

**PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI MELALUI NEW MEDIA DALAM
MENUNJANG KEGIATAN OPERASIONAL
DI PT NATLAS REKARTHA INDONESIA**

Josephine Ayu Graciaputri¹, Murtiadi², Andi Banus Achir³

¹²³Universitas Bina Sarana Informatika

¹josephineagrapiaputri@gmail.com, ²murtiadi.mdi@bsi.ac.id

³andi.ndb@bsi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the role of organizational communication through new media in supporting operational activities at PT Natlas Rekartha Indonesia. This heavy equipment tire distributor has a geographically separated work structure between its head office in Jakarta and its operational unit in Kalimantan. This research employs a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach through a field study. Data was collected through in-depth interviews with three key informants, there are the Managing Director, the Jakarta Head of Operations, and the Banjarmasin Head of Operations; supported by observation and documentation. The results show that the company utilizes three complementary new media platforms: WhatsApp for rapid daily coordination, email for formal communication and documentation, and Google Meet for cross-regional synchronous virtual meetings. The use of these platforms has positively impacted communication speed, time and cost efficiency, and ease of coordination. Nevertheless, several obstacles were identified, including potential miscommunication due to brief text messages, limited nonverbal communication, information overload on WhatsApp, and unstable internet connectivity in Kalimantan. In conclusion, new media-based communication within the company operates quite effectively in supporting its operations, yet it requires more optimal management to minimize existing barriers.

Keywords: *Organizational Communication, New Media Communication, The role communication*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi organisasi melalui new media dalam menunjang kegiatan operasional di PT Natlas Rekartha Indonesia. Perusahaan distributor ban alat berat ini memiliki struktur kerja yang terpisah secara geografis antara kantor pusat di Jakarta dan unit operasional di Kalimantan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan yaitu Managing Director, Kepala Operasional Jakarta, dan Kepala Operasional Banjarmasin; serta didukung oleh

observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memanfaatkan tiga platform new media secara komplementer: WhatsApp untuk koordinasi harian yang cepat, email sebagai sarana komunikasi formal dan dokumentasi, serta Google Meet untuk rapat virtual sinkron lintas wilayah. Penggunaan platform ini berdampak positif pada peningkatan kecepatan komunikasi, efisiensi waktu dan biaya, serta kemudahan koordinasi. Meskipun demikian, ditemukan sejumlah kendala seperti potensi miskomunikasi akibat pesan teks singkat, keterbatasan komunikasi nonverbal, overload informasi di WhatsApp, dan jaringan internet yang tidak stabil di Kalimantan. Kesimpulannya, komunikasi berbasis new media di perusahaan ini berjalan cukup efektif mendukung operasional, namun membutuhkan pengelolaan yang lebih optimal untuk meminimalkan hambatan.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Komunikasi Media Baru, Peran Komunikasi

Catatan : Nomor HP tidak akan dicantumkan, namun sebagai fast respon apabila perbaikan dan keputusan penerimaan jurnal sudah ada.

A. Pendahuluan

Komunikasi internal yang efektif merupakan fondasi utama penggerak roda operasional dalam sebuah organisasi. Dalam sebuah ekosistem perusahaan, komunikasi tidak sekadar berfungsi sebagai sarana pertukaran sapaan, melainkan menjadi instrumen krusial untuk menyelaraskan instruksi, mengoordinasikan tugas, dan memastikan kelancaran aktivitas bisnis sehari-hari. Ketika alur komunikasi berjalan secara terbuka, jelas, dan terstruktur, setiap divisi dapat menjalankan fungsinya dengan presisi, meminimalisasi tingkat kesalahan kerja, dan merespons dinamika di lapangan dengan

tanggap. Sebaliknya, kebuntuan arus informasi akan memicu rantai kendala yang dapat menghambat laju produktivitas secara keseluruhan. Untuk mengatasi kendala jarak fisik tersebut, kehadiran new media (media baru) atau platform komunikasi digital berbasis internet menjadi solusi mutlak. Kecepatan transmisi pesan tanpa batas ruang dan waktu membuat media digital diandalkan sebagai penjemputan informasi. Teknologi Computer-Mediated

Communication (CMC) memungkinkan perusahaan untuk tetap terhubung secara real-time, memfasilitasi pertukaran data yang cepat, dan menjaga ritme kerja

meskipun seluruh elemen organisasi tidak berada di bawah satu atap yang sama.

Seluruh rentetan kompleksitas komunikasi lintas geografis ini secara nyata terjadi dan menjadi tantangan operasional utama di PT Natlas Rekartha Indonesia. Perusahaan berskala UMKM ini bergerak secara spesifik di bidang penjualan dan distribusi ban alat berat. Sebagai wujud ekspansi bisnis dan penetrasi pasarnya, saat ini pusat kendali manajemen dan penentuan kebijakan perusahaan berkedudukan di Jakarta, sementara wilayah operasional dan eksekusi distribusinya dijalankan secara masif di Pulau Kalimantan.

Pemisahan wilayah kerja ini bukan tanpa alasan, melainkan sebuah strategi bisnis yang esensial. Kalimantan dikenal sebagai salah satu pusat industri pertambangan terbesar di Indonesia, yang notabene merupakan pasar utama bagi produk ban alat berat. Sementara itu, kedudukan kantor pusat di Jakarta memberikan aksesibilitas yang lebih baik bagi manajemen untuk menjalin relasi dengan prinsipal (pabrikan), mengatur arus keuangan, serta merumuskan kebijakan strategis korporat. Keputusan untuk membagi

dua titik sentral ini secara otomatis menjadikan komunikasi digital sebagai satu-satunya urat nadi yang menyambungkan perencanaan di Jakarta dengan eksekusi di Kalimantan.

Berdasarkan kondisi aktual perusahaan, distribusi tenaga kerja di PT Natlas Rekartha Indonesia memiliki rasio persebaran yang cukup timpang secara lokasi. Terdapat 10 orang karyawan yang bertugas di kantor pusat Jakarta, 13 orang karyawan operasional di cabang Kalimantan, serta didukung oleh sejumlah pekerja lepas (freelancer) dari berbagai daerah. Komposisi demografis ini menunjukkan realitas bahwa lebih dari setengah total penggerak roda bisnis perusahaan berada di luar jangkauan pengawasan fisik kantor pusat.

B. Metode Penelitian

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang digunakan peneliti sebagai dasar dalam memahami hubungan antar variabel yang diteliti, sekaligus menjadi acuan dalam menentukan rumusan masalah, teori yang

digunakan, serta metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme, yaitu paradigma yang memandang bahwa realitas sosial tidak bersifat tunggal, melainkan dibangun melalui interaksi sosial antar individu dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Creswell (2018), paradigma konstruktivisme menekankan bahwa individu memahami dunia berdasarkan pengalaman dan interpretasi subjektif yang dimilikinya, sehingga makna suatu fenomena dapat berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu hasil penelitian tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Maka dari itu, menurut peneliti, penelitian deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu fenomena sosial yang terjadi di lapangan. . Dalam konteks penelitian ini, fenomena yang dimaksud adalah proses komunikasi organisasi melalui pemanfaatan new

media dalam menunjang kegiatan operasional Perusahaan. Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran secara nyata mengenai kondisi komunikasi organisasi yang terjadi di PT Natlas Rekartha Indonesia, khususnya dalam penggunaan media komunikasi digital seperti WhatsApp, email, dan Google Meet dalam aktivitas operasional perusahaan

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi lapangan untuk memperoleh gambaran yang mendalam mengenai peran komunikasi organisasi melalui WhatsApp, email, dan Google Meet dalam mendukung efektivitas kegiatan operasional perusahaan.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

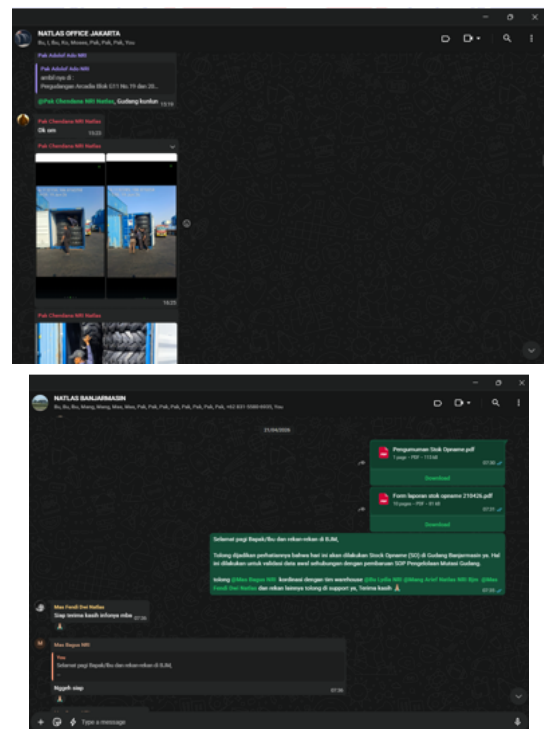
Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Natlas Rekartha Indonesia telah mengimplementasikan komunikasi organisasi berbasis new media melalui penggunaan WhatsApp, email, dan Google Meet dalam aktivitas operasional sehari-hari. Temuan ini dapat dianalisis menggunakan perspektif Computer Mediated Communication (CMC), yaitu konsep komunikasi yang terjadi

melalui perantara teknologi komputer atau perangkat digital yang memungkinkan interaksi tanpa batas ruang dan waktu.

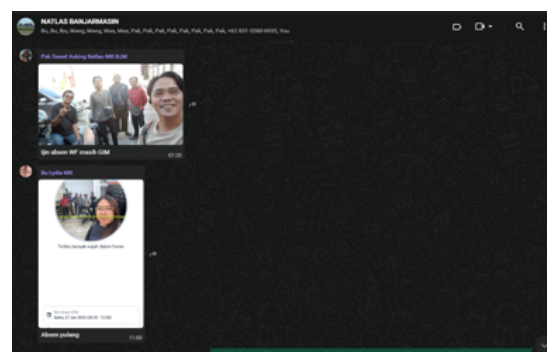
Dalam konteks CMC, komunikasi tidak lagi bergantung pada interaksi tatap muka secara langsung, melainkan dialihkan melalui media digital yang memungkinkan pesan dikirim, diterima, dan diproses secara cepat. Hal ini terlihat dalam hasil wawancara dengan Adolof R. selaku Managing Director, yang menyatakan bahwa WhatsApp digunakan sebagai media utama untuk komunikasi cepat dalam operasional perusahaan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa organisasi telah mengadopsi pola komunikasi berbasis CMC yang menekankan kecepatan dan efisiensi pertukaran informasi.

Hal yang sama juga terlihat dari pernyataan Sonny T. selaku Kepala Operasional Jakarta, yang menjelaskan bahwa komunikasi melalui WhatsApp mempercepat koordinasi, terutama dalam situasi yang membutuhkan keputusan segera. Sementara itu, Lydia N. selaku Kepala Operasional Banjarmasin menegaskan bahwa WhatsApp memungkinkan komunikasi langsung dengan kantor

pusat tanpa harus melalui prosedur formal yang memakan waktu. Berdasarkan hal tersebut, dapat dipahami bahwa CMC dalam organisasi ini berperan sebagai media yang mempercepat aliran informasi antar struktur organisasi.



Gambar 1
Penggunaan New Media Whatsapp



D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemanfaatan new media dalam komunikasi organisasi di PT Natlas Rekartha Indonesia, dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah mengimplementasikan sistem komunikasi berbasis digital melalui penggunaan WhatsApp, email, dan Google Meet sebagai media utama dalam mendukung aktivitas operasional.

Pertama, dari sisi penerapan Computer Mediated Communication (CMC), PT Natlas Rekartha Indonesia telah memanfaatkan media digital untuk mempercepat proses komunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. WhatsApp digunakan sebagai media komunikasi cepat dan operasional harian, email digunakan sebagai media komunikasi formal dan dokumentasi, sedangkan Google Meet digunakan sebagai media rapat virtual untuk koordinasi lintas wilayah. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi telah bertransformasi menjadi lebih fleksibel, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kedua, dalam perspektif komunikasi organisasi, pemanfaatan

new media telah meningkatkan efektivitas aliran informasi baik secara vertikal maupun horizontal antara kantor pusat dan cabang. Komunikasi menjadi lebih cepat, mudah, dan mampu mendukung proses pengambilan keputusan secara lebih responsif. Pembagian fungsi media komunikasi juga menunjukkan adanya sistem komunikasi yang terstruktur sesuai kebutuhan organisasi.

Ketiga, pemanfaatan new media memberikan dampak positif berupa peningkatan kecepatan komunikasi, efisiensi waktu dan biaya, kemudahan koordinasi lintas wilayah, serta sistem dokumentasi yang lebih tertata melalui email.

Hal ini mendukung kelancaran kegiatan operasional perusahaan secara keseluruhan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan new media dalam komunikasi organisasi di PT Natlas Rekartha Indonesia telah berjalan cukup efektif dan memberikan kontribusi positif terhadap kelancaran operasional perusahaan, meskipun masih diperlukan pengelolaan komunikasi yang lebih optimal untuk mengurangi hambatan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Aranda, K., & Suryanti, F. I. (2024). Studi Literatur: Peran Elemen Komunikasi Internal dan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 306–317. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.206>
- Artarini, H., & Putri, F. A. A. (2024). KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS MEDIA SOSIAL WHATSAPP DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PENGURUS RW 011 GRAND ORCHARD KELURAHAN SUKAPURA. Lekatompessy, D. B. F., Kawan, D., Lumaupuy, F., & Parinussa, M. (2022). KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM ERA KERJA HYBRID: SYSTEMATIC REVIEW TERHADAP PENELITIAN PASCA PANDEMI. Dalam *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora* (Vol. 4, Nomor 2). Nursadrina, D., Lancia, F., & Achir, A. B. (2025). Strategi Komunikasi Interpersonal Customer Service Bengkel Two Motor Sport dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 5(10). Pradja, B. P., Ronda, M., & Jamalullail, J. (2024). HUMAN RELATIONS AND THE USE OF NEW MEDIA TECHNOLOGY IN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AT PT. LANTERA SEJAHTERA INDONESIA. *International Journal of Social Science*, 3(5), 597–610. <https://doi.org/10.53625/ijss.v3i5.7428>
- Prameswary, H., Safuan, S., & Alhabshy, M. A. (2024). EFEKTIVITAS PERTEMUAN DARING MENGGUNAKAN ZOOM, GOOGLE MEET DAN MICROSOFT TEAMS UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN. *Action Research Literate*, 8(1). <https://arl.ridwaninstitute.co.id/index.php/arl>
- Riinawati. (2019). PENGANTAR TEORI MANAJEMEN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI. Subekti, K., & Toni, A. (2021). Fungsi Komunikasi dalam Organisasi Melalui Grup percakapan WhatsApp Civitas Academica Fakultas Psikologi Universitas Pancasila. Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 4, Nomor 1). <http://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/index>
- Wicaksono, S., Si, I. M., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, P., & Tegal, I. (2026). Komunikasi Virtual dan Tantangan Budaya Organisasi dalam Bisnis Digital: Review Literatur. Widodo, J. C., & Salman, S. (2023). Pengaruh Komunikasi Internal terhadap

Motivasi Kerja Pegawai. Dalam
Jurnal Bisnis dan Komunikasi (Vol.
10, Nomor