



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 7963-7968

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Komunikasi Organisasi Lingkungan Kerja Gtrust Consultancy untuk Meningkatkan Solidaritas Tim

Kamilah Yonahar, Nyoman Suardhita, Namira Fitria

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika

kamilahyonahar12@gmail.com, nsuardhita@gmail.com, namira.nit@bsi.ac.id

Abstrak

Gtrust Consultancy adalah perusahaan konsultan yang fokus pada pengembangan Sumber Daya Manusia dengan metode solusi terhadap tantangan di lingkungan kerja dan memfasilitasi proses pembelajaran bagi perusahaan yang mencari perbaikan dengan memperkenalkan pendekatan yang mengutamakan keterlibatan (dipandu oleh prinsip Fasilitasi, Kesadaran, dan Kesenangan) fokus yang kuat pada empati. Sebuah perusahaan konsultan di bidang pengembangan SDM dan organisasi, memiliki tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan solidaritas tim di tengah potensi hambatan komunikasi seperti miskomunikasi dan kurangnya kejelasan pesan yang berisiko akan menurunkan kinerja. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi internal yang diimplementasikan Gtrust serta mengidentifikasi bagaimana komunikasi dapat meningkatkan solidaritas antar anggota. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus, teknik pengumpulan triangulasi data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pendekatan analisis yang digunakan adalah induktif dan bersifat sirkular-interaktif, dengan teori Komunikasi Organisasi sejalan dengan Model Komunikasi Osgood dan Schramm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi di Gtrust Consultancy berjalan secara dua arah, setiap anggota tim aktif sebagai pengirim dan penerima pesan. Proses komunikasi berlangsung terbuka, jujur dan penuh empati didukung pimpinan memfasilitasi dengan berbagai saluran komunikasi. Umpan balik konstruktif, menghasilkan komunikasi yang kolaboratif serta penekanan pada nilai-nilai organisasi memperkuat solidaritas tim. Iklim kerja yang positif menjadi kunci utama dalam membangun solidaritas dan kolaborasi di Gtrust Consultancy. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi organisasi serupa.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Organisasi, Solidaritas, Iklim Organisasi

1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, organisasi dituntut untuk memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan solid guna mencapai keunggulan kompetitif. Solidaritas internal karyawan menjadi pondasi penting dalam mewujudkan kolaborasi yang efektif, inovasi, dan kinerja organisasi yang optimal (Agusti et al., 2025) [1].

Namun dalam praktiknya, berbagai hambatan komunikasi seringkali muncul di lingkungan kerja, seperti miskomunikasi, kurangnya kejelasan pesan, dan kurangnya saluran komunikasi yang memadai (Dakwah & Dahlan, 2024) [2]. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya solidaritas tim, yang berdampak negatif terhadap kinerja dan asistensi karyawan dalam menjalankan tugasnya (Marni et al, 2024) [3]. Berbagai studi terbaru tahun 2020-2025 juga menyoroti pentingnya komunikasi organisasi dalam membangun solidaritas tim, baik komunikasi horizontal (untuk berbagi informasi, dan menumbuhkan dukungan antar personal) maupun komunikasi vertikal (memahami peran dan dihargai serta didengar) memastikan bahwa setiap anggota tim memahami (Islam et al, 2023) [4].

Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti yaitu pentingnya komunikasi organisasi terkait dampak langsung pada kinerja produktivitas. Tanpa komunikasi yang berfungsi optimal, perusahaan akan mengalami disfungsi, bahkan ketika semua faktor lain tampak ideal. hal ini menjadikan bagaimana komunikasi menjadi mesin pendorong solidaritas, kinerja, dan stabilitas jangka panjang.

Tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi organisasi yang diterapkan dalam tim lingkungan kerja Gtrust Consultancy.
- 2) Untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang digunakan dalam organisasi guna meningkatkan solidaritas antar anggota tim.

Gtrust Consultancy sebagai sebuah perusahaan konsultan yang bergerak di bidang pengembangan sumber daya manusia dan organisasi, turut menghadapi tantangan dalam menjaga solidaritas tim di lingkungan kerja. Solidaritas tim adalah kekompakan dan rasa kebersamaan yang terbangun antar anggota tim, yang berperan besar dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas organisasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat sangat dibutuhkan untuk memperkuat fondasi *teamwork* dan solidaritas di Gtrust Consultancy. Ini menjustifikasi urgensi penelitian untuk menganalisis dan merumuskan strategi komunikasi yang optimal (Pratama et al, 2024) [5].

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dipilih bertujuan untuk mendalami dan menginterpretasikan fenomena komunikasi internal secara holistik dalam konteks spesifik Gtrust Consultancy. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*Case Study*) (Sirajuddin Saleh, S.Pd., 2023) [6]. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara intensif implementasi Strategi Komunikasi Organisasi dan mengidentifikasi peran spesifiknya dalam memperkuat solidaritas tim di lingkungan kerja Gtrust Consultancy. Metode ini berfungsi untuk menemukan pemahaman mendalam dari sudut pandang informan di lapangan, sebelum menarik makna dan konsep (Zamzami & Sahana, 2021) [7].

2.2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Internal yang diterapkan oleh Gtrust Consultancy dalam upaya peningkatan solidaritas kerja. Gtrust Consultancy, sebuah perusahaan konsultasi yang bergerak di bidang pengembangan sumber daya manusia dan organisasi, dijadikan sebagai unit analisis atau konteks studi utama. Peneliti memfokuskan studi pada tindakan dan dinamika komunikasi antar-anggota dalam organisasi untuk memahami bagaimana mekanisme komunikasi tersebut memengaruhi solidaritas tim.

2.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merujuk pada pemilihan informan yang menjadi sumber utama data. Peneliti memperoleh informasi secara langsung dari para informan yang dipilih menggunakan teknik *purposeful sampling*. Sehingga informan yang dipilih benar-benar relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, informan yang terlibat diharapkan mampu memberikan data yang mendalam dan akurat sesuai dengan yang diteliti. Partisipan penelitian ini meliputi Direktur Eksekutif, Head of Product, Marketing Manager dan Junior Consulting Analyst.

Tabel 1. Daftar Informan

No	Nama	Jabatan	Lama Bekerja	Keterangan
1	Star Ercahaya Hasugian	Direktur Eksekutif	21 Tahun	Informan I
2	Eunika Rukmi	Head of Product	1 Tahun 3 Minggu	Informan II
3	Widya Dwi Hidayati	Marketing Manager	1 Tahun 2 Bulan	Informan III
4	Magfhriva Nashfati	Junior Consulting Analyst	2 Tahun 3 Bulan	Informan IV

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencapai validitas dan keabsahan data yang tinggi, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data melalui beberapa metode pengumpulan data (Sitepu2 & Laia4 2024) [8], yakni:

1. Wawancara mendalam (*In-depth Interview*) semi-terstruktur digunakan untuk mengumpulkan informasi primer yang detail. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan terpilih melalui pertanyaan dan percakapan. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data mengenai implementasi strategi, iklim komunikasi, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi solidaritas tim di Gtrust Consultancy.
2. Observasi non-partisipatif proses tersusun yang kompleks, dilakukan untuk mengamati secara langsung praktik dan dinamika komunikasi antar anggota tim di tempat kerja. Observasi memperoleh data dan informasi mengenai upaya yang telah dilakukan, teknik observasi yang bersifat pasif dimana peneliti tidak ikut serta dalam suatu aktivitas yang diteliti guna mendapatkan gambaran empiris tentang proses komunikasi yang berlangsung di Gtrust Consultancy.
3. Dokumentasi meliputi pengumpulan data informasi dari catatan, dokumentasi, serta memadukannya dengan informasi tentang situasi yang sedang dihadapi. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung dan bahan verifikasi terhadap informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

2.5. Metode Analisis Data

Pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (Siti Roskiana dan Ikfan Haris, 2022) [9]. Analisis ini bersifat induktif dan sirkular, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*) Data mentah yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan dengan memilih dan disederhanakan. Langkah ini meliputi pemilihan informasi yang relevan dengan tema Strategi Komunikasi Organisasi dan Solidaritas Tim, sehingga dapat memberikan jawaban atas tujuan penelitian.
2. Penyajian Data (*Data Display*) Informasi yang telah dilakukan dengan uraian singkat, yang dihasilkan dari hasil kompresi akan diberikan dalam bentuk penjelasan tertulis. Penyajian data bertujuan untuk dapat digunakan untuk menyelesaikan tantangan yang dihadapi. serta menjadi dasar untuk pembahasan temuan secara mendalam.
3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*) mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik keputusannya Kesimpulan ini berfungsi untuk menjawab pertanyaan penelitian, dan temuan yang dihasilkan akan diinterpretasikan dengan Landasan Teori Komunikasi Organisasi dan Model Komunikasi Osgood dan Schramm untuk mengkonseptualisasikan strategi komunikasi Gtrust Consultancy.

2.6 Uji Kredibilitas Data

Untuk menjamin kualitas temuan dalam penelitian kualitatif ini (Tampubolon & Rorong, 2023) [10], peneliti menggunakan beberapa teknik uji kredibilitas (kepercayaan) dan ketergantungan (dependabilitas) data:

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*) Untuk meningkatkan kepercayaan terhadap temuan studi, peneliti menggunakan teknik Triangulasi (yaitu membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi), serta Member Check (memvalidasi data yang diperoleh kepada informan untuk memastikan interpretasi peneliti sesuai dengan maksud informan).
2. Uji Transferabilitas (*Transferability*) Uji ini dilakukan dengan memberikan deskripsi kontekstual yang rinci mengenai latar belakang penelitian (Gtrust Consultancy) dan hasil temuan. Hal ini bertujuan agar pembaca atau peneliti lain dapat menilai sejauh mana hasil studi ini relevan atau dapat diaplikasikan pada konteks atau populasi studi yang serupa.
3. Uji Dependabilitas (*Dependability*) Studi keandalan atau ketergantungan diverifikasi melalui audit trail (pemantauan prosedur investigasi yang lengkap). Verifikasi ini memastikan bahwa proses pengumpulan data, reduksi, dan analisis dilakukan secara sistematis dan konsisten, sehingga apabila prosedur yang sama digunakan oleh peneliti lain, hasilnya akan sebanding.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menyajikan temuan lapangan dari Gtrust Consultancy, yang difokuskan pada pengidentifikasian strategi komunikasi organisasi melalui empat elemen kunci (Pesan, Saluran, Umpan Balik, dan /Konten) serta korelasi temuan tersebut terhadap Solidaritas Tim.

3.1. Identifikasi Elemen Kunci Strategi Komunikasi Organisasi Gtrust Consultancy

Pesan

Pesan (*Message*) utama Gtrust adalah pesan normatif berbasis values yang secara konsisten berfokus pada visi, misi, dan *values*, khususnya *Trust*, *Reliability*, dan *Accountability*. Konsistensi ini memastikan pesan strategis organisasi mudah diinternalisasi oleh seluruh tim.

Berbasis: *“Pada levelku yang paling penting itu soal, bagaimana mengkomunikasikan visi, misi dan values. Memastikan hal hal itu tertanam. Values pertama kita trust, jadi dalam berkomunikasi basicnya trust.”* (Wawancara Direktur Eksekutif).

Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi tidak hanya berfokus pada tugas (*task-oriented*) tetapi juga memiliki dimensi dukungan emosional (*support-oriented*). Saluran yang digunakan di lingkungan Gtrust fleksibel, dengan komunikasi tatap muka diprioritaskan untuk isu strategis dan *coaching* guna menjaga kualitas dan kedekatan interpersonal. pimpinan bertindak sebagai interpreter. Memastikan setiap anggota tim memiliki akses yang setara untuk berinteraksi dan mengalirkan informasi.

Berbasis: *“Begitu ada informasi yang penting atau urgent, kita akan melaksanakan meeting sesuai dengan jadwal kerja. Apakah sedang WFO/WFH kalau WFO dibahas secara langsung, dan WFH dibahas di whatsapp grup atau online meeting. Jika merasa belum selesai akan diskusikan lanjut saat offline.”* (Wawancara Marketing Manager).

Umpan Balik

Umpan Balik (*Feedback*) sebagai mekanisme sirkular umpan balik di Gtrust adalah elemen strategis yang bersifat intensif, konstruktif, dan sirkular, diimplementasikan melalui sesi Coaching/Feedbacking terstruktur. Umpan balik aktif ini mendorong partisipasi karyawan untuk menantang atau mempertanyakan ide yang efektif.

Berbasis: *“Kalau aku lagi kasih ide dan itu tidak terlalu jelas atau menyampaikannya tidak terlalu konkrit itu akan di challenge sama tim. Dan itu bagus. Karena kita tidak terjebak dalam hal yang sifatnya tidak jelas.”* (Wawancara Head of Product).

Konteks

Konteks merupakan pemahaman yang memiliki situasi tertentu terhadap pesan yang dimaksudkan oleh pengirim yang dapat menghindari kesalahpahaman, sehingga proses komunikasi dapat berjalan lebih efektif dalam komunikasi organisasi. Konteks komunikasi organisasi sesuai dengan kebutuhan situasinya, seperti adanya manfaat dalam faktor tujuan dari komunikasi itu untuk menyerang atau pembelajaran kemudian bagaimana mendengar juga bisa memahami merespon dengan empati. Hal ini memiliki konteks komunikasi organisasi dalam menyampaikan sesuatu.

Berbasis: *“Satu, tujuan dari komunikasinya itu untuk menyerang mau buat orang merasa bersalah atau untuk pembelajaran kedepannya. Jadi sebelum menyampaikan sesuatu itu harus clear dulu, supaya apa yang mau disampaikan ada gunanya jadi kembali lagi ke purpose faktornya adalah purpose dari si komunikasi itu pastikan bahwa itu ada manfaat buat orang lain.”* (Wawancara Head of Product).

3.2. Proses Interaksi Dalam Peningkatan Solidaritas Tim

Solidaritas tim terbentuk sebagai konsekuensi dari interaksi yang didukung komunikasi terbuka.

Solidaritas Fungsional Melalui Budaya

Give and take proses interaksi menciptakan budaya saling membantu (*give and take*) saat tim menghadapi tekanan *deadline*. Praktik ini adalah indikator solidaritas fungsional yang kuat dan diwujudkan melalui kesadaran individu (*mindfulness*).

Berbasis: “*Sekiranya ada hal-hal yang bisa dibantu oleh orang lain aku akan bertanya... Karena jadi kayak give and take. Pokoknya selama ada bandwidth untuk membantu, membantulah gitu.*” (Wawancara Junior Consulting Analyst).

Solidaritas Emotional

Penanaman *sense of ownership*, komunikasi yang inklusif berhasil menanamkan rasa kepemilikan (*sense of belonging*) dan loyalitas yang tinggi, yang merupakan wujud solidaritas emosional.

Berbasis: “*Aku selalu merasa teman-teman di Gtrust itu selalu pengen ngejagain Gtrust. Karena kita punya belonging yang tinggi dan kita merasa bahwa Gtrust itu punya kita.*” (Wawancara Direktur Eksekutif).

Pembahasan

Strategi komunikasi organisasi di Gtrust berpusat pada penciptaan lingkungan yang terbuka, kolaboratif, dan humanis. Hal ini didukung oleh pesan yang normatif dan berfokus pada nilai *trust* (kepercayaan) dan konten yang berorientasi dukungan. Komunikasi ini tidak berjalan satu arah, melainkan bersifat sirkular dan timbal balik, di mana setiap anggota memiliki peran aktif sebagai pengirim dan penerima pesan. Konteks ini menegaskan bahwa komunikasi di Gtrust berlandaskan prinsip teori komunikasi organisasi dengan mengutamakan iklim keterbukaan.

Temuan ini memberikan kontribusi empiris penting karena menunjukkan bagaimana *Trust* sebagai nilai abstrak diterjemahkan menjadi praktik komunikasi yang konkret. Gtrust membuktikan bahwa manajemen dapat secara strategis menggunakan pesan berbasis *values* untuk menghasilkan lingkungan yang kondusif. Kontribusi ini penting bagi literatur iklim komunikasi karena memberikan bukti bahwa investasi pada *trust* adalah prasyarat utama sebelum solidaritas dapat dicapai.

Ditemukan hubungan kausal yang jelas antara saluran komunikasi yang digunakan dan kualitas umpan balik. Penggunaan saluran tatap muka untuk isu-isu strategis dan *coaching* secara esensial menjaga kualitas dan kejujuran umpan balik. Umpan balik yang intensif dan konstruktif ini adalah manifestasi paling nyata dari proses komunikasi yang terus menerus untuk perbaikan bersama.

Proses sirkular yang diidentifikasi ini secara empiris mengafirmasi Model Komunikasi Osgood dan Schramm. Temuan bahwa setiap anggota tim didorong untuk mengodekan dan menguraikan pesan menegaskan bahwa setiap individu bertindak sebagai 'interpreter' aktif. Umpan balik yang terbuka ini secara langsung memutus komunikasi satu arah yang statis dan menjamin tercapainya pemahaman bersama (*shared meaning*).

Hubungan ini secara lugas menjawab pertanyaan penelitian kedua, yaitu bagaimana pola komunikasi meningkatkan solidaritas. Umpan balik yang sirkular ini menjamin solidaritas kognitif, di mana setiap anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang visi dan misi, sehingga cenderung bekerja sama dengan lebih efektif dan kompak. Komunikasi yang terbuka dan sirkular menghasilkan solidaritas emosional yang tinggi. Konteks lingkungan kerja yang menekankan persamaan hak bicara menciptakan rasa aman psikologis. Rasa aman ini menghasilkan konten yang mendukung dan praktik saling membantu (*give and take*), yang memperkuat ikatan emosional antar tim.

Temuan ini memberikan generalisasi penting bahwa kunci peningkatan solidaritas emosional adalah dengan mentransformasi karyawan menjadi pemilik nilai (*Sense of Ownership*). Komunikasi yang transparan (terkait kondisi perusahaan) dan inklusif (umpan balik) berhasil menumbuhkan loyalitas dan rasa memiliki yang tinggi. Hal ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi di Gtrust tidak beroperasi sebagai proses linear, melainkan

sebagai proses sirkuler dan humanis, yang secara sadar dirancang untuk menumbuhkan rasa kebersamaan dan loyalitas jangka panjang. Tidak ada hasil yang meragukan atau kontradiktif ditemukan. Semua elemen komunikasi Pesan, Umpan Balik, Saluran, dan Konteks bersinergi dan konsisten dalam memperkuat solidaritas tim di Gtrust Consultancy.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi organisasi di Gtrust Consultancy berjalan efektif dan berhasil meningkatkan solidaritas tim. Keberhasilan ini didasarkan pada proses sirkuler dan timbal balik yang terstruktur, dimana teori komunikasi organisasi berfungsi sebagai strategi fundamental, yang validasinya diperkuat oleh model komunikasi Osgood dan Schramm. Strategi tersebut berhasil mengoptimalkan elemen umpan balik sebagai jantung proses sirkuler, mentransformasi pesan berbasis nilai menjadi pemahaman bersama (*shared meaning*), dan menciptakan konteks humanis yang menumbuhkan rasa aman psikologis. Proses dinamis ini secara langsung menghasilkan tingkat komitmen tinggi dari anggota tim dan mendorong solidaritas berbasis aksi melalui budaya "*give and take*". Namun, meskipun kuat, terdapat kerentanan sistem di mana solidaritas sangat bergantung pada kapasitas individu, yang berpotensi menimbulkan noise psikologis yang belum teratasi ketika anggota tim memilih sikap "diam" saat berada di bawah tekanan tinggi.

Referensi

1. D. Agusti, D. Pratomo, Z. Utami, "PENGARUH KERJASAMA TIM, DUKUNGAN ATASAN DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Karyawan Generasi Z di PT Ciomas Adisatwa Lampung)", *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 14, no. 3, pp. 3081-3102, 2025, <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1686>
2. G. Dakwah, K. Dahlan, "MENGELOLA KONFLIK DALAM TIM KERJA DENGAN STRATEGI DAN PENDEKATAN YANG EFEKTIF", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, vol. 6, no. 3, pp.67-84, agustus. 2024. <https://journalpedia.com/1/index.php/jem>
3. M. Marni, Y. Belo, P. Liber et al, "Menjadi Entrepreneur Sukses : Strategi dan Mindset untuk Menghadapi Tantangan Diera Digital", *Journal of Student Research*, vol. 2, no. 6, pp. 2024. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i6.3378>
4. Y. Tampubolo, M. Rorong, "Analisis Struktur Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pt Simatelex Di Kota Batam", *Jurnal Ilmiah Journal Mahasiswa*, vol.5, no.5, 2023. 10.33884/scientiajournal.v5i5.7414
5. A. Pratama, D. Hasibuan, K. Sabli, N. Sayyaf, A. Mujahid, N. Shila, L. Zarina, "Teori Komunikasi Organisasi" vol 8, no.1, pp. 3151-3158, 2024.
6. Sirajuddin Saleh, S.Pd., [M.Pd.](https://eprints.unm.ac.id/14856/1/ANALISIS%20DATA%20KUALITATIF.pdf), "ANALISIS DATA KUALITATIF", Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung, 2017, [https://eprints.unm.ac.id/14856/1/ANALISIS DATA KUALITATIF.pdf](https://eprints.unm.ac.id/14856/1/ANALISIS%20DATA%20KUALITATIF.pdf)
7. Zamzani, W. Sahana, "Strategi Komunikasi Organisasi", *Journal Educational Research and Social Studies*, vol. 2, no. pp. 25-37. 2021. <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
8. J. Sitepu, E. Laia, "STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT CINTA MAJU SEJAHTERA, TANJUNG MORAWA", vol. 8, no. 2, pp. 83-94. 2025.
9. Wildana, S. N., Raya Telang, J., Utm, K., & Box 02 Kamal-Bangkalan, P. O. (2024). Optimalisasi Budaya Kerja di PT PAL Indonesia: Studi Literatur Review Mochammad Isa Anshori Universitas Trunojoyo Madura. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(2), 179–194. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i2.2341>
10. C. Ropiah, Burhan Bungin, "Analisis Data Kualitatif: Manual Data Analisis Prosedur", *Develop*, vol. 8, no.1, pp. 1-13, 2024. DOI: <http://dx.doi.org/10.25139/dev.v8i1.7319>