

Komunikasi Internal Generasi X dan Z di PT. Arita Prima Indonesia Tbk

Asy Syifa Arya Chika Maida¹, Yugih Setyanto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: asy.915190167@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: yugihs@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

Abstract

Communication is something that definitely happens and cannot be avoided in everyday life. In an organization or institution, communication between human resources is one of the important instruments in an organization or institution to achieve its goals. In a company there must be many differences that mix in one institution and work together to achieve company goals. Differences that exist within the company can be in the form of gender, race, ethnicity, religion and age. Communication between generation X which is the adult generation in the world of work and generation Z which has just entered the world of work, two generations that have quite a large age difference, provide a very significant difference in the pattern of the two generations which can have an impact on the internal communication process within the company. . PT. Arita Prima Indonesia Tbk has an extensive network that causes PT. Arita Prima Indonesia Tbk has many human resources from various generations. Therefore, this study examines internal communication across generations, between Generation X and Generation Z at PT. Arita Prima Indonesia Tbk.

Keywords: *generation x, generation z, internal communication, intergenerational communication*

Abstrak

Komunikasi merupakan hal yang pasti terjadi dan tak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sebuah organisasi atau institusi, komunikasi antar sumber daya manusia merupakan salah satu instrumen penting dalam sebuah organisasi atau institusi untuk mencapai tujuannya. Dalam sebuah perusahaan pasti memiliki banyak perbedaan yang bercampur dalam satu institusi dan bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan. Perbedaan yang ada dalam perusahaan bisa berupa gender, ras, suku, agama dan usia. Komunikasi antar generasi X yang merupakan generasi dewasa dalam dunia kerja dan generasi Z yang baru saja memasuki dunia kerja, dua generasi yang memiliki pautan usia yang cukup jauh memberikan perbedaan yang sangat signifikan terhadap pola dua generasi tersebut yang dapat memberikan dampak terhadap proses komunikasi internal dalam perusahaan. PT. Arita Prima Indonesia Tbk memiliki jejaring yang luas hal itu menyebabkan PT. Arita Prima Indonesia Tbk memiliki banyak sumber daya manusia dari berbagai generasi. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji tentang komunikasi internal komunikasi lintas generasi, antar Generasi X dan Generasi Z di PT. Arita Prima Indonesia Tbk.

Kata Kunci: generasi x, generasi z, komunikasi internal, komunikasi lintas generasi

1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan hal yang pasti terjadi dan tak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Sebuah organisasi atau institusi, komunikasi antar sumber daya manusia merupakan salah satu instrumen penting dalam melaksanakan proses kegiatan dalam sebuah organisasi atau institusi untuk mencapai tujuannya. Sebagai mana yang dinyatakan oleh M.T Myers & G.E Myers (Rafendy, 2019) bahwasanya dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan bersama, komunikasi memungkinkan seseorang untuk mengkoordinasikan suatu kegiatan dengan orang lain. Komunikasi yang terlaksana di dalam sebuah organisasi atau institusi antar sumber daya manusia dapat meningkatkan rasa pengertian antar satu dan lainnya. Komunikasi yang berlangsung di dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat disebut dengan komunikasi internal. Menurut Muhammad (Ningrum, 2013) menyatakan bahwa komunikasi internal adalah komunikasi yang dikirimkan kepada anggota dalam suatu organisasi dengan kata lain penerima pesan dalam komunikasi internal adalah orang-orang dalam organisasi.

Dalam menjalankan proses pekerjaan, kerjasama antar sumber daya manusia adalah hal yang harus terjadi dalam sebuah organisasi atau institusi. Untuk itu proses interaksi harus terjadi, agar para instrumen dalam organisasi atau institusi dapat menjalankan tugasnya dengan baik, efektif, serta mempunyai tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaan. Jalinan hubungan antar instrument organisasi atau institusi adalah hal yang harus terjadi, baik secara vertikal maupun horizontal secara terus menerus sehingga dalam proses pelaksanaan kegiatan organisasi dapat berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditentukan. Salah satu organisasi atau institusi yang mewajibkan terjadinya interaksi antar sumber daya manusianya adalah sebuah perusahaan. Dalam sebuah perusahaan pasti memiliki banyak perbedaan yang bercampur dalam satu institusi dan bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan. Perbedaan yang ada dalam perusahaan bisa berupa *gender*, ras, suku, agama dan usia. Perbedaan tersebut dapat memberikan berdampak dengan munculnya perbedaan dari sudut pandang hingga pola pikir antar individu. Diantara perbedaan yang ada, perbedaan usia dalam sebuah perusahaan merupakan salah satu unsur yang dapat memberikan perubahan signifikan dalam proses komunikasi internal.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh perusahaan ada memiliki sumber daya manusia dari berbagai generasi. Menurut Don Tapscott (Don Tapscott, 2013), saat ini terdapat empat generasi dominan yang masih aktif dalam dunia kerja. Yaitu, Generasi *Baby Boomers* yang lahir sebelum tahun 1965, generasi X yang lahir antara tahun 1965-1979, generasi Y atau sering disebut *Millennials*, yang lahir antara tahun 1980-1996 dan generasi Z adalah mereka yang lahir 1997 sampai 2010. Masing-masing generasi memiliki ciri khas tersendiri, yang jika digabungkan dan sayangnya tidak dapat dikelola dengan baik, akan memberikan bumerang tersendiri terhadap perusahaan dan memberikan dampak negatif yang pastinya akan menimbulkan masalah terhadap sebuah perusahaan. Masalah tersebut dapat dipicu karena adanya perbedaan sudut pandang, pola kerja dan pola komunikasi antar generasi. Sekilas perbedaan antar generasi mungkin tidak terlalu berefek terhadap proses komunikasi. Namun, semakin jauh perbedaannya, maka semakin terlihat jelas bagaimana hal itu dapat berpengaruh terhadap proses komunikasi internal. Salah satunya komunikasi antar generasi X yang merupakan generasi dewasa dalam dunia kerja dan generasi Z yang baru saja memasuki dunia kerja, dua generasi yang memiliki pautan usia yang cukup jauh memberikan perbedaan yang sangat signifikan terhadap pola dua generasi

tersebut yang dapat memberikan dampak terhadap proses komunikasi internal dalam sebuah perusahaan.

Gambar 1. Logo PT. Arita Prima Indonesia



PT ARITA PRIMA INDONESIA Tbk

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

PT. Arita Prima Indonesia, perusahaan yang telah berdiri sejak tanggal 5 Oktober tahun 2000 di Jakarta, Indonesia. PT Arita Prima Indonesia Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang impor, distribusi, dan servis untuk produk *valve*, *fitting*, instrumental dan kontrol. PT. Arita Prima Indonesia memiliki jaringan internasional yang luas sehingga PT. Arita Prima Indonesia menjadi perusahaan terdepan di bidangnya. Perusahaan yang telah berusia 22 tahun di Indonesia, PT. Arita Prima Indonesia telah menjadi penyedia serta mendukung berbagai segmentasi industri di Indonesia. Mulai dari *oil & gas*, *Palm oil*, perkapalan, *oleochemical*, *water and wastewater treatment*, *petrochemical*, bangunan, *mining*, hingga energi. PT. Arita Prima Indonesia diperkuat dengan keberadaan 35 cabang perusahaan dan 12 divisi penjualan yang tersebar diseluruh penjuru Indonesia (PT. Arita Prima Indonesia, 2022).

Jejaring PT. Arita Prima Indonesia yang luas, tak terlepas dari banyaknya sumber daya manusia yang ikut berkolaborasi dalam mewujudkan tujuan PT. Arita Prima Indonesia. Seperti banyaknya perusahaan lain, PT. Arita Prima Indonesia memberikan kesempatan kepada setiap golongan baik ras, suku, agama dan usia untuk bergabung dengan PT. Arita Prima Indonesia. Dengan keberagaman yang dimiliki PT. Arita Prima Indonesia memiliki banyak sumber daya manusia dari berbagai generasi. Hal itu memberikan tantangan tersendiri terhadap perusahaan terutama dalam mengontrol proses komunikasi internal antar generasi.

2. Metode Penelitian

Pada proses memecahkan masalah pada penelitian ini, penulis memutuskan untuk menggunakan metode kualitatif. Dalam metode kualitatif terdapat beberapa metode penelitian yang dapat digunakan untuk teknis pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (dalam Nur'aini, 2020), metode penelitian studi kasus adalah strategi yang tepat untuk digunakan dalam penelitian kualitatif, karena menggunakan bagaimana dan/atau mengapa untuk mempelajari pertanyaan, penulis memiliki sedikit waktu untuk mengontrol peristiwa yang menjadi fokus penelitian sehingga penelitian berfokus pada fenomena kontemporer untuk menelusuri peristiwa kontemporer. Dalam pendekatan studi kasus, peneliti berfokus pada desain dan implementasi penelitian. Oleh karena itu, penulis memilih studi kasus sebagai metode penelitian yang paling tepat untuk penelitian ini.

Subyek penelitian pada penelitian kualitatif disebut dengan narasumber, yaitu orang yang memberikan informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan

dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Subyek utama pada penelitian ini adalah karyawan PT. Arita Prima Indonesia dengan rentan usia 42 – 57 tahun selaku generasi X dan 25 tahun kebawah selaku generasi Z.

Tabel 1. Narasumber Penelitian

No	Nama	Tahun Kelahiran	Posisi
1	Ardi Hendra	1997	<i>Staff Creative</i>
2	Irsal	1996	<i>Admin Subsidiary</i>
3	Rizky Hardi	1878	Direktur
4	Rudi Hartono	1976	Operator STP
5	Tiara Pramesti	2000	Analisis

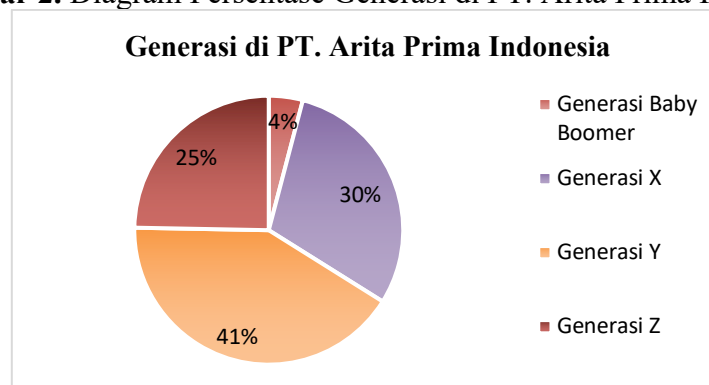
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Obyek dalam penelitian pada penelitian ini adalah menganalisis komunikasi internal untuk mengkaji komunikasi lintas generasi, antar generasi X dan generasi Z pada PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Dalam proses pengujian kredibilitas, Penulis menggunakan Teknik Keabsahan Data Triangulasi yang dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2014) triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Berdasarkan rekapan data HRD PT. Arita Prima Indonesia Tbk, per tahun 2022 terdapat 587 total karyawan PT. Arita Prima Indonesia Tbk yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan persentase 4% generasi *baby boomers*, 30% generasi X, 41% generasi Y dan 25% generasi Z.

Gambar 2. Diagram Persentase Generasi di PT. Arita Prima Indonesia



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Setelah melakukan proses pengumpulan data dari informan, pada bagian ini penulis akan memaparkan hasil observasi dan wawancara dengan narasumber mengenai laju komunikasi lintas generasi X dan generasi Z di PT. Arita Prima Indonesia Tbk.

Seperti komunikasi internal pada organisasi lainnya, aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk berjalan dengan terstruktur, sebagaimana hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan penulis kepada kelima narasumber. Menurut Tiara Pramesti aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk

berjalan dengan lancar dan tidak ada hambatan besar. Namun, hal tersebut kembali kepada sikap dan perilaku lawan bicara, apakah lawan bicara termasuk individu yang dapat menyesuaikan diri dengan situasi atau tidak. Dari pernyataan Tiara Pramesti, maka dapat disimpulkan bahwa aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk berjalan dengan baik. Namun, tidak statis. Kelancaran tersebut bergantung kepada sikap dan perilaku lawan bicara. Selain dari perilaku lawan bicara terdapat hal lain yang mempengaruhi aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk tergantung dengan timbal balik dari lawan bicara. Dalam komunikasi internal pasti terjadi komunikasi keatas (*upward communication*), komunikasi kebawah (*downward communication*) dan komunikasi mendatar (*horizontal communication*). Hal tersebut memberikan pengaruh pada tatacara komunikasi internal.

Dalam komunikasi internal di PT. Arita Prima Indonesia Tbk hal tersebut juga memberikan pengaruh pada aktifitas komunikasi internal. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Rizky Hardi, bahwa ketika melaksanakan komunikasi internal dengan beberapa kasus tertentu, sebagai individu harus bisa menempatkan diri sebagaimana dengan posisinya. Jika sedang melakukan komunikasi keatas atau *upward communication* maka individu harus bisa menempatkan diri sebagai bawahan, walaupun secara aktual individu tersebut memiliki wawasan yang lebih luas dibandingkan atasannya, hal tersebut tidak merubah keadaan bahwa ia adalah seorang bawahan dan harus menghargai atasannya sebagai bentuk profesionalitas. Sebagaimana yang dipaparkan narasumber, berbagai pola komunikasi yang dinyatakan oleh Rizky Hardi, Tiara, Irsal dan Rudi Hartono yang memberikan efek positif pada aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Walaupun dinamis, pola komunikasi yang dilakukan oleh narasumber menjadi jalan keluar kelancaran aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk.

Banyaknya hambatan yang ada dalam proses komunikasi internal lintas generasi di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Komunikasi internal tetap harus berjalan. Dengan banyaknya hambatan tersebut, narasumber mencari cara agar komunikasi antar generasi X dan Z tetap berjalan dengan semestinya. Menurut Rudi Hartono, cara mudah untuk mengurangi hambatan yang ada dalam berkomunikasi dengan generasi Z secara internal di PT. Arita Prima Indonesia Tbk adalah dengan meningkatkan frekuensi berkomunikasi dengan satu sama lain. Dengan seringnya berkomunikasi dapat mencairkan suasana dan mempererat hubungan antara generasi X dan Z. Sedangkan menurut Tiara Pramesti salah satu cara untuk dapat menyesuaikan diri dengan generasi X di PT. Arita Prima Indonesia Tbk adalah belajar mendengarkan lawan bicara terlebih dahulu.

Ketika lawan bicara mulai memberikan pernyataan dan pertanyaan, barulah beliau memberikan jawaban. Sedangkan menurut Irsal, hal pertama yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi dengan generasi X adalah karakter dari lawan bicara tersebut, jika sudah mengetahui karakter orang tersebut maka akan lebih mudah melakukan komunikasi dengan generasi X tersebut. Dapat disimpulkan bahwa salah satu cara yang baik untuk mengurangi hambatan dari komunikasi lintas generasi di komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk adalah dengan mengenal lawan bicara agar dapat lebih mengenali masing masing generasi sehingga dapat memberikan efek positif bagi alur komunikasi internal yang baik dan efisien untuk generasi X dan generasi Z.

Analisa Komunikasi Organisasi di PT. Arita Prima Indonesia

Pada bagian ini penulis menganalisis komunikasi lintas generasi antara generasi X dan generasi Z terhadap komunikasi internal yang terjadi di PT. Arita Prima Indonesia Tbk berdasarkan teori yang dipilih. Berdasarkan pemaparan Brennan (Agustini & Purnaningsih, 2018) Komunikasi internal merupakan pertukaran ide antar pegawai perusahaan, yang mengarah pada pembentukan seluruh perusahaan atau posisi dengan struktur spesifik. serta pertukaran buah pikiran baik secara horizontal maupun vertikal dalam perusahaan.

Sedangkan Komunikasi antar generasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari. Komunikasi antar generasi merupakan bentuk komunikasi antar individu satu dan lainnya dapat disebut komunikasi interpersonal yang memiliki perbedaan rentan usia yang menyebabkan perbedaan generasi. Efektivitas komunikasi interpersonal sangat bergantung pada faktor - faktor seperti keterbukaan, empati, emosi positif, memberi dukungan, dan menjaga keseimbangan. Hanya dengan pemahaman antara individu dari generasi berbeda dapat mempengaruhi keadaan sehingga tingkat keberhasilan dalam tujuan proses komunikasi dapat tercapai dengan baik dan efektif.

Laju komunikasi internal lintas generasi antar generasi X dan generasi Z yang terjadi di PT. Arita Prima Indonesia Tbk berlangsung secara lancar dan dinamis. Sebagaimana yang dinyatakan oleh narasumber, perbedaan usia yang ada antar generasi X dan generasi Z mempengaruhi pola komunikasi internal yang terjadi di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Menurut teori yang dinyatakan oleh Lasswell (Kurniawan, 2018) komunikasi akan berjalan dengan baik apabila melalui lima tahap. Kelima tahap itu adalah, *Who* (Siapa), *What* (Apa), *Which Channel* (Media apa), *To Whom* (Siapa penerima pesan), *What Effect* (Efek apa yang terjadi ketika komunikasi menerima pesan komunikasi yang telah tersampaikan).

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa narasumber menggunakan teori tersebut untuk menyesuaikan diri dengan lawan bicara dari generasi yang berbeda. Maka, dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Arita Prima Indonesia Tbk menerapkan lima tahap komunikasi agar komunikasi antar generasi satu dan lainnya dapat berjalan dengan baik dan efektif.

Analisa Perbedaan Generasi X dan Z Terhadap Kinerja

Perbedaan generasi antara generasi X dan generasi Z pasti mempengaruhi kinerja setiap individunya. Hal ini terlihat dari cara setiap generasi berpikir, bekerja, dan berkomunikasi. Sebagai mana yang dinyatakan oleh Dwi Harivarman (Harivarman, 2017) komunikasi yang efektif diperlukan agar dapat membantu dalam proses pengelolaan dan pengurangan masalah atau hambatan yang ditimbulkan oleh keadaan lingkungan dalam organisasi selama proses komunikasi organisasi berlangsung. Suatu proses komunikasi dapat dikatakan efektif antara lain jika tujuan dari proses komunikasi tersebut tercapai.

Berdasarkan hasil wawancara, walaupun perbedaan yang dapat menimbulkan hambatan sangat banyak dalam komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Namun, hal itu bukanlah hambatan yang besar untuk generasi X dan generasi Z yang harus saling melakukan komunikasi antar satu sama lain secara intens. Kedua generasi tersebut saling berusaha mengerti satu sama lain agar dapat saling memahami dan tidak mengganggu laju komunikasi yang ada di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Sebagaimana hasil wawancara narasumber disimpulkan bahwa lancar tidaknya komunikasi internal di PT. Arita Prima Indonesia Tbk tergantung dengan timbal balik

dari lawan bicara. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Pace, Peterson, dan Burnett (dalam Harivarman, 2017) tujuan utama proses komunikasi adalah untuk memastikan komunikasi atau lawan bicara dapat mengerti makna dari pesan yang disampaikan, memelihara dan membina pesan yang diterima dan termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa generasi X dan generasi Z di mengurangi hambatan dari komunikasi lintas generasi di komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk adalah dengan mengenal lawan bicara agar dapat lebih mengenali masing masing generasi sehingga dapat memberikan efek positif bagi alur komunikasi internal yang baik dan efisien untuk generasi X dan generasi Z.

Analisa Komunikasi Generasi X dan Z dalam komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan selama mengamati komunikasi internal antar generasi X dan Z di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Walaupun terdapat perbedaan yang sangat terasa antar generasi X dan generasi Z, tidak memberikan dampak yang dapat memberikan pengaruh negatif kepada laju komunikasi internal di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Hal ini dinilai dari pemaparan beberapa informan, sebagaimana yang sudah dipaparkan, berbagai pola komunikasi yang dinyatakan oleh Rizky Hardi, Tiara Pramesto, Irsal dan Rudi Hartono yang memberikan efek positif pada aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Walaupun dinamis, pola komunikasi yang dilakukan oleh narasumber menjadi jalan keluar kelancaran aktifitas komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk.

Walaupun penilaian secara personal antar generasi X dan generasi Z tidak sepenuhnya baik, seperti yang dinyatakan oleh Rizky Hardi bahwa generasi Z merupakan generasi yang egois dan cepat puas. Namun, Rizky Hardi juga menyatakan bahwa generasi Z merupakan generasi yang ulet dan memiliki rasa ingin tahu yang besar sedikit acuh dengan sekitarnya. Begitu pula menurut narasumber dari generasi Z menilai generasi X. Irsal juga menyatakan bahwa generasi X merupakan generasi yang cukup kaku, *bossy* dan tertutup. Meskipun beberapa individu ada yang terbuka. Terlepas dari pandangan negatif antar narasumber, tidak mempengaruhi kinerja kedua generasi tersebut secara profesional. Selama melaksanakan komunikasi internal generasi X dan generasi Z tetap menempatkan posisinya sebagai pekerja di PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Walaupun memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi. Namun, usia bukanlah sebuah hambatan dalam laju komunikasi internal PT. Arita Prima Indonesia Tbk untuk mencapai tujuannya.

4. Simpulan

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Pada akhir penelitian, penulis menyimpulkan beberapa hal yang menjadi hasil dari penelitian bahwa, komunikasi lintas generasi antar generasi X dan Z sering ditemui di lingkungan kerja PT. Arita Prima Indonesia Tbk. Komunikasi internal lintas generasi antar generasi X dan Z di PT. Arita Prima Indonesia Tbk, berjalan dengan lancar. Selain itu, laju komunikasi internal anatar kedua generasi tersebut juga berjalan dengan baik dan dinamis. Walaupun terdapat banyak perbedaan hingga menimbulkan beberapa hambatan, karyawan PT. Arita Prima Indonesia Tbk dapat mencari jalan keluar agar komunikasi internal dalam PT. Arita Prima Indonesia Tbk tetap berjalan

dengan baik dan tidak mempengaruhi kinerja atau memberikan dampak negatif kepada PT. Arita Prima Indonesia Tbk.

Komunikasi internal yang berjalan lancar di PT. Arita Prima Indonesia Tbk, tetap tidak merubah pandangan pribadi seseorang akan sekelompok generasi. Beberapa temuan menyatakan bahwa, walaupun individu tersebut masih bisa berkomunikasi dengan baik. Namun, tidak merubah penilaiannya atas sekelompok generasi lainnya.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Agustini, N. A., & Purnaningsih, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 89–108. <https://doi.org/10.46937/16201825198>
- Don Tapscott. (2013). *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Harivarman, D. (2017). *Hambatan Komunikasi Internal di Organisasi Pemerintahan (Studi Kasus di Direktorat Pelaksanaan Anggaran Kementerian Keuangan)*.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Ningrum, M. E. (2013). Peranan Komunikasi Internal Di Lingkungan Kerja. *Indept*, 3(1), 25–30.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- PT. Arita Prima Indonesia, T. (2022). *Tentang Arita*. <https://appsourc.microsoft.com/en-US/product/office/wa104382081>
- Rafendy, T. (2019). Aktivitas Komunikasi Internal PT Selecta Dalam Membina Hubungan Harmonis Dengan Publik Internal (Studi Pada Pt Selecta Wisata, Kota Batu, Jawa Timur). *University Muhammadiyah Malang.*, 8–33.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.