

Analisis Pengaruh Komunikasi dalam Bisnis: Studi Kasus Radio Republik Indonesia Gorontalo

Tineke Wolok *¹
Melandra Habibie ²
Deasulistiawati Hasan ³
Istifany Pakaya ⁴
Nazwa Pratiwi Dumbela ⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo

*e-mail: tinekewolok@ung.ac.id¹, melandrahabibie17@gmail.com², sulistiawatyhasan5@gmail.com³,
istifanipakaya14@gmail.com⁴, ziadmbela@gmail.com⁵,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi bisnis terhadap efektivitas operasional RRI Gorontalo dengan fokus pada komunikasi internal dan eksternal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, yang mencakup wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen internal terkait strategi komunikasi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal berfungsi sebagai alat koordinasi organisasi, yang memungkinkan kelancaran operasional melalui mekanisme formal seperti rapat rutin dan laporan kinerja, serta komunikasi informal antar karyawan. Namun, masih terdapat tantangan berupa penyampaian informasi yang tidak merata serta keterbatasan pemanfaatan teknologi komunikasi. Sementara itu, dalam ranah komunikasi eksternal, RRI Gorontalo telah memanfaatkan media digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Meskipun demikian, keterlibatan audiens masih kurang optimal karena model komunikasi yang cenderung satu arah tanpa interaksi aktif.

Kata kunci: Komunikasi Bisnis, Strategi Komunikasi, Penyiaran Publik, RRI Gorontalo, Digitalisasi Komunikasi

Abstract

This research aims to analyze the effect of business communication on the operational effectiveness of RRI Gorontalo with a focus on internal and external communication. The research method used is a qualitative approach with a case study, which includes in-depth interviews, observations, and analysis of internal documents related to the communication strategies implemented. The results show that internal communication serves as an organizational coordination tool, which enables smooth operations through formal mechanisms such as regular meetings and performance reports, as well as informal communication between employees. However, there are still challenges in the form of uneven information delivery and limited utilization of communication technology. Meanwhile, in the realm of external communication, RRI Gorontalo has utilized digital media such as Instagram, Facebook, and YouTube to reach a wider audience. Nevertheless, audience engagement is still less than optimal due to the one-way communication model without active interaction.

Keywords: Business Communication, Communication Strategy, Public Broadcasting, RRI Gorontalo, Communication Digitalization

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek operasional, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi strategi Perusahaan (Ikhsan, 2024). Dalam organisasi bisnis, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan, menciptakan koordinasi, serta memperkuat budaya kerja (Andini et al., 2025). Dalam industri penyiaran, komunikasi menjadi semakin penting karena berkaitan langsung dengan penyampaian informasi dan interaksi dengan audiens.

Radio Republik Indonesia (RRI) Gorontalo sebagai lembaga penyiaran publik memiliki peran strategis dalam menyediakan informasi, edukasi, dan hiburan bagi masyarakat. Untuk menjalankan fungsinya secara optimal, RRI Gorontalo harus mengelola komunikasi internal dan

eksternal dengan baik. Komunikasi internal melibatkan koordinasi antar departemen dan karyawan, sedangkan komunikasi eksternal mencakup interaksi dengan pendengar, sponsor, dan berbagai mitra bisnis.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah ruang industri penyiaran secara signifikan. Penggunaan media sosial dan platform digital menjadi bagian integral dalam strategi komunikasi bisnis, sehingga organisasi harus beradaptasi dengan tren baru ini untuk tetap kompetitif. RRI Gorontalo menghadapi tantangan besar dalam mengoptimalkan komunikasi di tengah persaingan industri yang semakin ketat serta perubahan pola konsumsi informasi oleh masyarakat.

Komunikasi internal berfungsi menjaga sinergi dan koordinasi antar pegawai serta manajemen, sementara komunikasi eksternal berperan dalam membangun hubungan yang positif dengan pendengar, mitra kerja, dan masyarakat umum. Ketika komunikasi tidak berjalan dengan baik, maka akan berdampak pada kualitas layanan, efisiensi kerja, dan citra lembaga di mata publik.

Penelitian ini mengambil studi kasus di RRI Gorontalo dengan tujuan untuk menganalisis sejauh mana komunikasi yang diterapkan dalam lingkungan kerja lembaga tersebut berpengaruh terhadap aktivitas bisnis mereka. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi bentuk, hambatan, serta strategi komunikasi yang dilakukan untuk menjawab tantangan era digital. Diharapkan dapat ditemukan gambaran menyeluruh mengenai pentingnya peran komunikasi dalam mendukung eksistensi dan keberlangsungan lembaga penyiaran publik, khususnya di tingkat daerah seperti RRI Gorontalo

METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun menurut Creswell (dalam Achjar et al., 2023), studi kasus merupakan strategi penelitian untuk menyelidiki secara cermat suatu hal dengan pengumpulan informasi lengkap menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data. Selain itu, studi kasus juga dilakukan untuk memperoleh pengertian yang mendalam dan menganalisa secara lebih intensif tentang sesuatu terhadap individu, kelompok, atau situasi. (Ilhami et al., 2024). Assyakurrohim et al (2022) menyatakan penelitian studi kasus yang lebih intensif dan mendalam ini ditujukan untuk memperoleh gambaran lengkap mengenai subjek yang diteliti dengan cakupan penelitian meliputi keseluruhan kehidupan ataupun beberapa aspek tertentu saja.

Metode kualitatif digunakan karena metode ini lebih mudah memberi gambaran riil tentang keadaan yang terjadi di lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen RRI Gorontalo, observasi operasional, serta analisis dokumen internal terkait strategi komunikasi yang diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi memiliki peran sentral dalam mendukung operasional bisnis, termasuk di sektor penyiaran publik seperti Radio Republik Indonesia (RRI) Gorontalo. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi yang dilakukan oleh RRI Gorontalo terbagi dalam dua ranah utama, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas kerja dan keberlanjutan eksistensi lembaga.

Komunikasi Eksternal dan Relasi dengan Audiens

Komunikasi internal di RRI Gorontalo berfungsi sebagai alat koordinasi antara manajemen dan staf pelaksana dalam menjalankan aktivitas siaran dan program kerja lainnya. Dalam pelaksanaannya, RRI Gorontalo telah menerapkan pola komunikasi formal melalui rapat rutin, laporan kinerja, dan notulensi kegiatan. Komunikasi informal seperti diskusi nonformal antar rekan kerja juga membantu menciptakan suasana kerja yang lebih terbuka (Arizona et al., 2024).

Peneliti menemukan beberapa tantangan yang masih perlu diperbaiki, seperti penyampaian informasi yang belum merata antar unit kerja, serta penggunaan teknologi

komunikasi yang belum optimal. Kurangnya pemanfaatan sistem informasi manajemen membuat proses komunikasi masih bergantung pada komunikasi lisan dan tertulis manual. Hal ini berdampak pada keterlambatan pengambilan keputusan dan kurangnya keselarasan antar tim dalam pelaksanaan program siaran (Qosidah, 2023).

Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Organisasi

Komunikasi yang efektif memiliki dampak langsung terhadap kinerja organisasi di RRI Gorontalo. Komunikasi internal yang terstruktur membantu memperjelas pembagian tugas, meningkatkan efisiensi kerja, dan menghindari duplikasi pekerjaan (Darsyah et al., 2024). Sementara itu, komunikasi eksternal yang kuat mampu meningkatkan kepercayaan publik, memperluas jangkauan siaran, serta menjaga loyalitas pendengar (Shilfani et al., 2025).

Namun, komunikasi yang tidak optimal justru menjadi faktor yang memperlambat adaptasi terhadap perubahan. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana menyampaikan pesan-pesan organisasi dengan pendekatan yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan budaya digital. Kebutuhan akan digitalisasi tidak hanya sebatas pada platform, tetapi juga pada cara berkomunikasi yang partisipatif, kolaboratif, dan interaktif (Yusup, 2020).

Strategi Penguatan Komunikasi Bisnis

Untuk menghadapi tantangan tersebut, RRI Gorontalo perlu mengembangkan strategi komunikasi bisnis yang lebih terarah dan modern. Strategi ini mencakup peningkatan kapasitas SDM dalam bidang komunikasi digital, integrasi antara konten siaran dengan platform online, serta penguatan peran humas sebagai jembatan antara lembaga dan publik. Selain itu, dibutuhkan sistem komunikasi internal berbasis teknologi agar koordinasi antar unit dapat berlangsung lebih cepat dan terdokumentasi dengan baik (Sugiharto, 2018).

Penguatan komunikasi bisnis juga dapat diwujudkan melalui pelatihan komunikasi organisasi, penyusunan standar operasional prosedur (SOP) komunikasi, serta peningkatan kualitas pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Pesan yang jelas, konsisten, dan relevan dengan kebutuhan publik menjadi kunci untuk membangun citra positif lembaga di tengah arus informasi yang sangat kompetitif (Widodo, 2019).

KESIMPULAN

Komunikasi memiliki peran sentral dalam mendukung operasional bisnis, khususnya dalam industri penyiaran publik seperti Radio Republik Indonesia (RRI) Gorontalo. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi internal dan eksternal terbukti berpengaruh signifikan terhadap efektivitas kerja serta keberlanjutan lembaga.

Efektivitas komunikasi dalam organisasi RRI Gorontalo berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi kerja, membangun kepercayaan publik, serta menjaga loyalitas pendengar. Namun, tanpa strategi komunikasi yang tepat, organisasi dapat mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi dan budaya informasi digital. Oleh karena itu, digitalisasi komunikasi tidak hanya sekadar menggunakan platform baru, tetapi juga menerapkan pendekatan komunikasi yang lebih partisipatif dan interaktif.

Untuk menghadapi tantangan ini, RRI Gorontalo perlu menyusun strategi penguatan komunikasi bisnis yang lebih terarah dan berbasis teknologi. Peningkatan kapasitas SDM dalam komunikasi digital, integrasi konten siaran dengan platform online, serta peran aktif humas dalam menjembatani lembaga dengan publik menjadi langkah penting yang harus diambil. Selain itu, penyusunan standar operasional prosedur (SOP) komunikasi dan pelatihan bagi staf juga dapat memperbaiki efektivitas komunikasi internal dan eksternal.

Dengan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan inovatif, RRI Gorontalo berpotensi untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan dampaknya dalam industri penyiaran. Komunikasi yang efektif bukan hanya sekadar alat koordinasi, tetapi juga menjadi faktor utama

dalam membangun citra positif dan menjaga keberlanjutan organisasi di tengah persaingan media yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ikhsan, M. (2024). ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS MEYDEN DI MEDIA SOSIAL: STUDI SEMIOTIKA KONTEN VULGAR. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 4(2), 1-17.
- Andini, S., Padila, S., Rifdah, S., Anifah, R., Altsani, S. M., & Rizkyanfi, M. W. (2025). Bahasa Indonesia Sebagai Alat Komunikasi Efektif dalam Kegiatan Administrasi Manajemen Perkantoran. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(3), 2909-2918.
- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462-469.
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Arizona, W., Arif, E., & Azwar, A. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA ASN DI BIRO KESEJAHTERAAN RAKYAT SETDA PROVINSI SUMATERA BARAT. *Jurnal Bilqolam Pendidikan Islam*, 5(2), 29-46.
- Qosidah, N. (2023). Strategi Dalam Komunikasi Bisnis. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-137.
- Darsyah, Y., Yuhaprizon, Y., & Riyanto, S. (2024). Manajemen Bisnis. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Shilfani, S., Judijanto, L., & Sepriano, S. (2025). Public Relations: Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Publik. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Yusup, M. (2020). Strategi Komunikasi Lembaga Penyiaran Publik dalam Menghadapi Tantangan Digitalisasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(2), 101-115.
- Sugiharto, A. (2018). Strategi Komunikasi Bisnis di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(1), 45-53.
- Widodo, J. (2019). Peran Strategis Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Citra Institusi. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), 112-120.