



Pola Komunikasi Organisasi dalam Bisnis *Warehouses and Distribution* Perusahaan Multinasional PT. Maersk Indonesia

Maduma Yanti Sari^{1✉}, Tantri Puspita Yazid², Rummyeni³

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Riau^(1,2,3)

DOI: 10.31004/jutin.v7i2.27559

✉ Corresponding author:

[maduma.yanti7604@gmail.com]

Article Info	Abstrak
<p><i>Kata kunci:</i> <i>Pola Komunikasi;</i> <i>Komunikasi Organisasi;</i></p>	<p>PT. Maersk Indonesia merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang <i>warehouse and distribution</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi organisasi pada proyek <i>warehouse and distribution</i>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang berfokus pada observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang dikembangkan dalam proyek Metalcom terdiri dari dua bentuk: formal dan informal komunikasi secara formal berupa komunikasi dari atasan ke bawahan, komunikasi bawahan ke atasan, komunikasi horizontal, komunikasi diagonal. Saluran komunikasi yang digunakan adalah pergudangan dan distribusi proyek Metalcom dengan menggunakan teknologi yang ada. Tim Microsoft, email, media WhatsApp. Hambatan komunikasi tersebut antara lain perbedaan budaya antara atasan dan bawahan, penggunaan terminologi budaya, aksent atau dialek asli yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris, dan penjelasan yang tidak jelas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman komunikasi pada organisasi multinasional khususnya di Indonesia.</p>
<p><i>Keywords:</i> <i>Communication patterns;</i> <i>Organizational communication;</i></p>	<p>Abstract</p> <p>PT. Maersk Indonesia is a multinational company operating in the warehouse and distribution sector. This research aims to determine organizational communication patterns in warehouse and distribution projects. The method used in this research is descriptive qualitative which focuses on observation and interviews. The research results show that the communication patterns developed in the Metalcom project consist of two forms: formal and informal, formal communication in the form of communication from superiors to subordinates, communication from subordinates to superiors, horizontal communication, diagonal communication. The communication channel used the Metalcom</p>

project's warehousing and distribution using existing technology. Microsoft Teams, email, WhatsApp media. These communication barriers include cultural differences between superiors and subordinates, the use of cultural terminology, native accents or dialects translated into English, and unclear explanations.

1. INTRODUCTION

Dalam setiap organisasi perusahaan tentunya akan memiliki pola komunikasi yang diterapkan untuk mencapai suatu tujuan yang optimal setiap pekerjaan. Dalam kamus bahasa Indonesia pola adalah sistem atau tata kerja. Adapun istilah sistem secara umum adalah suatu susunan yang terdiri atau pilihan berdasarkan fungsinya, individu-individu yang mendukung membentuk kesatuan utuh. Penggunaan pola komunikasi mempengaruhi efektivitas proses komunikasi. Komunikasi dalam suatu organisasi selalu merupakan komunikasi dua arah dan menguntungkan semua orang yang terlibat. Ketika kita berkomunikasi, kita menciptakan kesamaan dalam pemahaman, gagasan, pemikiran, dan tindakan kita terhadap orang lain (Dr. Riinawati, 2019). Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Kemudian bila memperhatikan arti kata komunikasi dan organisasi, maka komunikasi organisasional adalah komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berada di dalam organisasi itu sendiri, juga antara orang-orang yang berada di dalam organisasi dengan publik luar, dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi organisasi adalah "perilaku pengorganisasian" yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. Tanpa komunikasi yang baik, suatu organisasi tidak dapat berfungsi secara efektif dan efisien. Menurut (Khomsahrial & Romli, 2011). bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari sebuah organisasi.

PT. Maersk Indonesia merupakan sebagai perusahaan multinasional di bidang *warehouse and distribution*, berperan penting dalam mendukung kelancaran operasional rantai pasokan global. Industri ini melibatkan pergerakan barang, material, dan informasi melalui jalur transportasi yang beragam, seperti pelayaran, angkutan darat, dan penerbangan. Kegiatan dalam perusahaan ini memiliki pola komunikasi dalam organisasi baik secara internal (sesama karyawan perusahaan) maupun eksternal (karyawan perusahaan dengan *customer*). Bukan hanya itu kegiatan ini tentunya akan membentuk pola komunikasi secara informal maupun formal. Lingkungan internal organisasi (juga dikenal sebagai pemangku kepentingan internal). Kegiatan wirausaha harus menyeimbangkan pemangku kepentingan internal dan eksternal. Lingkungan ini mempunyai dua bagian, yaitu lingkungan eksternal yang berpengaruh langsung terhadap kegiatan organisasi, dan lingkungan kedua yang sebagian berpengaruh langsung atau tidak berpengaruh sama sekali. Lingkungan eksternal yang berdampak langsung disebut demikian karena lingkungan tersebut berada dalam lingkungan bisnis organisasi dan perubahan lingkungan berdampak langsung pada organisasi. Sebaliknya, lingkungan eksternal lainnya mempunyai dampak tidak langsung terhadap organisasi, yang kemungkinan besar juga akan dirasakan oleh organisasi. Ketika suatu organisasi telah menjalin komunikasi dan hubungan yang harmonis dengan lingkungannya, organisasi tersebut harus berkomunikasi dengan lingkungan terdekatnya, yaitu pelanggan, pemasok, dealer, pesaing, pemerintah/badan pengatur, untuk mencapai dan mempertahankan tingkat keuntungan.

Selain itu, faktor sosial, politik, ekonomi dan teknologi harus dipertimbangkan untuk menghindari kegagalan mencapai tujuan organisasi. Komunikasi formal dapat diartikan dengan komunikasi yang mengikuti rantai komando yang dicapai oleh hirarki wewenang. Dalam struktur organisasi garis, fungsional, maupun matriks, akan tampak berbagai macam posisi atau kedudukan masing-masing sesuai dengan batas tanggung jawab dan wewenangnya. Komunikasi informal adalah komunikasi organisasi yang tidak ditentukan oleh struktur organisasi hierarkis. Komunikasi informal ini terlihat ketika para karyawan saling berbincang di kantin, saling menyapa saat bertemu di lorong kantor, atau mengobrol di ruang tunggu saat jam istirahat. Tujuan dari komunikasi informal ini adalah untuk memberikan kesempatan kepada karyawan. Dalam organisasi, keberadaan jaringan komunikasi informal tidak bisa dihindari. Layanan logistik mencakup manajemen rantai pasokan, pergudangan, distribusi, dan pengiriman. Divisi *warehouse and distribution* yang biasa disingkat dengan divisi WnD didalamnya menangani berbagai kebutuhan dari karyawan dan

perusahaan, pada divisi WnD memiliki aktivitas didalam ruangan yaitu kantor (*office*), inbound dan outbound dan melakukan pekerjaan yang berulang-ulang. Komunikasi yang terbatas dapat menyebabkan kesalahan pengiriman produk, tertundanya proses inbound dan outbound, proses yang bersifat dinamis dan dapat berubah dengan cepat tergantung banyaknya barang yang masuk dan keluar, kondisicuaca, dan faktor lainnya dan pada akhirnya merusak reputasi perusahaan dan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mampu beradaptasi pada lingkungannya secara internal dan eksternal, tidak terlepas dari struktur komunikasi yang efektif dalam organisasinya (Yazan & Maria, 2012).

2. METHODS

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu. Menurut Swardi Endaswara (2013) bahwa penelitian budaya menggunakan penelitian kualitatif yang meliputi (1) wilayah/setting, (2) teknik pengumpulan data, (3) wawancara, dan (4) analisis data. Berkaitan dengan hal tersebut, teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam hal ini, peneliti akan mendeskripsikan bagaimana proses komunikasi yang terjadi aktivitas komunikasi yang terbentuk pada kegiatan operasional pada PT.Maersk Indonesia, yaitu dengan melihat pola komunikasi dimana arus komunikasi mengalir melalui saluran komunikasi yang digunakan

3. RESULT AND DISCUSSION

Tidak dapat dipungkiri pentingnya pemahaman yang mendalam akan komunikasi bisnis dalam sebuah organisasi yang terjadi di lingkungan kerja merupakan hal yang tidak dapat dihindari bahkan sampai diabaikan, karena hal tersebut merupakan yang menjadi kunci utama dalam mendapatkan komunikasi yang efektif guna meningkatkan kinerja para karyawan dan *goals* dari target dalam perusahaan atau organisasi. Dalam Konteks komunikasi yang ada Perusahaan Maersk Indonesia pada penelitian ini, peneliti melibatkan analisis mendalam akan Proses komunikasi yang terjadi sehingga dapat membentuk Pola komunikasi yang menghasilkan aliran dan jaringan komunikasi, hambatan-hambatan yang timbul seperti komunikasi antara atasan dan bawahan, komunikasi antar sesama karyawan dan komunikasi antara karyawan dengan pelanggan yang berasal dari negara yang berbeda.

1. Komunikasi Internal dan Komunikasi eksternal dalam bisnis Logistik dan Service Perusahaan Multinasional PT.Maersk Indonesia

Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang menggunakan komunikasi untuk membangun dan mengembangkan hubungan, jaringan, dan koneksi satu sama lain dalam berbagai situasi (Rosalina & Wati, 2020). Komunikasi yang efektif akan memberikan kemudahan dalam mencapai suatu tujuan. Dalam menjalankan sebuah bisnis diperlukan komunikasi bisnis yang baik. Komunikasi bisnis terbagi menjadi dua jenis yaitu komunikasi bisnis internal dan komunikasi bisnis eksternal. Untuk mempertegas komunikasi internal dalam sebuah organisasi dapat dilihat dalam beberapa bentuk komunikasi antara lain yakni komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal (Effendy, 2009). Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya seperti departemen, jabatan, organisasi lain (Muhammad Arni, 2009). Komunikasi eksternal dipahami sebagai penyampaian pesan yang dilakukan kepada orang yang ada di luar organisasi.

Dalam wawancara dan hasil observasi peneliti pada perusahaan multinasional PT.Maersk Indonesia, dimana peneliti menemukan adanya komunikasi internal dan eksternal yang terjadi pada Aktivitas lingkungan kerja PT.Maersk Indonesia. Komunikasi internal yang terjadi pada aktivitas lingkungan kerja pada proyek Metalcom merupakan komunikasi yang terjadi antara sesama karyawan. Berbeda dengan komunikasi eksternal, komunikasi ini biasanya dilakukan ketika karyawan melakukan komunikasi dengan pelanggan (*customer*) yang berbeda negara dan bahasa.

Tabel. 1 Tabel Arus Komunikasi

Karyawan	Komunikasi	Pesan	Formal /Infromal
Op. Manajer	Upward yang telah mendapat persetujuan dari Direktur yang akan Menginformasikan ke karyawan Maersk lainnya	Regulasi mengenai Pembagian sift staff gudang.	Formal Melalui email dan Mic Teams
Supervisor	Upward dan Hanya ke atasan	Mengenai Approva luntuk operation	Formal Melalui email dan Mic Teams
Leader Warehouse	Upward dan Hanya ke atasan	Reporting operation	Informal melalui WA group dan Formal Melalui Email

2. Komunikasi Formal dan informal dalam bisnis Logictic dan Service Perusahaan Multinasional PT.Maersk Indonesia

Komunikasi formal dan komunikasi non formal biasanya digunakan dalam sebuah organisasi untuk pendekatan antar sesama anggota organisasi, serta bisa digunakan sebagai cara pendekatan dengan organisasi lain (Mulyana, 2010). Komunikasi formal dapat diartikan sebagai komunikasi yang terstruktur serta menggunakan bahasa yang baku sesuai dengan kaidah Bahasa Indonesia dan sesuai dengan bahasayang sudah disiapkan sebelumnya, yaitu ketika sebelum menyampaikan sesuatu yang ingin disampaikan kepada anggota organisasi. Sedangkan menurut Devito (2011) komunikasi non formal biasanya menggunakanbahasa sehari hari yang lebih sering digunakan,biasanya bahasa dengan komunikasi non formal lebih mudahdi mengerti.

Komunikasi informal merupakan komunikasi yang disetujui secara bersama dan memiliki orientasi bukan sekedar pada perusahaan, tetapi cenderung mengarah kepada karyawan atau setiap individu yang ada di perusahaan. Komunikasi informal pada PT. Maersk terlihat dari setiap pesan yang dikirimkan melalui grup whatsapp internal proyek metalcom yang dapat dibaca oleh setiap karyawan yang terlibat dalam proyek tersebut sehingga dapat dibaca oleh anggota grup dan memudahkan dalam penyebaran Informasi dan dapat langsung mengetahui informasi-informasi terkait perkembangan proyek Metalcom. Sedangkan untuk Komunikasi formal merupakan komunikasi yang terjadi di antara organisasi maupun perusahaan dengan tata cara yang telah diatur sebelumnya sesuai dengan Struktur organisasi. Dalam komunikasi formal ini, PT Maersk Indonesia berkomunikasi melalui E-mail, groups dan *face to face*. Komunikasi Formal yang terjadi di PT Maersk sendiri untuk keperluan untuk saling berkoordinasi, menginformasikan dan mengevaluasi mengenai hal yang terjadi mengenai kerjaan untuk semua karyawan yang biasanya juga dilakukan dalam kegiatan rapat atau *meeting*. Pertukaran informasi melalui pesan yang disampaikan melalui media Email merupakan pesan formal, yang isinya meminta atasan untuk menyetujui atau *approval* terkait pekerjaan yang akan dikerjakan dan telah disepakati dalam rapat atau *meeting* untuk karyawan yang ada di *operations*.

Tabel 1 Temuan Aktivitas Pelaku Komunikasi

Dari	Ditujukan Untuk	Media	Informa	Forma
Operation Manager	Semua Karyawan	Email, Mic Teams		✓
Supervisor	Staff Gudang	Whatsapp Group	✓	
Supervisor	Costumer	Whatsapp dan Email		✓
Staff Gudang	Supervisor	Email, Whatsapp	✓	✓

1. Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam bisnis Logictic dan Service Perusahaan Multinasional PT.Maersk Indonesia

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan pada umumnya dalam dunia bisnis untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain secara tertulis maupun lisan menggunakan suatu Bahasa. Sedangkan Komunikasi nonverbal adalah suatu bentuk bahasa yang diciptakan oleh Tuhan dan menurut kaidahnya, komunikasi tersebut melintasi batas apapun kecuali pemahaman dan pengetahuan manusia terhadap komunikasi tersebut ada batasnya (Nanik Qosidah, 2023).

Adanya perbedaan budaya dan bahasa yang terdapat pada setiap karyawan dan customer PT. Maersk dapat dilihat dalam aksen dan gaya berbicara. Komunikasi Lintas budaya antara karyawan Indonesia dengan customer Hungaria di PT. Maersk Indonesia yang berupa informasi, dimana adanya saling menyampaikan pesan, memberikan intruksi kepada tim *warehouse*, mulai dari komunikasi langsung *face to face*, dan adanya rapat atau *meeting*. Aktivitas komunikasi tersebut dilakukan baik secara verbal maupun non-verbal. Dalam observasi langsung, peneliti menemukan komunikasi verbal dan non verbal yang dilakukan di PT. Maersk Indonesia yaitu, Komunikasi verbal dimana adanya intonasi dan kecepatan suara, penggunaan bahasa yang berbeda aksen yang berasal dari customer Hungaria dan Karyawan Indonesia yang bisa berbahasa Inggris selain itu juga adanya perbedaan bahasa antara sesama karyawan yang berbeda suku.

Komunikasi verbal yang terjadi dalam aktivitas lingkungan kerja di *warehouse* yaitu terlihat jelas antara supervisor, *operation manager* dan customer tampak adanya pertukaran informasi yang lancar dan jelas. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh dilakukan pada umumnya, yang terlihat pada ekspresi muka atau mimik wajah orang tampak lebih terlihat tegas dan cenderung terkesan galak walaupun pada dasarnya tidak bermaksud untuk menegur. Aktivitas komunikasi non verbal cenderung kelihatan nyata saat ada kunjungan visit customer Hungaria ke *warehouse*. Peneliti menemukan yang akan meng *guide customer* adalah *Operation Manager* dan supervisor yang mampu berkomunikasi dengan baik. Pertukaran informasi jelas saat berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris. Namun hal itu tidak terjadi pada tim staff gudang yang menerima intruksi dari customer karena tidak paham dengan bahasa Inggris saat itu lah non verbal berlaku oleh staff gudang.

3. Pola komunikasi organisasi bisnis Logistik dan Service Perusahaan Multinasional PT. Maersk Indonesia

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto, dalam Santi dan Ferry: 2015). Dalam pola jaringan komunikasi merupakan salah satu faktor yang memiliki peran penting untuk mempermudah aktivitas pada lingkungan kerja, dimana dapat saling memahami hubungan dengan sesama karyawan pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat. Pada organisasi maupun perusahaan dimana dalam pertukaran pesan

Adapun pola komunikasi yang diterapkan pada PT. Maersk Indonesia dalam observasi lapangan peneliti menemukan Arus komunikasi yang terjadi pada Aktivitas Lingkungan kerja PT. Maersk adalah Pola Komunikasi Roda. Pola komunikasi roda merupakan struktur yang memiliki pemimpin yang jelas dan posisinya di pusat, dalam pola komunikasi roda pemimpin merupakan satu-satunya orang yang dapat melakukan pertukaran Informasi yaitu mengirim dan menerima pesan dari semua tim atau karyawan yang menjadi bawahannya atau *under*. Pada pola komunikasi yang terdapat pada perusahaan Maersk setiap jaringannya memiliki peran masing-masing. *Opinion Leader* adalah orang yang menjadi pemimpin didalam suatu organisasi ataupun dalam perusahaan secara informal. Seorang *opinion leader* memiliki cara pendekatan tersendiri dengan bawahannya guna dapat membimbing tingkah laku para bawahan dan dapat mempengaruhi keputusan mereka. Pada PT. Maersk tampak kedekatan antara atasan dan bawahan dalam *moment* tertentu terkadang bisa seperti rekan kerja yang bersifat lebih santai saat berkomunikasi dan terkadang dapat bersifat profesional saat ada dalam waktu bekerja.

4. Hambatan komunikasi dalam bisnis Logistik dan Service Perusahaan Multinasional PT. Maersk Indonesia

Komunikasi yang efektif sering kali mengalami kesulitan untuk dicapai, meskipun berada dalam kondisi yang baik. Sebagai contoh berasal dari budaya yang sama dan diantaranya terdapat anggota organisasi yang memiliki banyak kesamaan. Proses *encoding* dan *decoding* pesan menjadi simbol didasarkan pada latar belakang budaya individu yang mana setiap orang memiliki hasil berbeda-beda pula. Adapun yang menjadi perbedaan besar dalam latar belakang antar pengirim dan penerima yang terdapat dalam makna yang melekat pada sebagian kata atau perilaku setiap orang yang berasal dari budaya yang berbeda melihat, menginterpretasikan dan mengevaluasi sesuatu secara berbeda dan konsekuensinya dan tindakan pun berbeda. Hambatan komunikasi dikenal juga dikenal juga sebagai *communication barrier* yang dapat menjadi tantangan sebuah komunikasi yang efektif.

Hambatan yang terjadi pada PT. Maersk sebagaimana diketahui sebelumnya terdapat komunikasi Lintas budaya yang terjadi dalam aktivitas lingkungan kerja yang ada di PT. Maersk yang bahasa bisnis secara umum yang digunakan adalah bahasa Inggris, namun saat lapangan peneliti menemukan adanya dua bahasa yang berbeda yang dilakukan dalam aktivitas lingkungan kerja yaitu menggunakan bahasa Indonesia bagi karyawan Indonesia dan bahasa Inggris dengan customer Hungaria. Berdasarkan hasil observasi peneliti, karyawan Indonesia dan Hungaria tampak dapat berkomunikasi dengan baik meskipun terkadang terdapat *miss* komunikasi. Customer dari Hungaria

adalah orang yang mengerti untuk barang-barang yang ada di *warehouse*, dimana project yang mereka tangani berasal dari negara mereka yang akan di gunakan di Indonesia. *costumer* Hungaria saat akan melakukan kunjungan ke *warehouse* sebelumnya akan berkoordinasi dengan manajer dan supervisor melalui email, teams dan wa. Stereotip terjadi dari *costumer* hungaria ke orang Indonesia dan sebaliknya. Stereotip *costumer* hungaria misalnya, *costumer* hungaria itu kaku, disiplin, menghargai kebersihan, *hard worker* atau pekerja keras. Orang Indonesia sering distereotipkan sebagai orang yang tidak disiplin, sehingga menjadi tidak fokus dalam bekerja, terhadap waktu dan menganut "jam karet", ramah, jorok, mudah diajak kompromi. Perbedaan penghargaan terhadap waktu (kronemik) kadang-kadang menimbulkan masalah dan komunikasi tidak berlangsung efektif. Dari hasil penelitian ini, penulis menemukan bahwa antara karyawan PT. Maersk Indonesia dan *costumer* hungaria saling menghormati. Walaupun sering terjadi kesalahpahaman dalam bekerja akan tetapi untuk komunikasi pribadi berjalan dengan baik.

4. CONCLUSION

Pola komunikasi yang terbangun pada Warehouse and Distribution dalam proyek metalcom ini terdiri atas dua yaitu formal dan informal, komunikasi secara formal berupa komunikasi dari atasan ke bawahan, komunikasi bawahan ke atasan, komunikasi horizontal, komunikasi diagonal. Komunikasi secara informal atau selentingan yang terjadi diluar jam kerja yang membahas isu-isu umum, obrolan antar teman dan desas-desus yang ingin diketahui. Komunikasi formal akan terjadi ketika situasi formal. Situasi tersebut seperti rapat,, briefing dan saat ada kunjungan dari *costumer*. Dalam situasi tersebut diharuskannya menggunakan komunikasi formal karena dalam keadaan yang serius dan professional. Sedangkan komunikasi informal biasanya digunakan ketika jam istirahat, makan dipagi atau siang hari, atau berdiskusi santai diluar jam kerja. Penggunaan komunikasi informal biasanya akan diselingi dengan candaan antara atasan dan bawahan sehingga suasana lebih santai. Pola komunikasi Internal dan Eksternal juga Saluran komunikasi yang digunakan ada Warehouse and Distribution dalam proyek Metalcom yaitu menggunakan Teknologi yang ada yaitu. Microsoft Team, Email dan Media Whatsapp. Hambatan Komunikasi terlihat melalui aktivitas komunikasi verbal dengan perbedaan budaya antara atasan dan bawahan lebih mengutamakan bahasa Indonesia sebagai komunikasi utama dalam berkomunikasi.

5. REFERENCES

- Arni, M. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan : Karisma Prenanda Media Group.
- Effendy, O.U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy, (2013). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.
- Qosidah, N. (2023). Strategi Dalam Komunikasi Bisnis. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*. <http://Penerbit.Stekom.Ac.Id/Index.Php/Yayasanpat/Article/View/446>
- Rinawati. (2019) *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Pt Pustaka Baru Press.
- Romli, Khomsahrial (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Pt. Grasindo. Jakarta
- Rosalina, M., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 18–32. <https://doi.org/10.37932/J.E.V10i1.26>
- Santi Dan Ferry. (2015). Pola Komunikasi Anak-Anak Delikuen Pada Keluarga Broken Home Di Kelurahan Karambosan Selatan Kecamatan Wanea Kota Manado. Manado : Universitas Acta Durna.
- Sukmadinata . Nana Syaodih, (2011), *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Swardi Endaraswara (2013). *Metodologi Penelitian Sastra*. Yogyakarta : Caps (Center For Academics Public Service)Yazan Dan Maria (2012). *Organizational Communication Practices Of Toc Glycol Company Ltd., Thailand*. *Social And Behavioral Sciences* 40(2) 122–127 https://www.researchgate.net/publication/257715697_Organizational_Communication_Practices_of_Toc_Glycol_Company_Ltd_Thailand

