



**IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI
PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA
PEGAWAI (STUDI KASUS DI CV.INDAH BARU
GROUP SEBAGAI DISTRIBUTOR UNILEVER)**

PENELITIAN TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi**

OLEH

RIXZA GHULAM YAMSASNI

NIM 55221110052

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

2025

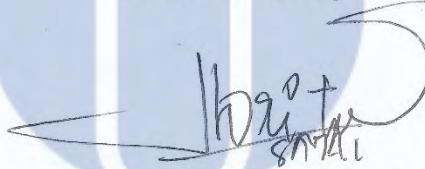
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Rixza Ghulam Yamsasni K.M.
NIM : 55221110052
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam
Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus
CV. Indah Baru Group Sebagai Distributor Unilever)

Jakarta, 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing



(Dr. Santa Lorita Simamora)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam
Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus CV.Indah Baru
Group Sebagai Distributor Unilever)
Nama : Rixza Ghulam Yamsasni K.M.
NIM : 55221110052
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 12 Maret 2025

Jakarta, 12 Maret 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr.Feni Fasta, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr.Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Dr.Santa Lorita Simamora)

(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam
Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus CV.Indah Baru
Group Sebagai Distributor Unilever)
Nama : Rixza Ghulam Yamsasni K.M.
NIM : 55221110052
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 12 Maret 2025

Jakarta, 12 Maret 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr.Feni Fasta, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr.Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Dr.Santa Lorita Simamora)

(.....)

MERCU BUANA

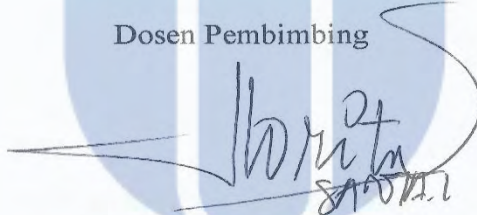
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Rixza Ghulam Yamsasni K.M
NIM : 55221110052
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi Kasus CV. Indah Baru Group Sebagai Distributor Unilever)

Jakarta, 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing



(Dr. Santa Lorita Simamora)

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

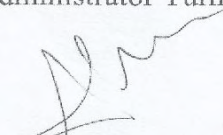
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: Rixza Ghulam Yamsasni K.M
NIM	: 55221110052
Program Studi	: Magister Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran

Dengan judul “Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi Kasus CV.Indah Baru Grup Sebagai Distributor Unilever), telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 10 Maret 2025 didapatkan nilai persentase sebesar 16%.

Jakarta, 10 Maret 2025
Administrator Turnitin


Aulia Rahman, S.Ikom

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi Kasus CV. Indah Baru Group Sebagai Distributor Unilever)
Nama : Rixza Ghulam Yamsasni K.M
N I M : 55221110052
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 12 Maret 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 12 Maret 2025

Yamsasni K.M.)

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Komunikasi dalam organisasi memiliki peran yang krusial dalam memastikan kelancaran operasional serta membangun hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan. CV. Indah Baru Group sebagai distributor Unilever menerapkan strategi komunikasi yang tidak hanya bersifat downward communication tetapi juga upward communication untuk meningkatkan keterlibatan pegawai. Downward communication diterapkan untuk menyampaikan kebijakan, instruksi kerja, dan evaluasi kinerja, sedangkan upward communication dimanfaatkan sebagai sarana bagi pegawai untuk menyampaikan masukan, keluhan, serta ide-ide inovatif guna mendukung perbaikan dalam organisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi komunikasi pimpinan dalam meningkatkan kinerja pegawai di CV. Indah Baru Group dengan menggunakan pendekatan teori komunikasi organisasi klasik, neoklasik, dan modern, serta teori komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan dan pegawai, observasi langsung, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik guna mengidentifikasi pola komunikasi yang diterapkan dalam organisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi downward yang diterapkan oleh pimpinan CV. Indah Baru Group membantu memberikan kejelasan instruksi kerja, sementara komunikasi upward memungkinkan pegawai menyampaikan umpan balik dan menyelaraskan pemahaman terhadap kebijakan yang diterapkan. Komunikasi dua arah menciptakan lingkungan kerja yang lebih terbuka, meningkatkan kepuasan pegawai, serta memperkuat loyalitas terhadap perusahaan. Selain itu, komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pimpinan melalui pendekatan interpersonal juga membangun hubungan kerja yang lebih harmonis dan mendorong motivasi kerja pegawai.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa implementasi strategi komunikasi pimpinan yang baik tidak hanya mengandalkan komunikasi downward tetapi juga mengintegrasikan komunikasi upward serta komunikasi persuasif untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis dan produktif. Temuan ini memberikan wawasan bagi organisasi dalam mengoptimalkan strategi komunikasi internal guna meningkatkan kinerja pegawai serta mencapai tujuan perusahaan secara lebih efektif.

Kata Kunci: Komunikasi organisasi, komunikasi persuasif, strategi kepemimpinan.

ABSTRACT

Communication in an organization plays a crucial role in ensuring smooth operations and fostering harmonious relationships between leaders and employees. CV. Indah Baru Group, as a Unilever distributor, implements a communication strategy that incorporates both downward and upward communication to enhance employee engagement. Downward communication is applied to deliver policies, work instructions, and performance evaluations, while upward communication serves as a channel for employees to provide feedback, voice concerns, and contribute innovative ideas to support organizational improvement.

This study aims to analyze the implementation of leadership communication strategies in improving employee performance at CV. Indah Baru Group using the classical, neoclassical, and modern organizational communication theories, as well as persuasive communication theory. This research employs a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques include in-depth interviews with leaders and employees, direct observations, and documentation. Data analysis is conducted using thematic analysis to identify communication patterns applied within the organization.

The findings reveal that the downward communication strategy adopted by the leadership at CV. Indah Baru Group helps clarify work instructions, while upward communication allows employees to provide feedback and align their understanding of implemented policies. Two-way communication creates a more open work environment, increases employee satisfaction, and strengthens company loyalty. Additionally, persuasive communication employed by leaders through interpersonal approaches fosters stronger workplace relationships and enhances employee motivation.

This study concludes that an effective leadership communication strategy does not solely rely on downward communication but also integrates upward communication and persuasive communication to establish a more dynamic and productive work environment. These findings provide insights for organizations to optimize internal communication strategies to improve employee performance and achieve corporate goals more effectively.

Keywords: Organizational communication, persuasive communication, leadership strategy.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis yang berjudul "Implementasi Strategi Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi Kasus CV.Indah Baru Group Sebagai Distributor Unilever)" ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana. Penulisan tesis ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Santa Lorita Simamora, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang berharga dalam penyusunan tesis ini.
2. Dr. Heri Budianto, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
3. Para Dosen dan Civitas Akademik di lingkungan Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu, motivasi dan arahan selama masa perkuliahan.
4. Orang tua Ibu Anisah Mahsunah dan Ibu Mamulah Harun yang telah memberikan support moral, spiritual, dan doa selama penulis menyelesaikan studi ini.
5. Adik Valyas dan Adik Dzikra yang telah memberikan support moral dan spiritual selama penulis menyelesaikan studi ini.
6. Keluarga tercinta Bani Harun Abdulloh yang selalu memberikan dukungan

moral, spiritual, serta doa yang tak terhingga kepada penulis.

7. Teman-teman seperjuangan di Konsentrasi Corporate Communication dan serta lingkungan kerabat terdekat, Nuris, Arqel, Farid, Badar, Kai, Poci, Mas Mirza, Mas Thomas serta sahabat lain nya yang selalu memberikan support moral sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini dengan baik.
8. Bapak H. Ali Saroni dan Ibu Dr.Kurnia Alisaputri selaku Pimpinan CV.Indah Baru Group yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu penulis menyelesaikan tesis ini dengan baik.
9. Mas Zaenal Fanani dan Mbak Indah Nuraini karyawan dari CV.Indah Baru Group yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu penulis menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 12 Maret 2025

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Rixza Ghulam Yamsasni K.M.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN HASIL SENDIRI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II: LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teoritis	35
2.3 Kerangka Pemikiran	71
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	74
3.1. Paradigma Penelitian.....	74
3.2. Tipe Penelitian	75
3.3. Metode Penelitian.....	75
3.4. Informan Penelitian	77
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	78
3.6. Teknik Analisis Data	80
3.7. Teknik Pengabsahan Data.....	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	82
4.1.1. <i>Profil CV. Indah Baru Group</i>	82
4.1.2 <i>Struktur Organisasi dan Sistem Operasional</i>	82

4.1.3 Peran Perusahaan	84
4.2 Hasil Penelitian	84
4.2.1 Deskripsi Penemuan	84
4.2 Pembahasan	100
4.2.4 Gaya Kepemimpinan dalam Implementasi Strategi Komunikasi	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran.....	125
LAMPIRAN	131
Lampiran 1 Wawancara Narasumber I	131
Lampiran 2 Wawancara Narasumber 2.....	134
Lampiran 3 Wawancara Narasumber 3.....	138

