciptakan keberhasilan promosi melalui media sosial, serta dapat menjalin kerjasama dengan beberapa artis yang dapat meningkatkan insight media sosial PT Kencana Maju bersama. Kemampuan inilah yang kemudian menciptakan keberhasilannya dalam menyelesaikan pekerjaan dengan maksimal.

Adapun waktu yang dihasilkan pada keseluruhan kinerja dipengaruhi oleh motivasi dan pengatuhan yang mereka miliki. Apabila seorang karyawan memiliki motivasi dan semangat tinggi mereka akan bersemangat untuk menyelesaikan pekerjaan mereka

dengan sungguh-sungguh, tentunya itu juga diimbangi dengan kemampuan mereka yang mumpuni.

- **Kemampuan Pekerja**

Kemampuan pekerja dalam menjalankan peran dan tanggung jawabnya turut mempengaruhi hasil kinerja mereka. Kemampuan pekerja seperti motif, keyakinan, pengetahuan, dan keyakinan dipengaruhi oleh sifat turun temurun pekerja dan faktor lingkungan. Sifat turunan yang dimaksud adalah sifat yang diturunkan oleh pekerja yang lebih senior. Apabila senior pekerja tersebut adalah individu yang gigih dan bersungguh-sungguh, itu dapat mempengaruhi kemampuan kerja juniornya, sedangkan

sebaliknya, maka kemampuan yang dihasilkan oleh juniornya tidak akan maksimal. Pada saat melakukan observasi saya melihat bahwa kemampuan pekerja karyawan Divisi Marketing Support cukup baik, hal ini juga dibuktikan oleh SPV divisi tersebut. Kemampuan itu didapatkan dari kegigihan mereka dalam menyelesaikan pekerjaan dan masalah dengan baik, hal itu dipengaruhi juga oleh atasan mereka yang tanggap terhadap permasalahan yang timbul dan kecepatannya untuk menyelesaikan permasalahan, hal itu kemudian menjadi contoh yang baik bagi bawahannya.

Faktor lingkungan juga turut andil dalam membentuk kemampuan pekerja, lingkungan kerja yang bagus dapat membentuk kepribadian individu dalam tim menjadi lebih baik, hal tersebut membuat pekerja memiliki kesempatan untuk memperbaiki kemampuan mereka terus-menerus. Lingkungan kerja yang bersih dan sehat, menciptakan lingkungan pertemanan yang baik dan tidak saling menjatuhkan, sebaliknya mereka akan saling merangkul dan belajar antar sesama, tentunya itu meningkatkan kemampuan mereka.

Penutup

Penelitian ini menginvestigasi hubungan antara intensitas komunikasi organisasi dan kinerja karyawan di Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama. Berdasarkan temuan dari penelitian ini, intensitas komunikasi organisasi dalam divisi tersebut terbukti memiliki dampak signifikan terhadap kinerja karyawan. Teori Co-Orientasi mendukung pemahaman bahwa komunikasi yang terstruktur dan terkoordinasi dapat meningkatkan kolaborasi dan pemahaman bersama di antara anggota tim, yang pada gilirannya memperbaiki kinerja individu maupun tim secara keseluruhan (Atkinson, 1984).

Dalam konteks Divisi Marketing Support, komunikasi yang intens dan terfokus memungkinkan karyawan untuk lebih efektif dalam mengelola proyek, merespons permintaan pelanggan, dan mencapai target penjualan. Temuan ini konsisten dengan teori bahwa komunikasi organisasi yang efektif tidak hanya menciptakan lingkungan kerja yang kooperatif tetapi juga meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan (Co-Orientasi Theory).

Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa kinerja karyawan di Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengembangan keterampilan, dukungan manajemen, dan kesesuaian tugas dengan kemampuan individu. Teori Kinerja dan Pengembangan (Atkinson) memberikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami bahwa kinerja karyawan tidak hanya tergantung pada komunikasi internal yang efektif tetapi juga pada upaya perusahaan dalam menyediakan pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan bagi karyawan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menghasilkan bukti bahwa intensitas komunikasi organisasi dan upaya pengembangan karyawan saling terkait dan memiliki implikasi langsung terhadap

kinerja Divisi Marketing Support di PT Kencana Maju Bersama. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya perusahaan untuk terus meningkatkan sistem komunikasi internal dan investasi dalam pengembangan karyawan sebagai strategi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi.

Saran

Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik pada topik "Intensitas Komunikasi Organisasi dan Kinerja Karyawan Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama," disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan memasukkan variabel-variabel tambahan seperti kepuasan karyawan, motivasi kerja, dan budaya organisasi. Peneliti dapat menggunakan metode campuran (mixed methods) yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana intensitas komunikasi organisasi mempengaruhi kinerja karyawan. Selain itu, melakukan perbandingan antara divisi marketing support dan divisi lain dalam perusahaan dapat memberikan wawasan tentang perbedaan pola komunikasi dan pengaruhnya terhadap kinerja. Melibatkan berbagai tingkat manajemen dan karyawan dari berbagai latar belakang dalam studi ini juga dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi efektivitas komunikasi dan kinerja secara lebih komprehensif. Peneliti juga disarankan untuk mempertimbangkan dampak teknologi komunikasi modern terhadap intensitas dan kualitas komunikasi dalam organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Intensitas Komunikasi Organisasi dan Kinerja Karyawan Divisi Marketing Support PT Kencana Maju Bersama," disarankan agar perusahaan lebih menekankan pada peningkatan intensitas komunikasi organisasi untuk memperbaiki kinerja karyawan. Salah satu langkah praktis yang dapat diambil adalah dengan mengadopsi sistem komunikasi yang lebih terstruktur dan terkoordinasi, seperti rapat mingguan, penggunaan platform manajemen proyek, dan pemberian umpan balik secara berkala. Selain itu, pelatihan komunikasi efektif bagi karyawan juga dapat membantu memperkuat alur komunikasi dan mengurangi kesalahpahaman. Dengan demikian, diharapkan peningkatan intensitas komunikasi ini akan berdampak positif terhadap produktivitas dan efisiensi kerja di divisi Marketing Support.

Daftar Pustaka

- Atkinson, J. W., & Winston, A. P. (1974). Performance and satisfaction as a function of individual-environment fit. *Psychological Bulletin*, 81(3), 329- 345.
- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Budi, R., Hasibuan, M. A., Sendjaja, S. D., Komunikasi, M., & Angsori, M. L. (2019). Komunikasi Sirkular (Circular Theory). *Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.
- Budiman, O. X. J. S. (2021). Pengemasan Informasi Pada Konten Instagram @lsprjakarta dalam Mengomunikasikan Pesan Selama Pandemi COVID-19. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Budi, R., Hasibuan, M. A., Sendjaja, S. D., Komunikasi, M., & Angsori, M. L. (2019). Komunikasi Sirkular (Circular Theory). *Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.
- Citramandiri, P. T. G., Dalam, R., Selatan, J., Azwina, D., & Masalah, L. B. (2020). *PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. GAPA*

CITRAMANDIRI, RADIO DALAM – JAKARTA SELATAN Diana Azwina dan Shahnaz Yusuf
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. 3(1), 28–43.

Dharmawan, M. F., Sadono, T. P., & Kendry Widiyanto, M. (2023). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta 1. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)*, 2(2), 774–779.

Erningsih, T. (2020). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Denso Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 19(02), 300.
<https://doi.org/10.22441/visikom.v19i02.14215>

Maria, E., Edison, & Wandry. (2021). Pengaruh Komunikasi Organisasi, Motivasi Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Swalayan Maju Bersama Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 4(2), 93–102.
<https://methonomi.net/index.php/jm/article/view/207/0>