

PARADIGMA KOMUNIKASI ORGANISASI

PERTEMUAN 4

KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN INTERNAL & EKSTERNAL STAKEHOLDER

Assoc. Prof. Dr. Salman, S.E., M.Si.



CAPAIAN PEMBELAJARAN

- Mahasiswa mampu menjelaskan konsep stakeholder dalam organisasi
- Mahasiswa memahami perbedaan komunikasi internal & eksternal
- Mahasiswa mampu menganalisis strategi komunikasi organisasi dengan stakeholder

STAKEHOLDER

Stakeholder: individu/kelompok yang memengaruhi atau dipengaruhi oleh organisasi

Menurut Freeman (1984), stakeholder dibagi menjadi:

- **Internal:** karyawan, manajemen, pemegang saham
- **Eksternal:** pelanggan, pemasok, pemerintah, media, masyarakat, LSM

PENTINGNYA KOMUNIKASI STAKEHOLDER

- Menjaga hubungan harmonis antar pihak
- Menjamin dukungan & kepercayaan terhadap organisasi
- Membantu pengambilan keputusan strategis
- Mengurangi risiko konflik & krisis reputasi

KOMUNIKASI INTERNAL

- Proses pertukaran pesan di dalam organisasi (antara manajemen, tim, divisi, individu)
- Mencakup komunikasi formal & informal
- Tujuan: koordinasi, motivasi, kepuasan kerja, keterlibatan karyawan

BENTUK KOMUNIKASI INTERNAL

- **Formal:** rapat, laporan, email resmi, intranet
- **Informal:** percakapan santai, gosip kantor, media sosial internal
- **Vertikal:** atasan $\leftrightarrow$ bawahan
- **Horizontal:** antar divisi/tim setingkat
- **Diagonal:** antar level berbeda (lintas fungsi)

STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL

- Transparansi & keterbukaan informasi
- Menggunakan teknologi komunikasi digital (chat, intranet, platform kolaborasi)
- Menumbuhkan budaya feedback dua arah
- Membangun iklim komunikasi positif & kolaboratif

KOMUNIKASI EKSTERNAL

- Proses interaksi organisasi dengan pihak di luar organisasi
- Tujuan: membangun reputasi, menjaga hubungan, memperluas jaringan, meningkatkan kepercayaan public

BENTUK KOMUNIKASI EKSTERNAL

- Hubungan dengan pelanggan (customer relations)
- Hubungan dengan media (media relations)
- Hubungan dengan pemerintah & regulator
- Hubungan dengan komunitas & CSR
- Hubungan dengan investor & mitra bisnis

STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL

- Public Relations: menjaga citra & reputasi
- Media Management: siaran pers, konferensi pers, media monitoring
- CSR & Community Engagement: program sosial untuk membangun goodwill
- Digital Communication: media sosial, website, kampanye online

HUBUNGAN INTERNAL & EKSTERNAL

- Komunikasi internal yang kuat → menghasilkan karyawan yang puas → mendukung reputasi eksternal
- Komunikasi eksternal yang efektif → meningkatkan kepercayaan publik → memperkuat motivasi internal
- Keterkaitan dua arah: apa yang terjadi di dalam organisasi memengaruhi bagaimana organisasi dipersepsikan di luar

DISKUSI

- Apakah komunikasi internal lebih penting daripada eksternal, atau sebaliknya?
- Bagaimana organisasi dapat menjaga keseimbangan keduanya?

TUGAS 4 (ANALISIS KASUS, 3–4 HALAMAN):

“Analisis strategi komunikasi internal dan eksternal sebuah organisasi (pilih perusahaan, instansi, atau NGO).”

1. Identifikasi stakeholder internal & eksternal
2. Jelaskan strategi komunikasi yang digunakan
3. Analisis kelebihan & kelemahannya
4. Gunakan minimal 3 referensi akademik

REFERENSI

- Katherine Miller (2012). *Organizational Communication: Approaches and Processes*
- Pace & Faules (2011). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*
- Andre Hardjana (2019). *Komunikasi Organisasi: Strategi Interaksi dan Kepemimpinan*
- Jablin & Putnam (2001). *The New Handbook of Organizational Communication*

TERIMA KASIH