



MANAJEMEN KOMUNIKASI

Organisasi dan Korporasi

Nadya Poernamasari

MANAJEMEN KOMUNIKASI

Organisasi Dan Korporasi

-----PENULIS: -----
Nadya Poernamasari



PENERBIT KBM INDONESIA

adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air Indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku.

MANAJEMEN KOMUNIKASI

Organisasi Dan Korporasi

Copyright @2025 By Nadya Poernamasari, S.I.Kom., M.I.Kom.

All right reserved

Penulis

Nadya Poernamasari, S.I.Kom., M.I.Kom.

Desain Sampul

Aswan Kreatif

Tata Letak

AtikaNS

Editor

Dr. Muhamad Husein Maruapey, Drs., M.Sc.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

Official

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia

Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021

081357517526 (Tlpn/WA)

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Email

naskah@penerbitkbm.com

Distributor

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Youtube

Penerbit KBM Sastrabook

Instagram

@penerbit.kbmindonesia

@penerbitbukujogja

ISBN: 978-634-202-614-4

Cetakan ke-1, Juli 2025

14,8 x 21 cm, vi + 115 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- iii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- iv. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Prakata

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkah dan rahmatNya maka karya tulis buku ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya ini berawal dari penulis yang mengampu mata kuliah ini selama kurang lebih tiga tahun belakangan, dengan mengumpulkan beragam bahan dan sumber pengajaran sehingga disempurnakan dengan beberapa analisis dan contoh kasus yang diimplementasikan langsung guna mempermudah pembelajaran.

Buku ini berjudul Manajemen Komunikasi yang berisi sebelas bab terkait konsep dasar komunikasi, konsep dasar manajemen serta teori, perkembangannya dan implementasinya. Sebagai sebuah studi manajemen komunikasi adalah dua disiplin ilmu yang saling bersinggungan dalam kehidupan kita sehari-hari. Penulis berharap pembaca mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan bisa menjadikan buku ini sebagai referensi bagi proses pembelajaran dan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna. Selain itu, hal yang mendasari penulis menulis buku Manajemen Komunikasi: Organisasi dan Korporasi ini dikarenakan sedari studi strata satu tertarik meneliti komunikasi korporasi pasca krisis pada suatu perusahaan. Kemudian selama studi magister menyukai mata kuliah manajemen media massa dan beberapa kali berkesempatan meneliti dan menulis artikel ilmiah. Serta

pengalaman terakhir menjadi dosen pengampu pada mata kuliah ini untuk memberikan pandangan dan khasanah keilmuan yang terus berkembang. Bahwa industri organisasi dan perusahaan adalah hal yang menarik untuk diteliti dan dieksplor lagi.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Universitas Trunojoyo Madura dan Program Studi Ilmu Komunikasi yang memberikan kepercayaan kepada penulis untuk menulis karya ini. Tidak lupa dukungan kedua orang tua dan yang terkasih atas *support* tiada henti setiap harinya. Keluarga besar, kakak dan adik yang kebersamai perjalanan hidup penulis, yang percaya bahwa penulis bisa terus berkarya dan mengembangkan keilmuan. Kepada mahasiswa/I program studi ilmu komunikasi, yang sedang menempuh studi dan mengerjakan tugas akhir semoga tulisan ini menjadi inspirasi dan bahan pendukung. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada KBM yang memercayakan karya ini untuk lahir dari penerbit luar biasa. Akhir kata semoga semua mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Surabaya, 29 Juni 2025

Penulis

Daftar Isi

PRAKATA	i
DAFTAR ISI	iii

BAB 1

Konsep Dasar Komunikasi	1
A. Karakteristik Manusia dan Komunikasi	2
B. Komponen Dasar Komunikasi	4
C. Ruang Lingkup Komunikasi	6

BAB 2

Konsep Dasar Manajemen	9
A. Pengertian Manajemen	10
B. Proses Manajemen dalam Aktivitas Komunikasi	12

BAB 3

Etika Komunikasi dan Komunikasi Efektif	15
A. Pengertian Etika	16
B. Etika Komunikasi	16
C. Komunikasi Efektif (REACH)	18

BAB 4

Komunikasi Dalam Organisasi	21
A. Definisi Komunikasi Organisasi	23
B. Pengaruh Komunikasi dengan Perilaku Organisasional	26

BAB 5

Teori Manajemen, Komunikasi Kelompok dan Organisasi -----	29
A. <i>Interaction Analysis and Group Development</i> -----	30
B. Studi Kasus Aplikasi Teori <i>Decision Emergence</i> dalam Interaksi Kelompok -----	34
C. <i>Structuration Theory and The Four Flows</i> -----	36
D. Studi Kasus Aplikasi Teori <i>Structuration Theory and The Four Flows</i> -----	40
E. Teori Birokrasi Max Weber-----	42

BAB 6

Gaya Kepemimpinan – Sifat dan Jenis Kepemimpinan--	45
A. Pengertian Kepemimpinan-----	46
B. Gaya Kepemimpinan-----	47
C. Jenis Gaya Kepemimpinan-----	49

BAB 7

Komunikasi Korporasi: Stakeholder, Identitas dan Reputasi -----	55
A. Pengertian Komunikasi Korporasi-----	56
B. <i>Stakeholder</i> dalam Komunikasi Korporasi -----	57
C. Identitas dan Reputasi -----	59
D. Mengkomunikasikan Citra Lewat Media-----	62

BAB 8

Sistem Organisasi -----	65
A. Struktur Organisasi -----	66
B. Dasar-Dasar Struktur Organisasi-----	67
C. Budaya Organisasi -----	68

BAB 9

Manajemen Krisis dalam Organisasi -----	71
A. Manajemen Krisis -----	72
B. Dampak Krisis pada Citra Organisasi-----	74
C. Komunikasi Pasca Krisis (Post-Crisis Communication)-----	78

BAB 10

Perkembangan Manajemen Komunikasi dan Organisasi dalam Komunikasi Digital -----	81
A. Kebijakan Media dan Dinamika Industri Media di Indonesia-----	82
B. Mediamorfosis sebagai Aktivitas Manajemen Komunikasi Media-----	85
C. <i>Communication In the Digital Age – Manuel Castell</i> -----	87
D. Masa Depan Manajemen Media Digital dalam Organisasi-	94

BAB 11

Implementasi Analisis Kepemimpinan Situasional Studi Kasus pada PT.Paragon -----	97
A. Dekripsi terkait PT. Paragon -----	100
B. Struktur Organisasi PT. Paragon-----	101
C. Analisis Gaya Kepemimpinan Situasional -----	102

DAFTAR PUSTAKA -----	111
BIOGRAFI PENULIS -----	115



Daftar Pustaka

- Bungin, B. H. M. (2006). Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. *Language*, 19(395p), 24cm.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar ilmu komunikasi*.
- Fahrezi, R. A., & Djuwita, A. (2023). Prinsip Media Relations PT. Paragon Technology And Innovation Dalam Membangun Citra Perusahaan. *EProceedings of Management*, 10(4).
- Fidler, R. F. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. Pine Forge Press.
- Grunig, J. E. (1983). *Organizations, environments, and models of public relations*.
- Hardjana, A. A. (2008). Komunikasi dalam manajemen reputasi korporasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–24.
- Ismail, I. (2008). Pengaruh budaya organisasi terhadap kepemimpinan dan kinerja karyawan Pemerintah Kabupaten-Kabupaten di Madura. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 12(1), 18–36.
- Jeffkins, F. (2004). *Public Relations (direvisi oleh Daniel Yadin)*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Jenkins, H. (2008). Convergence culture: Where old and new media collide. 2006. *New York: New York UP*.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland press.

- Mathur, P. (2008). Gregory Bateson, Niklas Luhmann, and Ecological Communication. *The Communication Review*, 11(2), 151–175.
- Mujasih, E., & Ratnaningsih, I. Z. (2012). Meningkatkan work engagement melalui gaya kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi. *Jurnal Psikologi*, 3(8), 1–10.
- Murniarti, E. (2019). *Komunikator, Pesan, Pedia/Saluran, Komunikan, Efek/Hasil, Dan Umpan Balik* (Buku Ajar). Universitas Kristen Indonesia.
- Nainggolan, N. T., Mawati, A. T., Gandasari, D., Ardiana, D. P. Y., Purba, B., Kato, I., Silalahi, M., Purba, S., Rahayu, P. P., & Damayanti, W. K. (2021). *Komunikasi Organisasi: Teori, Inovasi dan Etika*. Yayasan Kita Menulis.
- Ningsih, R. Y., & Setiawan, D. (2019). Refleksi penelitian budaya organisasi di Indonesia. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 293238.
- Nova, F. (2009). *Crisis public relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan*. Grasindo.
- Nurhayati, E. S., Swarnawati, A., Wibowo, C., Widarti, E. I., Thufail, A., & Sativa, I. O. (2022). Komunikasi Efektif Pimpinan Dalam Mengatasi Konflik Organisasi. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 7 (1), 84–95.
- Onong, U. E. (2005). Ilmu komunikasi teori dan praktek. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Rayhaniah, S. A., Amin, H., Boer, R. F., Krisnawati, A., Anggraini, R. I., Hamdani, M., Sunata, I., & Tahrir, T. (2021). *Etika dan Komunikasi Organisasi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Riinawati, R. (2021). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*.
- Rosyidi, M. H. (2017). Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Budaya Organisasi untuk Meningkatkan Kinerja Guru di SD

- Bungah. *Ummul Qura Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 9(1), 1–12.
- Sastrosupono, M. S. (1983). *Etika: sebuah pengantar. (No Title)*.
- Trenholm, S. (2020). *Thinking through communication: An introduction to the study of human communication*. Routledge.
- Wahyudin, H. (2022). Budaya Organisasi. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 1(3).
- Yuniningsih, T. (2019). *Kajian Birokrasi. Penerbit Departemen Administrasi Publik. Semarang*.
- Yusuf, Z. A. (2015). *Manajemen komunikasi. CV Pustaka Setia*.



Biografi Penulis



Nadya Poernamasari, S.I.Kom., M.I.Kom adalah seorang akademisi dan peneliti muda di bidang Ilmu Komunikasi. Lahir di kota Samarinda, beliau saat ini merantau untuk mengabdikan pada Indonesia dengan mengajar di Universitas Trunojoyo Madura.

Menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Mulawarman dan magister di Universitas Diponegoro dengan konsentrasi pada kebijakan media, Nadya aktif meneliti isu-isu terkait komunikasi media, budaya digital, dan pemberdayaan perempuan, khususnya di wilayah Madura.

Dalam lima tahun terakhir, ia telah menghasilkan berbagai karya ilmiah yang dipublikasikan di jurnal nasional dan internasional, menjadi pemakalah pada berbagai konferensi, serta memperoleh sejumlah Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) atas model-model pemberdayaan dan kajian identitas perempuan. Buku terbarunya yang tengah ditulis merupakan kelanjutan dari kontribusinya dalam pengembangan wacana komunikasi dalam sudut pandang manajemen organisasi dan korporasi di Indonesia.