

## EFEKTIVITAS *E-MAIL* SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL TERHADAP KEPUASAN KOMUNIKASI KARYAWAN

<sup>1</sup>Uswatun Hasanah, <sup>2</sup>Arintowati H. Handoyo, <sup>3</sup>Poppy Ruliana, <sup>4</sup>Irwansyah

<sup>1,2,3,4</sup>Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi STIKOM InterStudi

Jl. Wijaya II no 62-Kebayoran baru Jakarta Selatan

e-mail: [uswatunhasana30@gmail.com](mailto:uswatunhasana30@gmail.com), [arintowatihartono@yahoo.com](mailto:arintowatihartono@yahoo.com), [poppyruliana30@gmail.com](mailto:poppyruliana30@gmail.com), [ironesyah@gmail.com](mailto:ironesyah@gmail.com)

**Abstract.** *The research objective was to determine the effect of e-mail effectiveness based on Paul Hewwit's four main dimensions of employee communication satisfaction. The theory used in this study is the theory of e-mail effectiveness proposed by Paul Hewwit (2006), while the theory of employee communication satisfaction according to Wioo, et al (in Ruliana, 2016). The type of research used is explanatory with a population of 241 people, to determine the sample using probabilistic formula according to the industrial society (in Paul Hewwit, 2006) with the results of 150 respondents using data collection methods through observation, questionnaires, documentation studies, literature studies, and the internet about data analysis techniques is carried out quantitatively using statistics and qualitatively to interpret the results of research data obtained in the field. The results show a strong influence on employee communication satisfaction so it can be said that the use of e-mail media is considered effective and the theory used in this study quite supportive.*

**Keywords:** *E-mail effectiveness, Communication Media and Communication Satisfaction, Employees.*

**Abstrak.** *Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh efektivitas e-mail berdasarkan empat dimensi utama model Paul Hewwit terhadap kepuasan komunikasi karyawan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efektivitas e-mail yang dikemukakan oleh Paul Hewwit (2006), sedangkan teori kepuasan komunikasi karyawan menurut Wioo, et all (dalam Ruliana, 2016). Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatori dengan jumlah populasi sebanyak 241 orang, untuk menentukan sampel menggunakan rumus probabilistik menurut masyarakat industri (dalam Paul Hewwit,2006) dengan hasil 150 responden dengan metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran angket, studi dokumentasi, studi pustaka, dan internet tentang tehnik analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan statistik dan secara kualitatif untuk menginterpretasikan data hasil penelitian yang diperoleh dilapangan. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan komunikasi karyawan jadi bisa dikatakan penggunaan media e-mail dinilai efektif dan teori yang digunakan dalam penelitian ini cukup mendukung.*

**Kata Kunci:** *Efektivitas e-mail, Media Komunikasi dan Kepuasan Komunikasi, Karyawan.*

## 1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan informasi-informasi penting didalam korporasi. Menurut Suwanto (2010:191) komunikasi adalah proses memberi dan menerima informasi sampai pada pemahaman makna. Komunikasi korporasi mempunyai peran sebagai penunjang setiap proses penyampaian pesan baik berupa informasi tentang kebijakan perusahaan ataupun informasi lain terkait dengan perusahaan. Salah satu penyebaran informasi yang cepat dan menyeluruh dengan menggunakan media komunikasi korporasi. Pesan yang disampaikan melalui media komunikasi korporasi bertujuan untuk mempermudah proses penyampaian informasi kepada karyawan. Organisasi dapat dikatakan berhasil apabila komunikasi yang terjadi didalam internal organisasi berjalan dengan baik. Komunikasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan sangat perlu serta berperan aktif dalam membina hubungan yang baik antar karyawan. Baik itu pimpinan dengan karyawan, maupun sesama karyawan.

Media korporasi merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi antara dua pihak yang berhubungan yaitu antara korporasi dan pembaca. Media korporasi sendiri dihasilkan oleh *public relations* dan dikenal dengan nama media internal (Soemirat dan Ardianto, 2003:27). Media internal adalah salah satu media komunikasi korporasi yang digunakan oleh perusahaan sebagai sarana komunikasi yang ditunjukkan pada kalangan terbatas, seperti karyawan (Soemirat dan Ardianto, 2003:21). Media komunikasi internal juga memiliki peranan yang sangat penting, tidak hanya sebagai wadah komunikasi antara perusahaan dengan karyawan, namun media internal juga dapat

mendukung keberadaan perusahaan secara sosial di tengah masyarakat. Dengan kata lain, selain menjadi wadah informasi dan komunikasi di antara para karyawan perusahaan, media internal juga sebagai sarana promosi yang efektif untuk menaikkan citra dan reputasi perusahaan.

Dengan demikian, apabila dimanfaatkan dengan baik maka media komunikasi internal mampu mendekatkan karyawan dan perusahaan. Terlebih lagi, pengukuran keberhasilan media internal adalah saat karyawan merasa puas dengan komunikasi yang terjadi dan menjadi bagian dari organisasi. Kehadiran media internal pun dapat membantu upaya saling pengertian antar karyawan, dan sekaligus menanamkan budaya organisasi, mempertahankan dan mensosialisasikan perubahan. Apabila dengan media internal telah mencapai kepuasan karyawan, maka bisa dikatakan media internal tersebut efektif.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah pekerja atau wiraswasta dengan penetrasi sebesar 62% atau sebanyak 82,2 juta pengguna. Kedua terbesar adalah ibu rumah tangga (IRT) dengan penetrasi sebesar 16,6% atau sebanyak 22 juta pengguna, kemudian mahasiswa dengan penetrasi sebesar 7,8% atau sebanyak 10,3 juta pengguna, pelajar dengan penetrasi sebesar 6,3% atau sebanyak 8,3 juta pengguna dan pekerjaan lainnya dengan penetrasi sebesar 0,6% atau sebanyak 796 ribu pengguna.

Berdasarkan data diatas, APJII mengklasifikasi bahwa segmentasi penggunaan internet di Indonesia adalah usia 35 sampai 44 tahun kategori generasi millennial atau *digital natives*. *Digital natives* adalah generasi yang

lahir setelah tahun 1980, yakni ketika internet digunakan secara luas. *Digital native* merupakan gambaran seseorang terutama anak hingga remaja yang sejak kelahirannya telah terpapar gencarnya perkembangan teknologi, seperti perkembangan komputer, internet, animasi dan sebagainya yang terkait dengan teknologi. (Prensky, vol;2001).

Media korporasi yang paling efektif untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan organisasi serta sebagai sarana komunikasi antara pimpinan dan karyawan adalah *e-mail*. Walaupun ada sedikit keraguan bahwa *e-mail* telah merevolusi komunikasi bisnis dunia. Namun, walaupun pada umumnya ada konsensus mengenai manfaat *e-mail*, misalnya, kemampuannya untuk mendorong informasi hampir seketika ke sejumlah besar penerima, peneliti tidak setuju mengenai potensi efek negatif atau yang tidak diinginkan Leslie (dalam Paul Hewwit, 2006: 1). Ada yang mengatakan *e-mail* berada di bawah ancaman dari kemampuannya sendiri untuk mendistribusikan informasi dengan cepat dan mudah kepada siapapun dimanapun (MCA, 1997), dan itu tidak terkendali, kekuatan ini dapat menyebabkan kelebihan informasi dan ketergantungan teknologi pada biaya dengan mengorbankan wajah. -to-face (F2F) komunikasi. (Hewwit,2006:1)

Namun disisi lain *e-mail* membawa perubahan peran teknologi informasi ke dalam dunia komunikasi. Sebelum adanya perkembangan teknologi yang lebih maju, individu maupun anggota organisasi dalam suatu perusahaan melakukan aktifitas komunikasi dengan cara mereka mendatangi kantor pos terlebih dahulu untuk mengirim pesan, melakukan proses pengiriman dengan cara menulis alamat yang dituju dan mencantumkan nama, alamat pengirim serta dilengkapi perangko. *E-mail* adalah surat dalam bentuk elektronik yang merupakan salah

satu layanan atau aplikasi internet yang paling banyak digunakan dalam hal surat menyurat karena sesuai dengan keunggulannya *e-mail* merupakan alat komunikasi yang murah, cepat dan efisien.

Dengan kecepatan informasi yang sampai kepada karyawan, membawa dampak yang sangat baik karena mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan. hal utama yang harus diperhatikan oleh organisasi apabila ingin mencapai keberhasilan dalam organisasi adalah dengan memperhatikan kepuasan komunikasi karyawannya. Kepuasan komunikasi merupakan hasil dari komunikasi internal yang baik. Karyawan merupakan salah satu asset yang penting yang ikut berperan dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan serta berperan dalam mencapai tujuan organisasi.

Kepuasan komunikasi merupakan tingkatan kepuasan karyawan dalam segala hal terhadap lingkungan tempat dimana ia bekerja dan merasa memiliki serta dianggap dalam organisasi. Pentingnya sebuah organisasi menjaga agar karyawan mencapai kepuasan dalam komunikasi karena karyawan merupakan sumber kekuatan, dimana sumber kekuatan dalam organisasi terletak pada sumber daya manusianya yang menentukan kemajuan atau kemunduran suatu perusahaan. Kepuasan komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan komunikasi karyawan sebagai individu terhadap bermacam-macam aspek komunikasi yang ada dalam lingkungan organisasi.

Setelah penelitian Paul Hewwit ada beberapa pengembangan penelitian yang terkait *e-mail* yakni Muhamad fazil Ahmad (2016) mengenai layanan publik dalam hubungan dengan semua saluran komunikasi yang digunakan secara eksternal. Kemudian penelitian dari Lan Li (2016), mengenai ketidaksopan

bahasa dengan menggunakan *e-mail* di tempat kerja.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh efektivitas *e-mail* sebagai media komunikasi internal terhadap kepuasan komunikasi karyawan. Dengan pemilihan lokasi di PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Jakarta Veteran. Dimana selama ini komunikasi yang berjalan di BRI melalui internet, namun permasalahan yang muncul adalah kurangnya respon yang bersifat langsung. Empat dimensi sebagai komunikasi internal perusahaan dari Paul Hewwit efektif digunakan dalam penelitian ini mengingat BRI adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan, sehingga prioritas utama organisasi adalah pelayanan terbaik kepada karyawan dan nasabah.

### Kerangka Konseptual

*E-mail* adalah surat elektronik yang dikirim oleh satu sumber ke penerima yang sudah terdaftar pada server tertentu. *Real team chat* yakni waktu yang digunakan oleh netter (pengguna internet) pada posisi online (tersambung ketika menggunakan internet) waktu real itu dihitung sejak telepon kita tersambung dan *server* akan memberikan tanda bahwa kita telah tersambung dengan *server*. (Alo Liliweri, 2014:426). Dalam organisasi kegiatan komunikasi dan surat menyurat dilakukan menggunakan aplikasi *e-mail*, dimana menurut Dasrun Hidayat (2014:

98) *e-mail* merupakan sarana yang efektif untuk membangun dan meruntuhkan reputasi. Cara menulis *e-mail* yang salah atau terlalu lama dalam menjawab pertanyaan melalui *e-mail* yang masuk akan meruntuhkan reputasi. Cara membuat pesan *e-mail* yang efektif yaitu perhatikan *subject line e-mail* anda. Menurut Rahmat (2005:4) *e-mail* merupakan transmisi pesan elektronik

melalui komunikasi jaringan. Sebagaimana layaknya surat konvensional, kita dapat menulis pesan dan mengirimkan sebuah tujuan. Sebaliknya, kita juga dapat menerima pesan dari seseorang.

Dimensi efektivitas *e-mail* pada penelitian ini menurut Paul Hewwit (2006:81-82) pertama. Iklim komunikasi. Iklim komunikasi yang positif dibangun di atas hubungan yang kuat antara organisasi dan karyawannya, satu dimana dua arah komunikasi lazim, yang pada gilirannya tergantung pada keterbukaan, saling menghormati dan percaya serta karyawan merasa memiliki suara dan pandangan mereka dianggap serius, Smidts et al (dalam Paul Hewwit, 2006:81). **Kedua**, efektivitas komunikasi manajer lini. Manajer lini adalah komunikasi karyawan yang tidak bisa digantikan dan memainkan peran kunci dalam memotivasi dan membangun loyalitas karyawan. Manajer lini memiliki tugas untuk mengirim informasi ke bawah garis ke pengawas lokal dan mengharapkan mereka untuk menyampaikan hal itu tanpa distorsi, interpretasi atau penyimpangan telah lama menjadi fokus utama komunikasi internal. Ketiga, tujuan bersama dan penyelarasan sasaran Tujuan bersama dan penyelarasan sasaran dimana karyawan harus menerima cukup informasi bermanfaat tentang peran mereka dalam organisasi dan kinerjanya serta tujuan keseluruhan organisasi. Keempat. penafsiran citra eksternal. Citra eksternal yang ditafsirkan dari sebuah organisasi berkontribusi terhadap komunikasi internal yang efektif melalui identifikasi organisasi yang lebih baik. Karyawan lebih memilih untuk mengidentifikasi dengan organisasi yang sukses, oleh karena itu organisasi harus berbagi kesuksesan mereka dengan karyawan.

Pada tingkat organisasi, *e-mail* yang dipergunakan dalam banyak kegiatan komunikasi, juga membawa perubahan pada organisasi tersebut. Balter (dalam Subandi dan Yosol, 2017:47) mengutip hasil studi lebih dari organisasi yang menunjukkan terjadinya perubahan pada organisasi yang memiliki akses terhadap komunikasi elektronik.

Perubahan tersebut merupakan perubahan relasi sosial yang tercermin dalam: (1) orang berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal, (2) perubahan berlangsung karena adanya informasi dan interaksi dengan orang baru, (3) status formal menjadi kurang penting, (4) bisa saja terjadi perubahan dalam cara orang berpikir dan bertindak, dan (5) perlu lebih banyak diskusi untuk bisa mencapai kesepakatan. (Subandi dan Yosol, 2017:47)

Dalam organisasi kegiatan komunikasi dan surat menyurat dilakukan menggunakan aplikasi *e-mail*. Dimana menurut Dasrun Hidayat (2014: 98) *e-mail* merupakan sarana yang efektif untuk membangun dan meruntuhkan reputasi. Cara menulis *e-mail* yang salah atau terlalu lama dalam menjawab pertanyaan melalui *e-mail* yang masuk akan meruntuhkan reputasi. Cara membuat pesan *e-mail* yang efektif yaitu perhatikan *subject line e-mail* anda. Menurut Rahmat (2005:4) *e-mail* merupakan transmisi pesan elektronik melalui komunikasi jaringan. Sebagaimana layaknya surat konvensional, kita dapat menulis pesan dan mengirimkan sebuah tujuan. Sebaliknya, kita juga dapat menerima pesan dari seseorang.

### **Kepuasan Komunikasi**

Menurut Gray dan Laidlaw (dalam Murat dan Bahattin, 2014: 22) kepuasan komunikasi karyawan dipandang penting bagi karyawan memainkan peran sentral dalam menentukan efektivitas organisasi.

Kebutuhan organisasi bervariasi karena misi, lingkungan dan teknologi dari suatu organisasi. Dengan kata lain, jika prioritasnya, misalnya produktivitas, umpan balik pribadi dan iklim komunikasi adalah masalah utama, atau ketika fokus organisasi adalah berinovasi dan beradaptasi untuk faktor lingkungannya, komunikasi horizontal sangat penting. Kepuasan komunikasi digunakan untuk menyatakan keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan dalam lingkungan total komunikasinya, Redding (dalam Ruliana 2016:177) meskipun kepuasan-kepuasan komunikasi ini cenderung memperkaya gagasan iklim komunikasi dengan menyoroti tingkat individu dan pribadi. Menurut Wiio (dalam Ruliana, 2016: 177) dimensi kepuasan dengan komunikasi muncul dari kombinasi faktor-faktor berikut: 1) Kepuasan dengan pekerjaan. Ini mencakup hal-hal yang berkenaan dengan pembayaran, keuntungan, naik pangkat, pekerjaan itu sendiri.

Dari hasil penelitian ternyata bahwa kepuasan dalam aspek pekerjaan memberikan sumbangan kepada kepuasan komunikasi. 2) Kepuasan dengan ketepatan informasi. Faktor ini mencakup tentang kepuasan dengan informasi, kebijaksanaan, teknik-teknik baru. 3) Kepuasan dengan kemampuan seseorang yang menyarankan penyempurnaan. Faktor ini mencakup hal-hal sebagai tempat dimana komunikasi seharusnya disempurnakan, pemberitahuan mengenai perubahan untuk penyempurnaan dan strategi khusus yang digunakan dalam membuat perubahan. 4) Kepuasan dengan efisiensi bermacam-macam saluran komunikasi. Faktor ini mencakup melalui mana komunikasi disebarluaskan dalam organisasi. 5) Kepuasan dengan kualitas media. Yang berhubungan dengan faktor ini berapa baiknya mutu tulisan, nilai informasi yang diterima, keseimbangan

informasi yang tersedia dan ketepatan informasi yang datang. 6) Kepuasan dengan cara komunikasi teman sekerja. Faktor ini mencakup komunikasi horizontal, informasi dan tingkat kepuasan yang timbul dari diskusi masalah dan mendapatkan informasi dan teman sekerja. 7) Kepuasan dengan keterlibatan dalam komunikasi organisasi sebagai suatu kesatuan. Faktor ini mencakup hal-hal keterlibatan hubungan dengan organisasi, dukungan atau bantuan dari organisasi dan informasi dari organisasi. Kelihatan bahwa rasa puas dalam komunikasi organisasi dipengaruhi oleh aspek-aspek organisasi seperti percaya sokongan dan tujuan kinerja yang tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh efektivitas *e-mail* sebagai media komunikasi internal terhadap kepuasan komunikasi karyawan. Hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>0</sub> = Tidak terdapat pengaruh efektivitas *e-mail* sebagai media komunikasi internal terhadap kepuasan komunikasi karyawan

H<sub>a</sub> = Terdapat pengaruh efektivitas *e-mail* sebagai media komunikasi internal terhadap kepuasan komunikasi karyawan.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yang ditunjukkan pada sejumlah besar individu. Variabel penelitian ini terdiri atas dimensi-dimensi efektivitas *e-mail* sebagai media komunikasi internal dan dimensi kepuasan komunikasi karyawan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efektivitas *e-mail* menurut Paul Hewwit (2006), sedangkan teori kepuasan komunikasi karyawan menurut

Wioo, et all (dalam Ruliana, 2016). Subyek penelitian 150 karyawan PT. BRI Cabang Jakarta Veteran.

Pengumpulan data dalam penelitian melalui tahapan observasi, penyebaran kuesioner, studi dokumentasi, kepustakaan dan internet untuk memperoleh data tentang **efektivitas *e-mail* sebagai media komunikasi internal terhadap kepuasan komunikasi karyawan.** Teknik analisis data menggunakan Univariat, Bivariat. Analisa data menggunakan tehnik analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh efektivitas *e-mail* terhadap kepuasan komunikasi karyawan.

## 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan Temuan data

Profil responden dimaksudkan untuk mengetahui identitas karyawan dari BRI dan menghubungkannya dengan tujuan penelitian sehingga dalam analisis mendalam atau interpretasi data hasil penelitian dapat diperoleh. Kuesioner dibagikan kepada semua responden di semua departemen BRI secara acak. Temuan data sebagai hasil penelitian tentang Pengaruh Efektivitas *E-Mail* Sebagai Media Komunikasi Internal Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan ditunjukkan pada tabel 1.

**Table 1.** Profil Responden

No	Jawaban Responden	f	%	Total	
1	Jenis Kelamin;	a. Laki-Laki	72	48	100
		b. Perempuan	78	52	
2	Usia	a. 20 sd 30 Tahun	73	49	100
		b. 31 sd 39 Tahun	51	34	
		c. 40 sd 49 Tahun	26	17	
			-	-	
3	Pendidikan	a. Tamat SMA	-	-	100
		b. Diploma	45	30	
		c. Sarjana	77	55	
		d. Magister	-	-	
			28	19	

No	Jawaban Responden	f	%	Total	
4	Lama Bekerja	a. 0 sd 5 Tahun b. 6 sd 9 Tahun c. 10 sd 15 Tahun d. 16 sd 20 Tahun e. > 21 Tahun	97 34 8	4	100

Secara umum, profil karyawan BRI Cabang Jakarta Veteran didominasi oleh perempuan dengan 72 orang karyawan. Hal ini menjelaskan bahwa pekerjaan dan tanggung jawab di BRI Cabang Jakarta Veteran adalah lebih dipercayakan kepada karyawan wanita karena tidak dapat dipungkiri, karyawan wanita lebih detail, berkonsentrasi dan tidak gegabah dalam mengambil keputusan, sesuai dengan mayoritas pekerjaan yang dilakukan seperti bagian *funding officer*, sekretaris, *personal bank officer*, *relationship officer* dan jajaran frontliner (*teller dan customer service*), dimana membutuhkan banyak kesabaran, ramah, penampilan yang menarik untuk melayani nasabah dikantor ataupun diluar kantor.

Selanjutnya, rentang usia 20-30 sebanyak 51 orang dan 40-50 tahun sebanyak 26 orang. Menurut undang-undang tenaga kerja No. 13 tahun 2003 pasal 1 ayat 2, mereka yang dikelompokkan sebagai tenaga kerja yaitu mereka yang berusia 15 tahun sampai 64 tahun atau lebih dikenal dengan sebutan usia produktif. Jika dikatkan undang-undang tenaga kerja, maka seluruh karyawan BRI tergolong dalam usia yang produktif. Namun berdasarkan survey lapangan dimana responden terbanyak di usia 20 tahun sampai 30 tahun, sesuai dengan bidang yang ditekuni bahwa di dunia perbankan lebih banyak membutuhkan karyawan yang baru saja lulus kuliah atau masih

mudah yang tergolong energik, semangat dan fress, mengingat rutinitas kerja yang padat salah satu contohnya penempatan dibagian *frontliner*, dana dan Jasa. Sedangkan responden usia 30 sampai 40 sebanyak 51 responden, dimana dibagian ini biasanya ditempatkan untuk karyawan yang sudah berpengalaman biasanya di bagian *Devisa, SDM, Manager, Account Officer dan Funding Officer* dan Administrasi Kredit. Responden yang paling sedikit pada usia 41 sampai 50, karyawan pada usia ini tergolong pada jajaran Audit, Manager lini dan Pimpinan Cabang.

Untuk tingkat pendidikan, secara umum, karyawan adalah lulusan S1 atau Sarjana sebanyak 77 orang. Perlu adanya perbaikan dan mereka harus diberi kesempatan untuk melanjutkan pendidikan mereka ke yang lebih tinggi karena perkembangan bisnis industri perbankan semakin kompetitif. Peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat diperlukan untuk mengatasi beberapa hambatan organisasi guna meningkatkan kinerjanya. Kualitas sumber daya manusia seharusnya menjadi pilar utama dalam organisasi.

Masa kerja responden terbanyak di tingkat masa kerja 1 sampai 2 tahun pada usia rata-rata 20 sampai 30 tahun, dikarenakan kebanyakan karyawan yang baru lulus kuliah yang ditempatkan di bagian *frontliner*, Dana dan Jasa. Sedangkan responden dengan masa kerja 3 sampai 5 dengan usia rata-rata usia 30 sampai 40 ditempatkan untuk karyawan yang sudah berpengalaman biasanya di bagian *Devisa, SDM, Manager, Account Officer dan Funding Officer* dan Administrasi Kredit. Responden yang paling sedikit masa kerja 7 tahun keatas pada usia 41 sampai 50, karyawan pada usia ini tergolong pada jajaran Audit, Manager lini dan Pimpinan Cabang.

**Table 2.** Pengaruh Efektivitas Email terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawab  
Correlations

		Ke
Efektivitas Email Pearson Correlation	1	
	.000	
Kepuasan Komunikasi Pearson Correlation Karyawan	150	150
	.000	1
	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). Sumber Data Diolah Versi SPSS 22

Dilihat dari tabel 2 nilai signifikan diketahui sebesar 0,000; lebih kecil dari 0,01 artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara pengaruh efektivitas *e-mail* dan kepuasan komunikasi karyawan. correlation is signifikansi diketahui sebesar 0,01 level (2 tailed). Artinya adalah korelasi ini signifikan dengan taraf signifikansi sebesar 0,01 maka itu, digunakan  $p < 0,01$

Melalui hasil korelasi Pearson, variabel efektivitas *e-mail* dan kepuasan komunikasi karyawan memperlihatkan hubungan yang positif, kuat, dan signifikan,  $(150) = 0,743$ ;  $p < 0,01$ . Artinya semakin kuat pengaruh efektivitas *e-mail*, maka semakin kuat pula kepuasan komunikasi karyawan.

### **Iklm komunikasi Terhadap Kepuasan komunikasi Karyawan**

Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan iklim komunikasi terhadap kepuasan komunikasi karyawan cukup kuat dan dari hasil regresi linier sederhana bahwa terdapat pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan komunikasi karyawan.

Sesuai dengan survey lapangan yang dilakukan, untuk pertanyaan *e-mail* mendorong budaya keterbukaan dan *e-mail* mendorong komunikasi dua arah

dalam organisasi nilainya cukup tinggi, untuk keseluruhan pertanyaan pada indikator ini dengan nilai cukup kuat pada peringkat pertama artinya *e-mail* adalah media korporasi yang tepat untuk mengembangkan iklim komunikasi agar tercapai kepuasan komunikasi karyawan.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Paul Hewwit (2006) dimana *e-mail* mendorong budaya keterbukaan dan kepercayaan". Semua bukti di sini menunjukkan bahwa *e-mail* adalah alat yang dapat digunakan untuk mencerminkan iklim yang ada, daripada dapat memengaruhinya secara langsung. untuk pernyataan "e-mail memungkinkan saya memberi umpan balik kepada manajemen" adalah indikator kuat bahwa *e-mail* memiliki peran dalam memungkinkan staf memberi masukan kepada hierarki organisasi mereka, dapat diartikan bahwa *e-mail* signifikan sebagai media komunikasi internal untuk memberikan umpan balik kepada pihak manajemen.

Pengaruh iklim komunikasi dalam organisasi memegang peranan penting di dalam keberlangsungan organisasi karena iklim komunikasi terdiri dari persepsi- persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, respon karyawan terhadap karyawan lainnya, harapan-harapan, konflik dan kesempatan berkarir dan tumbuh dalam organisasi. Sehingga *e-mail* ikut berperan serta dalam proses komunikasi.

Penelitian yang dihasilkan penulis mendukung teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya diantaranya yang dikemukakan oleh Denis (dalam Muhammad, 2015:86) bahwa: iklim komunikasi sebagai kualitas pengalaman yang bersifat objektif mengenai lingkungan internal organisasi,

yang mencakup persepsi anggota organisasi terhadap pesan dan hubungan pesan dengan kejadian yang terjadi di dalam organisasi. Pokok persoalan utama menurut Denis adalah persepsi mengenai sumber komunikasi dan hubungannya dalam organisasi, persepsi mengenai tersedianya informasi bagi anggota organisasi dan persepsi mengenai organisasi itu sendiri harus menjadi perhatian utama pihak organisasi karena kepuasan komunikasi mempengaruhi perilaku orang-orang yang berada dalam organisasi.

Pandangan yang berbeda dari Osmo Wiiio (dalam Muhammad, 2015:90) mengemukakan bahwa penambahan arus pesan atau keterbukaan dari komunikasi mungkin mempunyai pengaruh yang negatif kepada beberapa organisasi karena kelebihan beban atau bertambahnya harapan. Pada studi permulaan dan akhir dia menemukan bahwa ketidakpuasan akan pekerjaan dan organisasi, sesungguhnya bertambah sebagai suatu fungsi dari lebih terbukanya iklim komunikasi. Dia mengemukakan alasan bahwa penambahan keterbukaan komunikasi menambah harapan karyawan berpartisipasi dalam proses pembuatan keputusan. Bila harapan ini tidak menjadi kenyataan maka makin lebih besar rasa ketidakpuasan.

Namun tidak demikian dengan yang terjadi di lingkungan BRI, dimana keterbukaan informasi menjadi prioritas utama, mengingat pentingnya sebuah informasi, keakuratan dan kecepatan untuk penerapan standar layanan baik untuk karyawan maupun nasabah. Selain itu sikap saling mengormati selalu diterapkan dalam lingkungan BRI Cabang Jakarta Veteran sesuai dengan standar layanan dengan symbol 3S (senyum, sapa dan salam), hal ini berlaku baik di lingkungan internal BRI maupun kepada Nasabah.

Dalam kehidupan organisasi BRI Cabang Jakarta Veteran dibutuhkan adanya keterlibatan karyawan dalam organisasi, hal ini ditandai dengan adanya suara dan pandangan karyawan dalam organisasi, dimana setiap kendala yang terjadi dilapangan wajib untuk disampaikan ke pada pimpinan yang dikirim melalui *e-mail*. Hal ini mempermudah proses kerja agar apa yang terjadi dilapangan diketahui juga oleh pimpinan untuk dijadikan bahan pertimbangan dan mencari solusi yang tepat. Hal yang demikian menciptakan iklim komunikasi yang baik di BRI Cabang Jakarta Veteran, sehingga pengaruh *e-mail* dalam mengembangkan iklim komunikasi berhasil untuk mewujudkan kepuasan komunikasi karyawan.

Menurut Redding (dalam Ruliana, 2016:175-176) Kepuasan komunikasi organisasi adalah semua tingkat kepuasan seseorang karyawan dalam mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Konsep kepuasan komunikasi ini memperkaya ide iklim komunikasi, dimana iklim komunikasi mencakup kepuasa anggota organisasi terhadap informasi yang tersedia. Kepuasan dalam hal ini menunjukkan kepada bagaimana baiknya informasi yang tersedia memenuhi persyaratan permintaan anggota organisasi akan tuntutan bagi informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskan, bagaimana diterima, diproses dan apa respon orang yang menerima. Kepuasan komunikasi adalah fungsi dari apa yang seseorang dapatkan dengan apa yang dia harapkan.

Hasil penelitian Navy O'Reilly dan Robert (dalam Muhammad, 2015:90) mendukung dengan kuat bahwa ada hubungan kualitas dan kuantitas komunikasi dengan kinerja organisasi. Dennis dan Richetto dan Wieman (dalam Muhammad, 2015:90) juga mendukung hubungan yang positif

di antara kepuasan dengan iklim dan efektivitas organisasi yang diamatinya. De Wine dan Barone (dalam Muhammad, 2015:90) menemukan bahwa apabila kepuasan komunikasi bertambah, maka iklim organisasi akan bertambah positif secara umum. Hasil studi Schuler dan Blank mengatakan bahwa ada hubungan yang positif antara ketepatan komunikasi yang kerkenaan dengan tugas, komunikasi kemanusiaan, dan komunikasi pembaruan dengan kepuasan kerja dan hasil yang dicapai oleh pekerja.

### **Komunikasi Manajer Lini terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan**

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh manajer lini terhadap kepuasan komunikasi karyawan cukup kuat dimana karyawan BRI Cabang Jakarta Veteran lebih memilih berkomunikasi melalui *e-mail* untuk memberikan masukan dan saran mengenai kebijakan perusahaan. Akan tetapi pada indikator ini hasilnya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Paul Hewwit (2006), karyawan Parkside lebih dominan berkomunikasi dengan manajer melalui tatap muka. hal ini bertentangan dengan tugas seorang manajer lini. Manajer lini adalah komunikasi karyawan yang tidak bisa digantikan dan memainkan peran kunci dalam memotivasi dan membangun loyalitas karyawan. Berdasarkan persyaratan komunikasi iklim di satu manajer lini yang harus menempatkan prioritas tinggi pada komunikasi tatap muka dengan secara efektif. Smidts et al (dalam Paul Hewwit, 2006:81).

Tugas dari manajer lini seiring waktu mengalami pengurangan karena tergantikan dengan teknologi. Menurut (Poppy Ruliana, 2016:116). Manajer lini memiliki tugas untuk mengirim informasi ke bawah garis ke pengawas

lokal dan mengharapkan mereka untuk menyampaikan hal itu tanpa distorsi, interpretasi atau penyimpangan telah lama menjadi fokus utama komunikasi internal. Namun, dalam beberapa tahun terakhir telah berkembang pemikiran dan sastra sekarang berkonsentrasi pada kaskade pesan yang akan memiliki otoritas sedikit atau dampak. Fungsi manajer lini sebagai motivator, membangun loyalitas karyawan dan lebih menempatkan prioritas tinggi pada komunikasi tatap muka, kurang efektif dilingkungan BRI Cabang Jakarta Veteran, karena peran dari manajer lini tergantikan oleh *e-mail* yang berdasarkan survey lapangan pada pertanyaan “ketika pimpinan berbicara dengan saya melalui *e-mail* saya merasa termotivasi ditempat kerja” dan “berkomunikasi melalui *e-mail* membangun loyalitas dalam organisasi” dengan nilai yang cukup baik Artinya *e-mail* sebagai media internal korporasi memegang peran penting dalam keberlangsungan komunikasi yang terjadi dalam organisasi BRI.

Meskipun informasi yang disampaikan BRI Cabang Jakarta Veteran melalui *e-mail* menjadi pilihan utama mengingat kecepatan dan efektif yang dibutuhkan dilingkungan BRI, namun wajib melakukan komunikasi tatap muka setiap pagi hari yakni *briefing pagi*. Dengan waktu yang terbatas yang selalu diterapkan setiap hari selama jam kerja, dilakukan sebelum melakukan aktivitas pekerjaan, Hal ini untuk mencegah ketidaktahuan akan informasi yang di sampaikan melalui *e-mail* selain itu wajib untuk berdoa, membacakan budaya kerja BRI Cabang Jakarta Veteran, janji pemenang dan informasi-informasi di lapangan.

Pergeseran fungsi dari manajer lini merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi, dimana karyawan merasa lebih nyaman

untuk berkomunikasi kepada atasan lewat *e-mail*, karena karyawan merasa adanya kebebasan dalam mengeluarkan pendapat.

Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi menjadi pilihan utama mengingat rutinitas pekerjaan yang padat. Adanya pengaruh teknologi terhadap kehidupan manusia melanda pula kehidupan organisasi. Saat ini, sebagian besar organisasi formal mulai menyusun kembali “cetak biru” untuk mengubah kerja mereka yang berbasis teknologi komunikasi. Ada banyak alasan bagi perubahan tersebut, namun yang pasti inovasi teknologi komunikasi kedalam organisasi dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, baik bagi organisasi sendiri maupun bagi para pelanggan yang dilayani. Berarti, penggunaan teknologi dimaksudkan membawa dampak positif bagi perkembangan organisasi. (Liliweri, 2014:403).

### **Tujuan Bersama dan Penyelarasan Sasaran terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan**

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan tujuan bersama dan penyelarasan sasaran terhadap kepuasan komunikasi karyawan menunjukkan pengaruh yang cukup kuat. Kepuasan komunikasi karyawan menurut Gray dan Laidlaw (dalam Murat dan Bahattin, 2014:22), kepuasan komunikasi karyawan dipandang penting bagi karyawan memainkan peran sentral dalam menentukan efektivitas organisasi dan dimana *e-mail* mempunyai peran yang sangat penting sebagai media komunikasi internal di BRI Cabang Jakarta Veteran, untuk mencapai kepuasan komunikasi karyawan. Dimana dengan media *e-mail* karyawan menerima cukup informasi bermanfaat tentang kebijakan organisasi yakni berupa surat edaran (SE), informasi penting lainnya dan membantu

karyawan menyelesaikan pekerjaan. Namun walaupun hasilnya valid untuk pertanyaan *e-mail* membantu karyawan memahami peran dengan baik tetapi ada juga pengaruh adanya peran dari komunikasi internal lainnya dengan baik pula serta perlu adanya keterlibatan karyawan dalam organisasi agar karyawan lebih memahami lagi peran mereka dengan baik.

*E-mail* digunakan oleh BRI Cabang Jakarta Veteran sebagai media komunikasi internal korporasi yang paling efektif, karena lebih cepat sampai ke yang dituju, efisien, dan bisa dilakukan dimanapun. Kegiatan surat menyurat akan terhambat tanpa bantuan *e-mail*, begitupun dengan Surat edaran yang menjadi pedoman dasar dalam melakukan pekerjaan. Tanpa surat edaran mengenai kebijakan suku bunga deposito maupun pinjaman serta ketentuan biaya-biaya perbankan maka transaksi dan kegiatan perbankan akan mengalami kendala karena pekerjaan yang diterapkan di BRI harus sesuai dengan ketentuan dari kantor pusat. Pada penelitian Paul hewwit (2006) indikator tujuan bersama dan penyelarasan sasaran mempunyai nilai yang positif melalui hasil grup fokus sedangkan hasil survey tidak semua *e-mail* memiliki dampak yang positif. *E-mail* tidak membantu staf di Parkside untuk memahami peran mereka dengan lebih baik, namun membantu mereka memahami bagaimana peran mereka berkontribusi pada tujuan organisasi gambaran yang lebih besar.

Penelitian lain yang mendukung hasil ini adalah penelitian dari Claudia dan Cosmin (2014:5) bahwa komunikasi internal harus di fokuskan untuk membuat karyawan memahami kebijakan kerja dengan cara yang sama dan bekerja bersama menuju tujuan bersama. Hanya komunikasi internal yang efektif yang dapat membantu komitmen personal dan kepercayaan

dalam manajemen. Komunikasi internal harus memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memberikan pandangan mereka ke atas, harus fokus menginformasikan dengan baik personil dan memberikan kepada karyawan bahwa manajer berkomitmen dalam organisasi. Memberikan informasi itu sendiri tidak cukup karena karyawan harus diberikan kesempatan untuk menyampaikan kekhawatiran mereka atau membuat saran.

### **Penafsiran Citra Eksternal terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan**

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh penafsiran citra eksternal terhadap kepuasan komunikasi karyawan cukup kuat. Citra eksternal yang ditafsirkan dari sebuah organisasi menurut Smidts et al (dalam Paul Hewwit,

2006:82) berkontribusi terhadap komunikasi internal yang efektif melalui identifikasi organisasi yang lebih baik. Karyawan lebih memilih untuk mengidentifikasi dengan organisasi yang sukses, oleh karena itu organisasi harus berbagi kesuksesan mereka dengan karyawan (Smidts et al, 2000).

Identifikasi organisasi di BRI terdiri dari logo. Bentuk logo dengan garis melengkung, memberikan citra dinamis dan lincah serta melambangkan keindahan. Warna biru dan putih yang digunakan memberikan kesan aman bersih dan dapat dipercaya. Huruf R memiliki satu lengkungan dengan garis diagonal dimaknai sebagai bentuk kurang seimbangny kehidupan ekonomi menengah yang ada dimasyarakat. Huruf I yang merupakan garis tegak lurus melambangkan kestabilan, keagungan dan kemegahan yang dapat mewakili kalangan masyarakat dengan ekonomi yang sangat baik.

Sedangkan dinamakan Bank Rakyat Indonesia karena tidak lepas dari sejarah berdirinya BRI yang semula hanya untuk menyelamatkan kaum Priyayi dari reinter dengan bunga pinjaman yang besar kemudian beralih fungsi menjadi bank pemerintah pertama yang melayani semua kalangan. Bank BRI hadir untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan mengutamakan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan visinya dan misi BRI adalah melakukan praktik terbaik dengan prioritas yang diberikan kepada layanan mikro, kecil dan menengah, serta pelayanan terbaik melalui jaringan yang luas, teknologi informasi yang handal, hal ini terbukti bahwa BRI merupakan satu-satunya bank yang ada di Indonesia yang mempunyai Satelit sendiri.

Tujuan bank BRI adalah menjadi bank sehat, bank terbesar dan terbaik dalam pengembangan agrobisnis, bank yang *go public* serta melaksanakan *good corporate governance*, serta menjadikan budaya kerja BRI sebagai sikap dan perilaku semua insan BRI, Hal ini telah dibuktikan dengan masuknya BRI dengan kepemilikan aset terbesar, yakni sebesar 1.076,43 triliun. (<https://keuangan.kontan.co.id>)

Fungsi *corporate communication* antara lain menjabarkan visi dan misi korporat menjadi visi komunikasi bahkan diturunkan lagi menjadi strategi dan taktik komunikasi korporat. Selain itu, rangkaian misi strategi komunikasi diterjemahkan menjadi visi merk korporat dan janji merk kepada public. (Voettie, 2015: 4)

BRI Cabang Jakarta Veteran merupakan salah satu cabang terbesar diseluruh Indonesia yang menyumbang laba yang besar ke kantor wilayah Jakarta 1 melebihi laba satu kanwil Jakarta 3. Tentu menjadi percontohan untuk kantor cabang BRI lainnya, dari segi kualitas

pelayanan, loyalitas kerja karyawan dan kecakapan dalam berkomunikasi serta strategi dalam melobi nasabah, semua ini mencerminkan berhasilnya penerapan citra eksternal dilingkungan BRI cabang Jakarta Veteran dan mewakili identifikasi organisasi yang baik. Terbukti dengan banyaknya nasabah individu maupun instansi-instansi besar yang dikelola oleh BRI cabang Jakarta Veteran.

Penafsiran citra eksternal tidak semata dilihat dari identifikasi organisasi namun juga ditentukan dari komunikasi eksternal. Menurut Firsan Nova (2009:39) komunikasi eksternal meliputi informasi yang benar dan wajar mengenai institusi, kesadaran mengenai institusi dalam tata kehidupan umumnya dan motivasi untuk mencapai citra yang baik.

Komunikasi eksternal juga ditentukan dari informasi yang diterima, dengan cara apa disampaikan karena komunikasi internal membutuhkan media komunikasi yang efektif. Hal ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhamad Fazil Ahmad (2016: 14) adalah Mengenai komunikasi melalui email, dimana orang-orang menemukan email penting untuk menyelesaikan masalah mereka. Temuan yang menarik dari penelitian ini adalah penggunaan email di luar organisasi. Ketika ditanya bagaimana mereka mendapatkan sebagian besar informasi, jawaban utama masyarakat berasal dari email. Selain itu, email dianggap penting untuk menyelesaikan masalah yang diselesaikan oleh orang-orang, yang berarti bahwa komunikasi eksternal organisasi bergantung pada satu jenis alat komunikasi tertentu. Hasil survey dilapangan bahwa pada dimensi ini nilainya cukup baik, namun diantara ke empat faktor dimensi ini nilainya cukup baik dengan urutan ke empat, artinya selain logo, tujuan, visi dan misi BRI, BRI cabang Jakarta Veteran perlu meningkatkan komunikasi korporasi lebih baik lagi untuk mencapai penafsiran citra eksternal yang baik dan mencapai kepuasan komunikasi

karyawan yang lebih baik lagi. Tercapainya hasil yang baik tentu bukan melalui media *e-mail* saja namun adanya komunikasi interpersonal atau tatap muka dan keterlibatan karyawan dalam organisasi.

### **Pengaruh Efektivitas *E-mail* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan**

Hasil ini menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat antara efektivitas *e-mail* terhadap kepuasan komunikasi karyawan hal ini menunjukkan bahwa efektivitas *e-mail* terhadap kepuasan komunikasi karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan. Pengaruh efektivitas *e-mail* terhadap kepuasan komunikasi karyawan di BRI cabang Jakarta Veteran mempunyai hasil yang signifikan, dengan menggunakan empat model dari Paul Hewwit semua hasilnya cukup kuat yang membedakan hanya jumlah nilainya saja.

Hal ini menandakan bahwa *e-mail* dalam iklim komunikasi, manajer lini, tujuan bersama dan penyelarasan sasaran serta penafsiran citra eksternal mempunyai peran yang sangat penting dalam keberlangsungan komunikasi yang terjadi di BRI sehingga mencapai kepuasan komunikasi karyawan BRI cabang Jakarta Veteran.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Katina Pollock dan David Camarun Hauseman (2018) bahwa *e-mail* efektif dan memiliki dampak besar ditempat kerja karena penggunaan *e-mail* untuk para pelaku termasuk komunikasi yang nyaman, efisien dengan para pemangku kepentingan, kesempatan untuk mengelola beban kerja yang lebih baik dan kemampuan untuk mendokumentasikan komunikasi harian dengan menciptakan jejak akuntabilitas. Teknologi informasi telah menjadi sumber daya strategis yang penting bagi organisasi karena mereka memberikan konsentrasi informasi yang penting untuk pengambilan keputusan yang baik. (Galbraith, 2012).

Selain teknologi informasi, keterlibatan karyawan juga mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan. Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu dari Jaufi dan Shygry (2015: 197) bahwa hubungan reliabel dan mempunyai pengaruh antara kepuasan komunikasi dan keterlibatan karyawan juga menjadi unsur yang penting dalam komunikasi korporasi. Penelitian yang sama yang dilakukan oleh Paul Hewitt (2006) dimana hasil yang diuji Paul Hewitt terdapat pengaruh signifikan dan positif akan tetapi terdapat perbedaan dari penelitian sebelumnya, dimana pada penelitian Paul Hewitt menggunakan empat model faktor yang diuji akan tetapi salah satu model faktor yang diuji tidak signifikan sedangkan penelitian yang dilakukan sekarang ke empat model tersebut signifikan dan positif.

Dari hasil penelitian dilapangan bahwa karyawan BRI dan *e-mail* lebih disukai oleh karyawan ketika menerima berita perusahaan yang mendesak. Perkembangan teknologi telah menjadikan *e-mail* sebagai komunikasi yang tak tergantikan dari rutinitas harian karyawan, menandakan bahwa media komunikasi yang disukai oleh karyawan telah berubah seiring waktu.

Pada tingkat organisasi *e-mail* yang dipergunakan dalam banyak kegiatan komunikasi, juga membawa perubahan pada organisasi tersebut. Ini sependapat menurut Balter (dalam Subandi dan Iriantara, 2017: 46) bahwa *E-mail* bukan hanya mengubah dan mengganti sarana komunikasi sebelumnya, melainkan juga membuat manusia bisa berkomunikasi dengan lebih banyak orang. Balter menyebutkan beberapa data yang menunjukkan perubahan komunikasi manusia setelah adanya *e-mail*. lebih dari itu 60% dari *e-mail* yang dikirim mungkin tidak akan pernah dikomunikasikan bila tidak ada

teknologi seperti *e-mail*. Selain menyediakan kemudahan berkomunikasi pada dasarnya *e-mail* juga masih memiliki kesamaan dengan sejumlah media lainnya.

Pada tingkat organisasi, *e-mail* yang dipergunakan dalam banyak kegiatan komunikasi organisasi, juga membawa pada perubahan organisasi tersebut. Menguti hasil studi Balter (dalam Subandi dan Iriantara, 2017: 47) hasil studi di lebih dari 20 organisasi menunjukkan terjadinya perubahan pada organisasi yang memiliki akses terhadap komunikasi elektronik. Adanya *e-mail* membuat terwujudnya pendelegasian kendali dan kelompok-kelompok kerja yang lebih fleksibel. Selain itu, penggunaan *e-mail* juga menjadi kendali manajemen terhadap informasi menjadi semakin besar dan semakin menguatkan hirerarki yang ada.

Tidak dapat dipungkiri bahwa *e-mail* merupakan bagian dari teknologi informasi yang mempengaruhi cara dalam berkomunikasi. Dimana teknologi informasi secara signifikan mempengaruhi komunikasi dalam suatu organisasi, dan komunikasi memainkan peran yang signifikan dalam organisasi. White Van dan Stafford (dalam Miti *et al.*, 2017: 3) menyelidiki bagaimana karyawan diperusahaan besar mengamati komunikasi. Bagi karyawan di semua tingkat interaksi langsung adalah cara terbaik diterima, tetapi karyawan percaya bahwa komunikasi melalui *e-mail* adalah cara yang paling efisien untuk berbagi informasi. Para penulis menyimpulkan bahwa, jika digunakan dengan hati-hati, komunikasi elektronik cabang Jakarta Veteran lebih menyukai media komunikasi internal yakni *e-mail* untuk menyampaikan kebijakan organisasi dan informasi lainnya, kepada pimpinan, rekan kerja maupun nasabah. Penelitian lainnya dengan hasil penelitian yang sama dengan penulis adalah Linjuan Rita

Men (2014), yang menyatakan bahwa saluran komunikasi perusahaan, hasilnya menunjukkan bahwa saat ini karyawan tampaknya lebih suka menerima informasi mengenai keputusan baru, kebijakan, acara dan perubahan melalui *e-mail* dan saluran yang kaya seperti rapat karyawan, dapat berhasil menggantikan cara komunikasi tradisional dalam suatu organisasi. Pada penelitian Mitietal (2017) dimensi teknologi informasi berupa *e-mail* memiliki korelasi yang paling tinggi tentu memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan komunikasi karyawan.

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Efektifitas email sebagai media internal memiliki pengaruh yang kuat. Dimensi iklim komunikasi, komunikasi manajer lini, tujuan bersama dan penyelarasan sasaran, penafsiran citra eksternal merupakan elemen mendasar dalam organisasi.

Implementasinya dilaksanakan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh BRI Cabang Veteran sebelumnya. Selain itu, email penting karena menghubungkan konsep, perasaan, dan harapan organisasi anggota atau karyawan; ini membantu menjelaskan perilaku karyawan dan dapat lebih memahami elemen apa yang mendorong karyawan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Secara umum, aliran informasi dan hubungan kualitas interpersonal dipandang sebagai sumber kekuatan yang memungkinkan karyawan untuk memiliki perspektif yang lebih luas dan memungkinkan organisasi untuk berkoordinasi secara efektif dan bekerjasama.

Dapat disarankan dari diskusi teoritis bahwa seorang karyawan yang memiliki motivasi tinggi akan merasakan email sebagai media komunikasi internal

dapat dijadikan sebagai media komunikasi internal suatu organisasi lebih efektif. Efektivitas email yang ideal terdiri dari respon positif terhadap dimensi komunikasi yang dihasilkan dari hasil penelitian. Dengan kata lain, lingkungan yang lebih mendukung untuk komunikasi yang bersifat terbuka

#### Daftar Pustaka

- Argenti, Paul A. 2010, *Komunikasi korporat*. Jakarta: Salemba Humanika
- Hewwit, Paul. 2006. *Elektronicemail and Internal Communication: A Three Factor Model*. Eastleigh, UK
- Liliwiri, Alo. 2014. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Muhammad, Arni. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Murat Gümüş, murat dan Hamarat, lecturer B. 2014 *Communication Satisfaction and Communicative Adaptability Reinforce Organizational Identificaton*. Amerika : American Research Institute for Policy Development
- Prensky, March. 2001. *Digital Immigrant On The Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001*
- Rahmat Jalaludin. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remadja Rosdakarya
- Richard West, Lynn H. Turner. *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008) Subandy, Idi, & Iriantara. (2017). *Komunikasi Yang Mengubah Dunia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Suwarto, F. X. dan D. Koeshartono. 2009. *Budaya Organisasi; Kajian Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya
- Vera, Nawiroh M.Si. (2015). *Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia