

## Membangun Komitmen Aktivitas Karyawan Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan di Era Digital melalui Desain Komunikasi Organisasi yang Efektif

<sup>1</sup>Wirda Delima, <sup>2</sup>Syukur Kholil

<sup>1-2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

<sup>1</sup>wirda4004233013@uinsu.ac.id, <sup>2</sup>syukurkholil@uinsu.ac.id

### ABSTRACT

*This research aims to investigate the role of technology and digital communication in building commitment to employee activities in Tegal Sari Mandala III Medan Village in the digital era through effective organizational communication design. Employee activity commitment is a key factor that influences organizational performance and success. However, the digital era brings new challenges in building employee commitment through changes in communication and interaction patterns in the work environment. Using a mixed quantitative and qualitative approach, this research combines surveys, in-depth interviews, and participant observation to collect data. The research results show that the effective use of digital communication technology, such as email, instant messaging applications, and online collaboration platforms, has a significant positive relationship with the level of employee activity commitment. The more effective the use of digital communication technology, the higher the level of affective, sustainable and normative commitment that employees have. This research also identified challenges in implementing digital communication technology and effective communication design, such as varying levels of digital literacy among employees. To overcome these challenges, organizations need to provide training and mentoring to employees, as well as adopt an integrated communication approach. In general, this research confirms that efficient organizational communication design, supported by the appropriate use of digital communication technology, can be a key factor in strengthening employee engagement in the digital era. Organizations that are able to optimize the potential of technology and digital communications well will have a competitive advantage in building a team of human resources that is qualified and has a high level of commitment.*

**Keywords:** *Employee Activity Commitment, Digital Communication Technology, Organizational Communication Design, Digital Era, Tegal Sari Mandala III Village, Medan*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran teknologi dan komunikasi digital dalam membangun komitmen aktivitas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan di era digital melalui desain komunikasi organisasi yang efektif. Komitmen aktivitas karyawan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kinerja dan keberhasilan organisasi. Namun, era digital membawa tantangan baru dalam membangun komitmen karyawan melalui perubahan pola komunikasi dan interaksi di lingkungan kerja. Dengan menggunakan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini menggabungkan survei, wawancara mendalam, dan observasi partisipatif untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital yang efektif, seperti email, aplikasi pesan instan, dan platform kolaborasi *online*, memiliki hubungan positif yang

signifikan dengan tingkat komitmen aktivitas karyawan. Semakin efektif penggunaan teknologi komunikasi digital, semakin tinggi tingkat komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif yang dimiliki oleh karyawan. Penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan dalam mengimplementasikan teknologi komunikasi digital dan desain komunikasi yang efektif, seperti tingkat literasi digital yang beragam di antara karyawan. Untuk mengatasi tantangan ini, organisasi perlu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan, serta mengadopsi pendekatan komunikasi yang terintegrasi. Secara umum, penelitian ini mengonfirmasi bahwa desain komunikasi organisasi yang efisien, didukung oleh penggunaan teknologi komunikasi digital yang sesuai, dapat menjadi faktor utama dalam memperkuat keterlibatan karyawan dalam era digital. Organisasi yang mampu mengoptimalkan potensi teknologi dan komunikasi digital dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif dalam membangun tim sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki tingkat komitmen yang tinggi.

**Kata Kunci:** Komitmen Aktivitas Karyawan, Teknologi Komunikasi Digital, Desain Komunikasi Organisasi, Era Digital, Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara individu berkomunikasi, berkolaborasi, dan melaksanakan aktivitas kerja mereka di era digital. Tantangan baru pun muncul bagi organisasi dalam membangun serta mempertahankan komitmen aktivitas karyawan di lingkungan kerja yang terus berubah. Di zaman digital yang serba cepat dan dinamis, organisasi-organisasi di berbagai sektor, termasuk sektor publik, dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi dan meningkatkan efektivitas kinerja mereka. Salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah membangun komitmen karyawan terhadap aktivitas organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi cenderung lebih produktif, loyal, dan memiliki kinerja yang lebih baik (Meyer, 1991).

Komitmen karyawan memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan dan kinerja suatu organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen yang tinggi cenderung lebih termotivasi, produktif, dan loyal terhadap organisasi tempat mereka bekerja (Robbins, 2017). Di sisi lain, karyawan yang memiliki komitmen yang rendah dapat menyebabkan berbagai masalah seperti kinerja yang rendah, tingkat absensi yang tinggi, dan tingkat pergantian karyawan yang tinggi (Luthans, 2011).

Membangun komitmen aktivitas karyawan merupakan hal yang penting dalam sebuah organisasi (Miller, 2015). Salah satu kunci untuk mencapai hal tersebut adalah dengan memiliki desain komunikasi organisasi yang efektif. Desain komunikasi organisasi yang efektif dapat membantu meningkatkan pemahaman karyawan terhadap tujuan, nilai, dan harapan organisasi. Selain itu, dengan merancang pesan-pesan komunikasi yang koheren, lengkap, konsisten, dan mudah dipahami, organisasi juga dapat memfasilitasi komunikasi yang lebih efektif antar

anggota organisasi. Hal ini akan membantu menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Namun, dalam era digital, implementasi desain komunikasi organisasi yang efektif bukanlah tugas yang sederhana. Organisasi harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti preferensi komunikasi karyawan, tingkat penguasaan teknologi, dan budaya organisasi yang ada. Selain itu, organisasi juga harus mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi digital seperti email, media sosial, dan aplikasi kolaborasi guna menciptakan lingkungan komunikasi yang terpadu dan efisien.

Menurut teori desain komunikasi yang dikembangkan oleh Kaufer dan Butler, kunci utama dalam menciptakan produk komunikasi yang efektif adalah melalui komunikasi yang dapat dipahami dengan baik oleh audiens sasaran. Dalam merancang pesan-pesan komunikasi organisasi, prinsip-prinsip seperti koherensi, kelengkapan, konsistensi, dan keterbacaan harus diperhatikan agar pesan tersebut dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh karyawan (Robbins, 2017). Meyer dan Allen mengembangkan Teori Komitmen Organisasi yang menjelaskan bahwa komitmen karyawan terdiri dari tiga komponen utama, yaitu komitmen afektif, komitmen berkelanjutan, dan komitmen normatif (Flew, 2018).

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen karyawan dan merancang strategi komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip desain komunikasi yang efektif, Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan dapat meningkatkan komitmen aktivitas karyawannya dalam menghadapi era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana desain komunikasi organisasi yang efektif dapat diimplementasikan untuk membangun komitmen aktivitas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan.

Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan, sebagai lembaga pemerintahan tingkat kelurahan, dihadapkan pada tantangan dalam memperkuat keterlibatan karyawan dalam era digital saat ini. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat telah mengubah pola komunikasi dan interaksi di tempat kerja. Oleh karena itu, strategi desain komunikasi organisasi yang efektif diperlukan untuk meningkatkan keterlibatan karyawan secara maksimal.

Karena itu, penting untuk melakukan penelitian ini guna menggali dan menganalisis bagaimana penerapan desain komunikasi organisasi yang efektif di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan dapat membantu memperkuat komitmen karyawan dalam era digital. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis kepada organisasi dalam merancang strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik karyawan, serta meningkatkan efektivitas dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan gabungan antara metode kuantitatif (survei deskriptif) dan kualitatif (studi kasus) guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik penelitian (Kriyantono, 2014). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tiga teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. *Pertama*, wawancara mendalam dilakukan dengan Kepala Kelurahan, pejabat, dan karyawan Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai berbagai aspek terkait dengan kelurahan tersebut. *Kedua*, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati aktivitas dan interaksi komunikasi yang terjadi di lingkungan Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan. Dalam observasi ini, peneliti turut serta secara aktif dalam kegiatan yang terjadi di kelurahan tersebut untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika komunikasi yang terjadi di sana. *Ketiga*, studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data-data terkait yang telah ada, seperti laporan kinerja, kebijakan organisasi, dan desain komunikasi yang digunakan. Data-data ini akan digunakan untuk melengkapi dan memperkuat hasil dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif yang telah dilakukan.

Data kuantitatif dan kualitatif akan disatukan dalam tahap interpretasi dan penarikan kesimpulan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen karyawan dan strategi desain komunikasi organisasi yang efektif dalam membangun komitmen aktivitas karyawan di era digital (Yin, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Komunikasi Organisasi

Berlo (1960) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil jika penerima pesan memberikan makna yang sama dengan yang dimaksud oleh pengirim pesan. Sementara itu, Myers dan Myers (1982) berpendapat bahwa komunikasi merupakan pusat kekuatan yang menyatukan orang-orang dan memungkinkan terjadinya koordinasi untuk tindakan yang terorganisir. (Hasan, 2010). Menurut John Fiske (1990), komunikasi adalah salah satu aktivitas manusia yang dikenal oleh semua orang namun sulit untuk didefinisikan secara memuaskan (Sutaryo, 2005).

Menurut Frank Jefkinse, komunikasi organisasi adalah bentuk-bentuk komunikasi yang ditujukan ke dalam dan ke luar organisasi, yaitu antara pihak organisasi dan publik sebagai target tujuan. Pendapat yang berbeda disampaikan oleh Pace dan Feules, yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai proses pengiriman dan penafsiran pesan antara unit-unit komunikasi dalam suatu organisasi. Sementara itu, Devito memberikan penjelasan yang lebih sederhana mengenai komunikasi organisasi. Baginya, komunikasi organisasi adalah upaya pengiriman dan penerimaan pesan baik melalui kelompok formal maupun informal di dalam organisasi (Morissan, 2009).

Teori Komunikasi Organisasi menegaskan bahwa komunikasi yang efisien merupakan faktor krusial bagi kesuksesan suatu organisasi dalam mencapai sasarannya. Komunikasi organisasi melibatkan komunikasi formal dan informal, komunikasi vertikal (dari pimpinan ke bawahan dan sebaliknya), serta komunikasi horizontal antar individu dalam organisasi. Beberapa teori utama dalam Komunikasi Organisasi meliputi: *pertama*, teori informasi organisasi (*organizational information theory*) Teori ini dikembangkan oleh Karl Weick dan menekankan bahwa organisasi merupakan sistem yang memproses informasi. Komunikasi menjadi proses sentral dalam mengumpulkan, menyimpan, dan menyebarkan informasi di dalam organisasi (Weick, 1995). *Kedua*, teori hubungan manusia (*human relations theory*) dikembangkan oleh Elton Mayo dan Mary Parker Follett. Teori ini menyoroti pentingnya komunikasi interpersonal dan hubungan antara atasan dan bawahan dalam memotivasi serta meningkatkan kinerja karyawan (Mayo, 1945).

*Ketiga*, teori sistem organisasi yang dikembangkan oleh Daniel Katz dan Robert Kahn, menganggap organisasi sebagai sistem terbuka yang berinteraksi dengan lingkungan eksternal melalui proses komunikasi (Katz, 1966). *Keempat*, teori budaya organisasi (*organizational culture theory*) diciptakan oleh Linda Putnam dan Michael Pacanowsky, teori ini menyoroti bahwa budaya organisasi terbentuk dan dipertahankan melalui proses komunikasi, sementara komunikasi juga terpengaruh oleh budaya organisasi (Putnam, 1983). *Kelima*, teori jaringan komunikasi (*communication network theory*) yang dikembangkan oleh Harold J. Leavitt, bertujuan untuk memahami dampak pola komunikasi dalam jaringan organisasi terhadap efektivitas dan kinerja organisasi (Leavitt, 1951).

Dalam penelitian yang telah dilakukan, terungkap bahwa desain komunikasi organisasi memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat komitmen karyawan Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan terhadap aktivitas di era digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara efektivitas desain komunikasi organisasi dan tingkat komitmen karyawan terhadap organisasi. Dari hasil analisis data kuantitatif survei yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan memiliki tingkat komitmen yang tinggi. Skor rata-rata komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif karyawan tersebut berada di atas 3,5 pada skala 1-5. Meskipun demikian, terdapat variasi dalam tingkat komitmen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti usia, masa kerja, dan persepsi terhadap desain komunikasi organisasi.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa melalui analisis regresi, terbukti bahwa efektivitas desain komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komitmen aktivitas karyawan. Faktor-faktor seperti koherensi pesan, konsistensi gaya dan format, serta keterbacaan konten, semuanya berperan penting dalam meningkatkan tingkat komitmen karyawan terhadap organisasi. Semakin efektif desain komunikasi organisasi, semakin tinggi pula tingkat komitmen karyawan terhadap organisasi yang dapat dicapai.

Dukungan untuk temuan ini berasal dari analisis data kualitatif yang dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Para karyawan menyatakan bahwa pesan-pesan komunikasi organisasi yang jelas, konsisten, dan mudah dipahami sangat membantu mereka dalam memahami tujuan, nilai, dan harapan organisasi dengan lebih baik. Dampak dari pemahaman ini kemudian berpengaruh terhadap tingkat keterikatan emosional (komitmen afektif) dan perasaan kewajiban (komitmen normatif) mereka terhadap organisasi.

Di samping itu, desain komunikasi organisasi yang efektif juga dapat mempermudah komunikasi yang lebih baik antara anggota organisasi, baik secara vertikal (dari atasan ke bawahan) maupun horizontal (antar rekan kerja). Komunikasi yang lancar dan efektif dapat meningkatkan rasa saling terikat, kepercayaan, dan kerja sama tim, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan komitmen karyawan dalam menjalankan aktivitasnya.

Penelitian ini menemukan beberapa hambatan dalam menerapkan desain komunikasi organisasi yang efektif di era digital. Salah satu hambatan utama adalah perbedaan preferensi komunikasi karyawan dan tingkat penguasaan teknologi. Beberapa karyawan, terutama yang lebih senior, lebih memilih komunikasi tatap muka atau media tradisional, sementara karyawan yang lebih muda lebih terbiasa dengan komunikasi digital.

Dalam menghadapi tantangan ini, organisasi harus menerapkan strategi komunikasi yang menyeluruh, dengan menggabungkan berbagai jenis saluran komunikasi, baik yang bersifat konvensional maupun digital. Selain itu, pelatihan dan bimbingan terkait penggunaan teknologi komunikasi digital juga harus diselenggarakan bagi para karyawan agar mereka mampu memanfaatkan saluran komunikasi digital secara efisien.

## 2. Desain Komunikasi

Desain merupakan upaya yang terkait dengan perencanaan estetika, persepsi, dan kreativitas. Desain tidak hanya melibatkan eksplorasi visual semata, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti budaya, sosial, filosofis, teknis, dan bisnis. Untuk memudahkan identifikasi desain, berikut ini disajikan tabel yang menjelaskan unsur-unsur yang membentuk desain. Komunikasi dapat diinterpretasikan melalui berbagai konteks, seperti pengertian komunikasi berdasarkan bahasa, verbal, diskusi, media massa, kode/morse/semaphore, *body language*, dan tulisan. Secara umum, komunikasi dapat dijelaskan sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak atau lebih. Tujuan dari komunikasi antara lain adalah identifikasi, informasi, promosi, dan menciptakan suasana. Di bawah ini terdapat tabel yang memuat berbagai jenis komunikasi.

Desain Komunikasi merupakan disiplin ilmu yang berfokus pada pemahaman konsep-konsep komunikasi dan ekspresi kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual. Dalam prosesnya, Desain

Komunikasi mengelola elemen-elemen grafis seperti bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout. Tujuan utamanya adalah agar gagasan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh individu atau kelompok yang menjadi target penerima pesan (Wahyuningsih, 2015).

Salah satu tujuan utama dari Teori Desain Komunikasi adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh audiens yang dituju. Ini dapat dicapai dengan menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi yang relevan. *Pertama*, prinsip koherensi adalah prinsip yang penting dalam desain komunikasi. Prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki alur yang teratur dan mudah diikuti oleh audiens. Dengan menerapkan prinsip koherensi, pesan akan lebih mudah dipahami dan menghindari kebingungan. *Kedua*, selain itu, prinsip kelengkapan juga sangat penting dalam desain komunikasi. Prinsip ini berfokus pada kebutuhan audiens dan memastikan bahwa pesan mencakup semua informasi yang dibutuhkan oleh mereka. Dengan menerapkan prinsip kelengkapan, pesan akan lebih lengkap dan audiens akan mendapatkan semua informasi yang mereka butuhkan. *Ketiga*, prinsip konsistensi juga harus diperhatikan dalam desain komunikasi. Prinsip ini berkaitan dengan gaya dan format pesan yang digunakan. Dengan menerapkan prinsip konsistensi, pesan akan memiliki gaya yang seragam dan format yang konsisten. Hal ini akan membantu audiens dalam memahami pesan dengan lebih baik. *Keempat*, prinsip keterbacaan juga sangat penting dalam desain komunikasi. Prinsip ini berfokus pada kemudahan membaca dan memahami pesan oleh audiens. Dengan memastikan pesan mudah dibaca dan dipahami, audiens akan lebih tertarik dan terlibat dalam pesan yang disampaikan. Dalam merancang berbagai produk komunikasi, seperti buku, laporan, presentasi, *website*, pesan promosi, dan lain-lain, penting untuk memperhatikan prinsip-prinsip desain komunikasi ini. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, produk komunikasi yang dihasilkan akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan memenuhi kebutuhan audiens (Kostelnick, 2011).

Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa desain komunikasi organisasi yang efektif memiliki dampak yang signifikan dalam membangun komitmen aktivitas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan di era digital. Hasil analisis data kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi, seperti koherensi, kelengkapan, konsistensi, dan keterbacaan, dalam merancang pesan-pesan komunikasi organisasi dapat meningkatkan pemahaman dan keterikatan karyawan terhadap tujuan, nilai, dan harapan organisasi.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, ditemukan bahwa mayoritas karyawan Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan memberikan penilaian positif terhadap efektivitas desain komunikasi organisasi yang diterapkan saat ini. Skor rata-rata untuk aspek-aspek seperti koherensi pesan, konsistensi gaya dan format, serta keterbacaan konten, mencapai angka di atas 4 dalam skala 1-5. Temuan ini

menunjukkan bahwa organisasi telah berhasil melakukan upaya yang baik dalam merancang pesan-pesan komunikasi yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami. Analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara efektivitas desain komunikasi organisasi dan tingkat komitmen karyawan. Semakin tinggi efektivitas desain komunikasi, semakin tinggi pula tingkat komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif yang dimiliki oleh karyawan.

Dukungan untuk temuan ini berasal dari hasil wawancara yang mendalam dan observasi partisipatif yang telah dilakukan. Karyawan-karyawan menyatakan bahwa pesan-pesan komunikasi yang disampaikan melalui berbagai saluran, seperti email, aplikasi pesan instan, dan pertemuan tatap muka, cenderung mudah dimengerti dan konsisten dalam gaya dan formatnya. Hal ini membantu mereka untuk memahami dengan jelas tujuan, nilai, dan harapan organisasi, serta meningkatkan rasa keterikatan emosional (komitmen afektif) dan perasaan wajib (komitmen normatif) mereka terhadap organisasi. Di samping itu, desain komunikasi yang berhasil juga mempermudah komunikasi yang lebih lancar dan efisien antara anggota organisasi, baik dalam hierarki maupun antar departemen. Komunikasi yang efektif ini dapat meningkatkan kerja sama, kolaborasi tim, dan kepercayaan antar karyawan, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap peningkatan komitmen yang berkelanjutan (kesadaran akan biaya yang harus ditanggung jika memutuskan untuk meninggalkan organisasi).

Penelitian ini menemukan beberapa hambatan dalam menerapkan desain komunikasi organisasi yang efektif di era digital. Salah satu hambatan utama adalah perbedaan preferensi komunikasi karyawan dan tingkat penguasaan teknologi yang beragam. Untuk mengatasi tantangan ini, organisasi harus mengadopsi pendekatan komunikasi yang terintegrasi, dengan menggabungkan berbagai saluran komunikasi baik tradisional maupun digital, serta memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan dalam penggunaan teknologi komunikasi digital.

### 3. Komitmen Organisasi

Teori Komitmen Organisasi adalah suatu teori yang menggambarkan tingkat keterikatan individu terhadap organisasi di mana mereka bekerja. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh John P. Meyer dan Natalie J. Allen pada tahun 1991. Teori ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen individu terhadap organisasi, seperti kepuasan kerja, identifikasi dengan nilai-nilai organisasi, dan keterlibatan dalam pekerjaan. Dengan memahami teori ini, organisasi dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan komitmen individu terhadap organisasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Menurut Meyer dan Allen, terdapat tiga elemen utama dalam komitmen organisasi: *pertama*, Komitmen afektif (*affective commitment*) adalah keterikatan emosional, identifikasi, dan keterlibatan seorang karyawan terhadap organisasi.

Karyawan yang memiliki komitmen afektif yang kuat akan tetap bekerja di organisasi tersebut karena mereka memiliki keinginan yang kuat untuk melakukannya. *Kedua*, komitmen kontinu (*continuance commitment*) adalah persepsi karyawan terhadap biaya-biaya yang akan mereka hadapi jika mereka memutuskan untuk meninggalkan organisasi. Karyawan dengan komitmen kontinu yang tinggi akan tetap bekerja di organisasi tersebut karena mereka merasa bahwa biaya yang akan mereka tanggung jika mereka keluar lebih besar daripada manfaat yang mereka peroleh. *Ketiga*, komitmen normatif (*normative commitment*) adalah keterikatan karyawan terhadap organisasi berdasarkan norma-norma dan nilai-nilai yang ada. Karyawan dengan komitmen normatif yang tinggi akan tetap bekerja di organisasi tersebut karena mereka merasa memiliki kewajiban moral untuk melakukannya. Dalam keseluruhan, komitmen organisasi merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan karyawan untuk tetap bekerja di suatu organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen yang kuat terhadap organisasi cenderung lebih loyal dan berdedikasi dalam menjalankan tugas-tugas mereka (Meyer, 1991).

Teori ini mengemukakan bahwa semakin kuat komitmen karyawan terhadap organisasi, semakin tinggi pula upaya yang mereka lakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu, tingkat komitmen organisasi yang tinggi juga dapat mengurangi tingkat absensi dan pergantian karyawan (Robbins, 2017). Beberapa elemen yang dapat memengaruhi komitmen organisasi meliputi karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, pengalaman kerja, dan faktor organisasi. Karakteristik individu mencakup usia, masa kerja, dan kepribadian seseorang. Sementara itu, karakteristik pekerjaan melibatkan tantangan, otonomi, dan umpan balik yang diterima oleh karyawan. Pengalaman kerja juga berperan penting dalam membentuk komitmen organisasi, seperti kepuasan kerja dan tingkat stres yang dialami. Selain itu, faktor organisasi seperti budaya organisasi dan gaya kepemimpinan juga turut memengaruhi tingkat komitmen yang dimiliki oleh anggota organisasi (Luthans, 2011). Studi ini mengungkapkan bahwa komitmen organisasi memiliki peranan yang krusial dalam membangun komitmen aktivitas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan di era digital. Desain komunikasi organisasi yang efektif memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan komitmen organisasi karyawan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan komitmen aktivitas mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan menunjukkan tingkat komitmen organisasi yang tinggi, dengan nilai rata-rata di atas 4 (dari skala 1-5) untuk ketiga aspek komitmen, yaitu afektif, berkelanjutan, dan normatif. Temuan ini menunjukkan bahwa karyawan menunjukkan keterikatan emosional, kesadaran akan biaya yang harus ditanggung jika mereka meninggalkan organisasi, serta perasaan kewajiban untuk tetap berada di dalam organisasi. Dalam analisis regresi, terbukti bahwa desain komunikasi organisasi yang efektif memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ketiga komponen komitmen organisasi. Semakin efektif desain komunikasi organisasi,

semakin tinggi tingkat komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif yang dimiliki oleh para karyawan.

Ditemukan bahwa temuan ini didukung oleh data kualitatif dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif yang telah dilakukan. Karyawan-karyawan menyatakan bahwa pesan-pesan komunikasi yang disampaikan dengan jelas, konsisten, dan mudah dipahami sangat membantu mereka dalam memahami tujuan, nilai, dan harapan organisasi dengan lebih baik. Dalam akibatnya, hal ini meningkatkan keterikatan emosional (komitmen afektif) mereka terhadap organisasi. Di samping itu, desain komunikasi yang berhasil juga mempermudah komunikasi yang lebih lancar dan efisien antara anggota organisasi, serta mendorong kolaborasi dan kerja sama tim yang efektif. Hal ini menciptakan suasana kerja yang positif dan meningkatkan kesadaran karyawan terhadap konsekuensi finansial yang akan mereka hadapi jika mereka memutuskan untuk meninggalkan organisasi (komitmen jangka panjang).

Komunikasi yang efektif juga berperan dalam mengklarifikasi harapan dan tanggung jawab karyawan terhadap organisasi, serta memperkenalkan nilai-nilai dan norma-norma organisasi. Dengan demikian, hal ini dapat meningkatkan rasa kewajiban (komitmen normatif) karyawan untuk tetap setia pada organisasi dan memberikan kontribusi yang optimal. Namun, dalam penelitian ini juga ditemukan beberapa hambatan dalam upaya membangun komitmen organisasi melalui desain komunikasi yang efektif di era digital. Salah satu hambatan utama adalah adanya perbedaan preferensi komunikasi di antara karyawan dan tingkat penguasaan teknologi yang berbeda-beda. Untuk mengatasi tantangan ini, organisasi perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang terintegrasi, dengan menggabungkan berbagai saluran komunikasi baik yang tradisional maupun digital. Selain itu, organisasi juga perlu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan dalam penggunaan teknologi komunikasi digital.

#### 4. Teknologi dan Komunikasi Digital

Teori Teknologi dan Komunikasi Digital membahas dampak teknologi digital terhadap interaksi dan komunikasi manusia. Para ahli seperti Marshall McLuhan, Manuel Castells, dan Mark Poster adalah tokoh yang berperan dalam pengembangan teori ini (McLuhan, 1964). Teori ini mengemukakan bahwa teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan perangkat seluler, telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan menyebarkan informasi. Perubahan ini mencakup beberapa aspek berikut: *pertama*, konvergensi media teknologi digital memungkinkan berbagai bentuk media, seperti teks, gambar, audio, dan video, dapat diintegrasikan dan disebarkan melalui satu platform. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses dan berbagi informasi dengan lebih mudah dan efisien. *Kedua*, komunikasi interaktif teknologi digital memfasilitasi komunikasi dua arah dan interaktif antara pengirim dan penerima pesan. Pengguna dapat berinteraksi langsung dengan orang lain melalui berbagai platform komunikasi, seperti pesan instan, panggilan video, atau

media sosial. *Ketiga*, jaringan komunikasi teknologi digital menciptakan jaringan komunikasi yang luas dan terhubung secara global. Internet memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia dan berbagi informasi dengan cepat dan mudah. *Keempat*, konten pengguna teknologi digital memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen dan penyebar konten, bukan hanya konsumen pasif. Dengan adanya platform seperti blog, vlog, atau media sosial, pengguna dapat membuat dan membagikan konten mereka sendiri kepada orang lain.

*Kelima*, komunikasi *real-time* teknologi digital memungkinkan komunikasi terjadi secara *real-time* tanpa batasan waktu dan tempat. Pengguna dapat berkomunikasi dengan orang lain secara langsung dan seketika, baik melalui pesan instan, panggilan video, atau media sosial. *Keenam*, personalisasi komunikasi teknologi digital memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan disesuaikan dengan preferensi individu. Pengguna dapat mengatur preferensi mereka sendiri, seperti notifikasi, filter konten, atau pengaturan privasi, sehingga mereka dapat menerima dan mengirimkan pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Castells, 2010). Teori ini juga menyoroti signifikansi literasi digital, yang mencakup kemampuan dalam memahami, menggunakan, dan menilai teknologi digital dengan efisien dan bermakna. Kemahiran literasi digital menjadi krusial untuk turut serta dalam komunitas digital yang terus maju (Flew, 2018).

## 5. Teori Motivasi

Teori motivasi adalah suatu kerangka konseptual yang digunakan untuk menjelaskan alasan di balik perilaku individu. Teori ini berfokus pada faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan dorongan yang dimilikinya. Beberapa contoh teori motivasi yang terkenal antara lain: *Pertama*, teori hierarki kebutuhan Maslow, yang dikembangkan oleh Abraham Maslow, menggambarkan bahwa manusia memiliki hierarki kebutuhan yang terdiri dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Manusia akan merasa termotivasi untuk mencapai kebutuhan pada tingkat yang lebih tinggi setelah kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah terpenuhi (Maslow, 1943). *Kedua*, teori dua faktor Herzberg (*Herzberg's two-factor theory*) dikembangkan oleh Frederick Herzberg, teori ini mengelompokkan faktor-faktor yang memengaruhi motivasi kerja ke dalam dua kategori: faktor *higiene* (seperti gaji, kondisi kerja, dan kebijakan perusahaan) dan faktor motivator (seperti pencapaian, pengakuan, tanggung jawab, dan kemajuan). Faktor *higiene* harus dipenuhi untuk mencegah ketidakpuasan, sementara faktor motivator harus ada untuk meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja (Herzberg, 1959).

*Ketiga*, teori kebutuhan McClelland, yang dikembangkan oleh David McClelland, mengidentifikasi tiga kebutuhan utama yang menjadi motivasi bagi manusia: kebutuhan akan pencapaian, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan kekuasaan (McClelland, 1961). *Keempat*, teori pengharapan (*expectancy theory*) yang

dikembangkan oleh Victor Vroom menjelaskan bahwa motivasi individu dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap hubungan antara upaya yang diberikan, kinerja yang dicapai, dan hasil yang diperoleh. Jika seseorang meyakini bahwa upaya yang mereka lakukan akan menghasilkan kinerja yang baik, dan kinerja yang baik akan membawa imbalan yang diinginkan, maka mereka akan termotivasi untuk bekerja keras (Vroom, 1964).

Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi dan komunikasi digital memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat komitmen karyawan Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan di era digital melalui desain komunikasi organisasi yang efektif. Data kuantitatif dan kualitatif yang dianalisis menunjukkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital yang sesuai, dikombinasikan dengan desain komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan pemahaman, keterlibatan, dan loyalitas karyawan terhadap organisasi.

Menurut hasil survei yang dilakukan, mayoritas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi komunikasi digital dalam organisasi. Skor rata-rata yang diperoleh berada di atas 4 dalam skala 1 hingga 5. Teknologi seperti email, aplikasi pesan instan, dan platform kolaborasi *online* dinilai sangat efektif dalam memfasilitasi komunikasi dan berbagi informasi di lingkungan kerja. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara efektivitas penggunaan teknologi komunikasi digital dan tingkat komitmen aktivitas karyawan. Semakin efektif penggunaan teknologi komunikasi digital, semakin tinggi tingkat komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif yang dimiliki oleh karyawan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh data kualitatif dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Responden menyatakan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital, seperti email dan aplikasi pesan instan, mempermudah komunikasi yang lebih cepat, efisien, dan *real-time* di lingkungan kerja. Dengan demikian, teknologi tersebut membantu mereka tetap terhubung dan terlibat dalam aktivitas organisasi, sekaligus meningkatkan rasa keterikatan emosional (komitmen afektif) terhadap organisasi. Di samping itu, pemanfaatan platform kolaborasi *online*, seperti alat berbagi dokumen dan ruang obrolan virtual, mempermudah kerja sama tim yang lebih efisien dan meningkatkan produktivitas. Para karyawan merasa bahwa mereka memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya dan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka, yang pada akhirnya meningkatkan kesadaran mereka terhadap biaya yang harus ditanggung jika mereka memutuskan untuk meninggalkan organisasi (komitmen berkelanjutan).

Namun, dalam penelitian ini juga ditemukan beberapa hambatan dalam menggabungkan teknologi komunikasi digital dengan desain komunikasi organisasi yang efektif. Salah satu hambatan utama adalah perbedaan tingkat literasi digital di antara karyawan. Beberapa karyawan, terutama yang berusia lebih tua, kurang terbiasa dengan penggunaan teknologi komunikasi digital, sementara karyawan yang

lebih muda cenderung lebih terampil. Agar dapat menghadapi tantangan ini, organisasi harus menyediakan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan dalam penggunaan teknologi komunikasi digital. Selain itu, organisasi juga harus memastikan bahwa desain komunikasi yang digunakan dapat kompatibel dengan berbagai perangkat dan platform. Pendekatan komunikasi yang terintegrasi, yang menggabungkan saluran komunikasi tradisional dan digital, juga perlu dilakukan agar semua karyawan dapat terlibat secara efektif dalam proses komunikasi organisasi.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan pemahaman yang berharga mengenai peran teknologi dan komunikasi digital dalam membangun komitmen aktivitas karyawan di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan di era digital melalui desain komunikasi organisasi yang efektif. Hasil utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital yang tepat, yang dikombinasikan dengan desain komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan pemahaman, keterlibatan, dan keterikatan karyawan terhadap organisasi. Dalam analisis data kuantitatif dan kualitatif, ditemukan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital, seperti email, aplikasi pesan instan, dan platform kolaborasi *online*, memiliki korelasi positif yang signifikan dengan tingkat komitmen aktivitas karyawan. Semakin efektif penggunaan teknologi komunikasi digital, semakin tinggi pula tingkat komitmen afektif, berkelanjutan, dan normatif yang dimiliki oleh karyawan.

Temuan ini menegaskan betapa pentingnya menggabungkan teknologi komunikasi digital dengan desain komunikasi organisasi yang efektif, yang menekankan prinsip-prinsip seperti keselarasan, keutuhan, konsistensi, dan kemudahan dibaca. Perpaduan yang sesuai antara teknologi dan desain komunikasi dapat memperlancar komunikasi yang lebih cepat, efisien, dan *real-time* di lingkungan kerja, sekaligus meningkatkan kolaborasi dan kerja sama tim. Namun, dalam penelitian ini juga terungkap adanya tantangan dalam menerapkan teknologi komunikasi digital dan desain komunikasi yang efektif, seperti perbedaan tingkat literasi digital di antara para karyawan. Untuk mengatasi tantangan ini, organisasi perlu menyediakan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan, serta mengadopsi pendekatan komunikasi yang terintegrasi dengan menggabungkan saluran komunikasi tradisional dan digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital yang tepat dapat menjadi faktor kunci dalam membangun komitmen aktivitas karyawan di era digital. Dalam konteks ini, desain komunikasi organisasi yang efektif sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Organisasi yang mampu memanfaatkan potensi teknologi dan komunikasi digital dengan baik, serta merancang desain komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik karyawan, akan memiliki keunggulan kompetitif dalam membangun sumber daya manusia yang berkualitas dan berkomitmen tinggi. Dengan demikian, penting bagi

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 10 (2024) 4669 – 4683 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v6i10.3024

organisasi untuk memperhatikan aspek-aspek ini dalam merancang strategi komunikasi mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society (2nd ed.)*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Flew, T. (2018). *Understanding Global Digital Cultures: Theory, Themes, and Perspectives*. London: Routledge.
- Hasan, E. (2010). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Herzberg, F. M. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.
- Katz, D. &. (1966). *The Social Psychology of Organizations*. New York: Wiley.
- Kostelnick, C. &. (2011). *Designing Visual Language: Strategies for Professional Communicators*. Boston: Allyn & Bacon.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Leavitt, H. J. (1951). Some Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46(1), 38-50.
- Luthans, F. (2011). *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Luthans, F. (2011). *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach (12th ed.)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), , 370-396.
- Mayo, E. (1945). *The Social Problems of an Industrial Civilization*. Boston: Harvard University.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Meyer, J. P. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Miller, K. (2015). *Organizational Communication: Approaches and Processes (7th ed.)*. Stamford, CT: Cengage Learning.
- Morissan, M. (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 10 (2024) 4669 – 4683 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v6i10.3024

- Putnam, L. L. (1983). *Communication and Organizations: An Interpretive Approach*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Robbins, S. P. (2017). *Organizational Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Robbins, S. P. (2017). *Organizational Behavior (17th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sutaryo. (2005). *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.
- Wahyuningsih, S. (2015). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*. Madura: UTM PRESS.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.