

PERAN PENTING KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENCIPTAKAN BUDAYA ORGANISASI YANG POSITIF

Luluk Atul Fitriyah¹
Arina Manasikana²
Lukmanul Hakim³
Najiburrahman⁴
Mu'allimin⁵

^{1,2,3,4,5} UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

*e-mail: lulukatulfitriyah5@gmail.com¹, arinamanasikana268@gmail.com², intelcorei346@gmail.com³,
najiburrahman747@gmail.com⁴, mualimin@uinkhas.ac.id⁵

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji "Peranan penting komunikasi internal dalam menciptakan budaya organisasi yang positif." Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengeksplorasi dampak komunikasi internal dalam menciptakan budaya organisasi yang positif. Hasil dari penelitian ini adalah komunikasi internal mempunyai peranan yang cukup besar dalam berjalannya organisasi, hal ini dikarenakan dengan adanya komunikasi khususnya komunikasi internal maka persepsi setiap anggota akan sama dan adanya miskomunikasi antar individu akan berkurang, karena tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu kunci terciptanya budaya organisasi yang positif adalah komunikasi internal.

Keywords: Komunikasi Internal, Budaya Organisasi Positif

Abstrak

This research aims to examine "The important role of internal communication in creating a positive organizational culture." The research method used in this research is a qualitative approach using the Systematic Literature Review (SLR) method to explore the impact of internal communication in creating a positive organizational culture. The results of this research are that internal communication has a fairly large role in the running of the organization, this is because with communication, especially internal communication, the perception of each member will be the same and the existence of miscommunication between individuals will be reduced, because it cannot be denied that one of the keys to creating organizational culture the positive is internal communication.

Kata kunci: Internal Communication, Positive Organizational Culture

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kegiatan yang tak pernah dapat dipisahkan dari manusia sebagai makhluk (Ma'arif, 2018). Komunikasi sendiri dimanfaatkan manusia untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya sosial (Antos, 2011). Sama halnya dengan lahirnya organisasi yang bertujuan untuk memfasilitasi terpenuhinya kebutuhan orang-orang yang ada di dalamnya. Organisasi yang terdiri dari berbagai macam individu yang memiliki latar belakang, watak maupun potensi yang beragam tentunya membutuhkan komunikasi untuk meminimalisir terjadinya kesalah fahaman yang dapat berujung terjadinya konflik di dalam organisasi (Andersson & Sbirenko, 2019).

Komunikasi merupakan proses penyampaian atau penerimaan pesan dari satu orang kepada orang lain baik yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, secara tertulis, lisan, maupun bahasa nonverbal. Komunikasi bagi organisasi merupakan unsur yang memiliki peranan krusial, pentingnya komunikasi berperan penting dalam menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya. Efektivitas dan efisiensi ketercapaian tujuan organisasi dapat dipengaruhi oleh seberapa efektif komunikasi dilakukan. Hal ini berkaitan dengan penggerakan kegiatan orang-orang yang ada di dalam organisasi kearah ketercapaian tujuan organisasi (Fauzan Ahmad & Lailatul Usriyah, 2021).

Dalam upaya menciptakan budaya organisasi yang positif, tentu perlu adanya komunikasi internal untuk dapat menghindarkan adanya miskomunikasi antar sesama anggota yang tentunya

dapat mengganggu keharmonisan organisasi. Komunikasi internal merupakan proses penyampaian pesan yang berlangsung antar anggota organisasi. Ketika di dalam suatu organisasi minim sekali komunikasi maka tentu organisasinya tidak akan berjalan dengan maksimal karena kemungkinan besar di dalamnya terdapat banyak sekali miskomunikasi yang menyebabkan antar anggota memiliki argumen yang berbeda-beda bahkan dapat mengubah tujuan yang diinginkan.

Dalam penelitian ini terdapat penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Abi Krisna dan Yoyok Soesatyo yang berjudul "Hubungan Komunikasi Internal Organisasi Dengan Keefektifan Kerja Guru Dan Karyawan Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (Smkn) 2 Trenggalek." Penelitian tersebut memberikan hasil penelitian bahwasannya komunikasi internal telah baik namun belum sepenuhnya maksimal hal tersebut disebabkan karena pribadi dari masing-masing karyawan yang merasa kurang mampu untuk melakukan kerja sama dengan baik pada rekan kerjanya. Dalam hal ini terdapat persamaan dan perbedaan penelitian yang diambil oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya. Persamaannya ialah sama-sama membahas mengenai komunikasi internal dan perbedaannya ialah penelitian sebelumnya menguji keefektifan sedangkan dalam penelitian ini membahas mengenai peran pentingnya komunikasi internal dalam suatu organisasi.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Peran Penting Komunikasi Internal Dalam Menciptakan Budaya Organisasi Yang Positif."

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengeksplorasi dampak komunikasi internal dalam menciptakan budaya organisasi yang positif. SLR adalah metode yang sistematis dan terstruktur untuk mengidentifikasi, menilai, dan menginterpretasikan semua bukti yang tersedia terkait dengan pertanyaan penelitian tertentu (Evi Jayanatha, 2019).

Mencari literatur yang relevan melalui database akademik seperti Google Scholar, PubMed, dan JSTOR. Kriteria inklusi dan eksklusi diterapkan untuk memastikan hanya studi yang relevan dan berkualitas tinggi yang dipertimbangkan. Sintesis temuan dari berbagai studi untuk memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana komunikasi internal mempengaruhi budaya organisasi yang positif. Melalui analisis tematik, peneliti dapat menyusun kesimpulan yang berbasis bukti mengenai praktik terbaik dan tantangan dalam menerapkan strategi komunikasi internal yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi internal memegang peranan yang sangat vital dalam setiap organisasi. Lebih dari sekadar pertukaran informasi antara anggota tim atau departemen, komunikasi internal adalah fondasi di mana budaya organisasi dibangun dan dikembangkan. Dalam konteks organisasi modern yang dinamis, komunikasi yang efektif menjadi kunci utama untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan inovatif (Gede Batu Dipaya, 2020).

Kunci untuk mengembangkan pemahaman kepemimpinan adalah tafaqquh fi al-din. Meskipun tidak semua organisasi yang beroperasi di bawah naungan pesantren memiliki orientasi agama yang langsung, namun organisasi atau lembaga-lembaga tersebut tetap menjadi sarana untuk memajukan kepentingan agama. Oleh karena itu, dalam kepemimpinan seorang kiai, aspek-aspek agama dan simbol-simbol keagamaan menjadi pendorong utama. Ini memungkinkan kiai untuk mengelola organisasi dengan baik, karena kebijaksanaan spiritual mereka mendorong mereka untuk menciptakan lingkungan yang nyaman bagi para pengikutnya (Dasuki, 2020).

Budaya organisasi yang positif tidak terbentuk secara instan; ia adalah hasil dari interaksi terus-menerus dan upaya kolaboratif yang ditanamkan melalui komunikasi yang baik. Ketika setiap individu dalam organisasi merasa terinformasi, dihargai, dan terlibat, mereka cenderung lebih termotivasi dan berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan bersama. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan miskomunikasi, ketidakpuasan, dan konflik internal yang pada akhirnya menghambat kinerja dan pertumbuhan organisasi (Uswatun Hasanah, 2018).

Komunikasi internal yang efektif mencakup berbagai aspek, mulai dari penyampaian visi dan misi perusahaan, pengelolaan perubahan, hingga pembentukan hubungan yang kuat antar karyawan. Dengan kata lain, komunikasi internal yang baik tidak hanya memastikan bahwa informasi disampaikan dengan jelas, tetapi juga menciptakan suasana saling percaya dan transparansi yang esensial untuk keberhasilan jangka panjang (Suyadi, 2023).

Komunikasi internal memainkan peran yang krusial dalam menciptakan dan mempertahankan budaya organisasi yang positif. Berikut adalah beberapa peran utama komunikasi internal dan elemen-elemen kunci yang diperlukan, serta contoh-contoh praktis dari berbagai organisasi yang berhasil dalam penerapannya.

Melalui penyebaran nilai dan visi organisasi, komunikasi internal memungkinkan penyebaran nilai-nilai dan visi organisasi kepada seluruh anggotanya. Ini memastikan bahwa semua karyawan memahami dan menginternalisasi tujuan dan prinsip-prinsip dasar yang memandu tindakan dan keputusan organisasi. Misalnya, perusahaan teknologi seperti Google secara rutin menggunakan berbagai platform komunikasi internal untuk memastikan semua karyawan memahami dan mendukung misi inovasi dan pengembangan teknologi mereka (Ine Wulandari, 2017).

Membangun kepercayaan dan transparansi, komunikasi yang terbuka dan transparan membantu membangun kepercayaan di antara karyawan dan manajemen. Ketika informasi disampaikan secara jujur dan konsisten, karyawan merasa lebih dihargai dan termotivasi. Contohnya, Buffer, sebuah perusahaan media sosial, dikenal dengan kebijakannya yang ekstrim, di mana informasi gaji dan laporan keuangan perusahaan terbuka untuk semua karyawan. Ini membantu menciptakan budaya organisasi yang terbuka dan penuh kepercayaan (Dennise Nurillah Salahudin, 2018).

Meningkatkan keterlibatan dan kepuasan karyawan, keterlibatan karyawan dapat ditingkatkan melalui komunikasi yang efektif. Karyawan yang merasa didengar dan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan cenderung lebih puas dan berkomitmen terhadap pekerjaannya. Sebagai contoh, perusahaan manufaktur seperti Toyota menerapkan sistem "kaizen" yang mendorong setiap karyawan untuk memberikan masukan dan saran perbaikan, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga keterlibatan karyawan (Ishiqo Ramdhany Putri, 2022).

Memfasilitasi umpan balik yang konstruktif, komunikasi internal yang baik juga mencakup mekanisme untuk memberikan dan menerima umpan balik yang konstruktif. Ini membantu dalam pengembangan profesional karyawan dan peningkatan kinerja organisasi. Adobe, misalnya, menghilangkan sistem penilaian tahunan tradisional dan menggantinya dengan sesi umpan balik berkelanjutan yang disebut "Check-In", yang memungkinkan dialog terbuka antara karyawan dan manajer.

Mengelola perubahan dengan efektif, perubahan dalam organisasi sering kali menimbulkan ketidakpastian dan resistensi. Komunikasi yang jelas dan tepat waktu dapat membantu mengurangi ketidakpastian ini dengan menjelaskan alasan di balik perubahan dan bagaimana hal tersebut akan mempengaruhi karyawan. IBM adalah contoh organisasi yang berhasil mengelola perubahan melalui komunikasi internal yang efektif, dengan memberikan pembaruan rutin dan peluang dialog dua arah selama proses restrukturisasi perusahaan (Risky Anis Safitri, 2019).

Elemen-elemen kunci komunikasi internal yang efektif, yaitu, informasi yang disampaikan harus jelas dan konsisten untuk menghindari kesalahpahaman, membuka akses informasi yang relevan bagi karyawan untuk membangun kepercayaan, melibatkan karyawan dalam komunikasi dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan keterlibatan dan komitmen, menggunakan alat komunikasi digital seperti intranet, aplikasi pesan instan, dan platform kolaborasi online untuk memastikan komunikasi yang efektif dan efisien, dan menerapkan sistem untuk umpan balik yang berkelanjutan dan konstruktif (Edi Sutrisno, 2019).

Komunikasi internal yang efektif memiliki dampak yang signifikan dalam menciptakan budaya organisasi yang positif. Salah satu dampak utama adalah peningkatan keterlibatan karyawan. Ketika karyawan merasa terinformasi dan terlibat dalam berbagai aspek operasional

dan strategis perusahaan, mereka cenderung memiliki rasa memiliki yang lebih kuat terhadap organisasi.

Hal ini meningkatkan motivasi dan komitmen mereka untuk bekerja lebih keras dan lebih cerdas dalam mencapai tujuan organisasi. Sebagai contoh, perusahaan seperti Zappos dikenal dengan budaya kerjanya yang inklusif dan partisipatif, yang didorong oleh komunikasi internal yang intens dan terbuka.

Selain itu, komunikasi internal yang baik juga membantu membangun kepercayaan dan transparansi dalam organisasi. Karyawan yang menerima informasi yang jujur dan konsisten dari manajemen merasa lebih percaya kepada perusahaan dan pemimpinnya. Kepercayaan ini memperkuat hubungan antar karyawan dan antara karyawan dengan manajemen, menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan kolaboratif. Contohnya, perusahaan teknologi seperti Microsoft telah berhasil memperkuat kepercayaan internal melalui komunikasi terbuka mengenai tujuan perusahaan, perubahan strategi, dan hasil kinerja.

Komunikasi internal juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Ketika karyawan merasa bahwa pendapat mereka didengar dan dihargai, mereka merasa lebih puas dengan pekerjaan mereka. Kepuasan kerja ini berkontribusi pada retensi karyawan yang lebih tinggi dan mengurangi turnover. Google, misalnya, menggunakan berbagai saluran komunikasi internal untuk memastikan bahwa setiap karyawan dapat memberikan umpan balik dan merasa dihargai, yang telah membantu menciptakan salah satu budaya organisasi paling positif dan inovatif di dunia (Indiani, 2016).

Pengelolaan perubahan yang efektif juga merupakan dampak penting dari komunikasi internal yang baik. Dalam situasi di mana perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan, komunikasi yang jelas dan terstruktur dapat membantu mengurangi ketidakpastian dan kecemasan di antara karyawan. Dengan memberikan informasi yang tepat waktu dan memadai mengenai alasan dan manfaat perubahan, serta melibatkan karyawan dalam prosesnya, perusahaan dapat meminimalkan resistensi dan memfasilitasi transisi yang lebih mulus. IBM adalah contoh perusahaan yang telah berhasil menggunakan komunikasi internal untuk mengelola perubahan besar dalam struktur dan strategi bisnis mereka, memastikan karyawan tetap terinformasi dan terlibat (Edi Suryadi, 2010).

Terakhir, komunikasi internal yang efektif membantu membangun budaya organisasi yang adaptif dan inovatif. Dengan mendorong keterbukaan dan aliran ide yang bebas, perusahaan dapat lebih mudah berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Perusahaan seperti 3M mendorong komunikasi terbuka antar departemen untuk menginspirasi ide-ide baru dan kolaborasi lintas fungsi, yang berkontribusi pada budaya inovasi yang kuat.

Dampak komunikasi internal dalam menciptakan budaya organisasi yang positif tidak bisa diabaikan. Dengan meningkatkan keterlibatan dan kepuasan karyawan, membangun kepercayaan dan transparansi, mengelola perubahan dengan efektif, serta mendorong inovasi, komunikasi internal yang baik menjadi landasan bagi keberhasilan jangka panjang organisasi. Organisasi yang berinvestasi dalam strategi komunikasi internal yang efektif akan menemukan bahwa budaya organisasi mereka menjadi lebih kuat, adaptif, dan siap menghadapi tantangan masa depan (Agus Rusmana, 2019).

Dampak komunikasi internal dalam menciptakan budaya organisasi yang positif bisa dilihat dari beberapa aspek kunci. Pertama, peningkatan keterlibatan karyawan adalah indikator yang sangat jelas. Ketika komunikasi internal dilakukan dengan efektif, karyawan merasa lebih terinformasi dan dilibatkan dalam berbagai proses pengambilan keputusan. Hal ini meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap organisasi. Contohnya, perusahaan seperti Zappos yang menerapkan komunikasi terbuka dan inklusif berhasil menciptakan lingkungan kerja di mana setiap karyawan merasa terlibat dan berkontribusi langsung terhadap kesuksesan perusahaan (Edi Sugiono, 2022).

Kedua, dampak positif komunikasi internal terlihat dari tingginya tingkat kepercayaan dan transparansi dalam organisasi. Karyawan yang menerima informasi yang jujur dan konsisten dari manajemen cenderung lebih percaya kepada perusahaan dan pemimpinnya. Ini memperkuat hubungan antar karyawan dan antara karyawan dengan manajemen, menciptakan suasana kerja

yang harmonis dan kolaboratif. Misalnya, Microsoft yang secara rutin mengomunikasikan tujuan perusahaan, perubahan strategi, dan hasil kinerja kepada karyawannya, mampu membangun kepercayaan yang kuat dalam internal organisasi.

Selanjutnya, kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu dampak signifikan dari komunikasi internal yang baik. Karyawan yang merasa pendapat mereka didengar dan dihargai akan lebih puas dengan pekerjaan mereka. Kepuasan ini mengarah pada retensi karyawan yang lebih tinggi dan mengurangi turnover. Perusahaan seperti Google, yang menggunakan berbagai saluran komunikasi internal untuk memastikan setiap karyawan dapat memberikan umpan balik dan merasa dihargai, berhasil menciptakan budaya kerja yang positif dan inovatif, yang menarik dan mempertahankan talenta terbaik di industri (Rini, 2018).

Pengelolaan perubahan yang efektif, juga menjadi indikator penting dampak positif komunikasi internal. Dalam situasi perubahan, komunikasi yang jelas dan terstruktur membantu mengurangi ketidakpastian dan kecemasan di antara karyawan. Dengan memberikan informasi yang tepat waktu mengenai alasan dan manfaat perubahan serta melibatkan karyawan dalam prosesnya, perusahaan dapat meminimalkan resistensi dan memfasilitasi transisi yang lebih mulus. IBM, misalnya, menggunakan komunikasi internal yang efektif untuk mengelola perubahan besar dalam struktur dan strategi bisnis, memastikan karyawan tetap terinformasi dan terlibat selama proses perubahan.

Terakhir, komunikasi internal yang efektif juga terlihat dari budaya inovasi dan adaptabilitas dalam organisasi. Dengan mendorong keterbukaan dan aliran ide yang bebas, perusahaan dapat lebih mudah berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. 3M, sebagai contoh, mempromosikan komunikasi terbuka antar departemen untuk menginspirasi ide-ide baru dan kolaborasi lintas fungsi, yang berkontribusi pada budaya inovasi yang kuat.

Dengan demikian, Komunikasi internal memegang peranan yang sangat vital dalam setiap organisasi. Lebih dari sekadar pertukaran informasi antara anggota tim atau departemen, komunikasi internal adalah fondasi di mana budaya organisasi dibangun dan dikembangkan. Dalam konteks organisasi modern yang dinamis, komunikasi yang efektif menjadi kunci utama untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan inovatif.

Budaya organisasi yang positif tidak terbentuk secara instan melainkan dengan hasil dari interaksi terus-menerus dan upaya kolaboratif yang ditanamkan melalui komunikasi yang baik. Ketika setiap individu dalam organisasi merasa terinformasi, dihargai, dan terlibat, mereka cenderung lebih termotivasi dan berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan bersama. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan miskomunikasi, ketidakpuasan, dan konflik internal yang pada akhirnya menghambat kinerja dan pertumbuhan organisasi. Organisasi yang berinvestasi dalam strategi komunikasi internal yang efektif akan menemukan bahwa budaya organisasi mereka menjadi lebih kuat, adaptif, dan siap menghadapi tantangan masa depan.

KESIMPULAN

Komunikasi internal memiliki peran vital dalam organisasi, memainkan peran penting dalam membangun budaya organisasi yang positif. Dalam konteks organisasi modern yang dinamis, komunikasi yang efektif menjadi kunci utama untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, produktif, dan inovatif. Budaya organisasi yang positif bukanlah sesuatu yang terbentuk secara instan, tetapi adalah hasil dari interaksi terus-menerus dan upaya kolaboratif yang ditanamkan melalui komunikasi yang baik. Ketika setiap individu dalam organisasi merasa terinformasi, dihargai, dan terlibat, mereka cenderung lebih termotivasi dan berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan bersama. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan miskomunikasi, ketidakpuasan, dan konflik internal yang pada akhirnya menghambat kinerja dan pertumbuhan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, I. R., & Aisyah, K. F. Peran Pembelajaran Agama Islam Terhadap Budaya Organisasi.
- Andersson, J., & Sbirenko, A. (2019). Effect of Organizational Structure, Leadership and Communication on Efficiency and Productivity.
- Antos, G. (2011). Handbook of Interpersonal Communication. The Netherlands: Mouton De Gruyter.
- Dasuki, Moh. (2020). "Strategi Power Edukatif Kiai Pada Pengembangan Iklim Organisasi Inklusif di Pesantren Al-Qodiri dan Pesantren Nurul Islam Jember," *falasifa* 11, 113-134. <https://doi.org/10.36835/falasifa.v11i2.395>.
- Dipayana, G. B., & Heryanda, K. K. (2020). Pengaruh Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(2), 112-121. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i2.26523>.
- Hasanah, U., Handoyo, A. H., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2018). Efektivitas E-Mail Sebagai Media Komunikasi Internal terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan. *Inter Komunika*, 3(2), 153-167. <https://dx.doi.org/10.33376/ik.v3i2.233>.
- JEFRI, R. (2018). Peran Pengendalian Internal Terhadap Hubungan Antara Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi, Dan Kompetensi Dengan Good Governance (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Ma'arif, S. (2018). Education as a Foundation of Humanity: Learning from the Pedagogy of Pesantren in Indonesia. *Journal of Social Studies Education Research*, 9(2), 104-123.
- Nurwulandari, I., & Suwatno, S. (2017). Pengaruh komunikasi internal, pengembangan karir, dan penghargaan intrinsik terhadap keterikatan karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 26-33. <https://doi.org/10.17509/jimb.v8i2.12663>.
- Putri, I. R., & Yusuf, N. F. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi dalam Menciptakan Perkembangan Organisasi. *Jurnal Administrasi Publik*, 18(1), 143-154. <https://doi.org/10.52316/jap.v18i1.82>.
- Rusmana, A. (2019). The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0: Book Chapter Komunikasi Organisasi. Media Akselerasi.
- Safitri, R. A., Risaldi, B. T., & Oktaviani, M. (2019). Pengaruh komunikasi internal organisasi terhadap motivasi kerja pegawai biro humas kementerian perindustrian. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 157-170. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i2.63>.
- Salahudin, D. N., Lengkong, V. P., & Tulung, J. E. (2018). Pengaruh Komunikasi Dan Gaya Kepemimpinan Serta Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Dan Dampaknya Pada Kepuasan Kerja Pegawai Negeri Sipil Pada Kantor Kecamatan Se Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20703>.
- Siregar, Fauzan Ahmad, Lailatul Usriyah. (2021). Peranan Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik, *Jurnal idarah* 5 no 2, 163-174.
- Sugiyono, E., & Rahajeng, R. (2022). Pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai melalui motivasi pegawai sebagai variabel intervening pada dinas ketahanan pangan, kelautan dan pertanian Provinsi DKI Jakarta tahun 2020. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 2691-2708. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i7.1211>.
- Suryadi, E. (2010). Analisis Peranan Leadership Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Manajerial*, 9(1), 1-9.
- Sutrisno, H. E. (2019). Budaya organisasi. Prenada Media.
- Suyadi, S., Priono, J., Firdaus, A., & Prasetyo, L. (2023). ekonomi syariah Peran Komunikasi Internal Untuk Meningkatkan Budaya Kerja Yang Positif di BMT Ngabar Ponorogo. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(04), 445-450. <https://doi.org/10.34308/eqien.v12i04.1504>.
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., & Iswara, B. (2019). Metode systematic literature review untuk identifikasi platform dan metode pengembangan sistem informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 1(2), 63-77. <https://doi.org/10.24002/ijis.v1i2.1916>.