

### ***Abstract***

*PT. Konsultan Bisnis Sudarno is a family-owned company that has entered its second generation of leadership, where the leadership transition brought significant challenges related to organizational culture adjustment and internal communication. This leadership transition required the company to align the values inherited from the founder, such as integrity, responsibility, togetherness, and loyalty, with new values introduced by the new leader, namely discipline and openness. Using Van Riel & Fombrun's internal communication theory, the concept of Organizational Identification, and Edgar H. Schein's 3-Level Model, this study aims to understand how internal communication shapes organizational culture in a family business after a leadership transition. The researcher employed a qualitative approach with a case study method, collecting data through in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that internal communication at PT. Konsultan Bisnis Sudarno serves as an effective means to foster employees' sense of belonging and attachment to the company, which in turn forms the foundation for building organizational culture that preserves the founder's inherited values while integrating the new values introduced by the new leadership.*

**Keywords:** *Internal Communication, Organizational Culture, Family Business, Organizational Identification, Leadership Transition*

### **Abstrak**

PT. Konsultan Bisnis Sudarno merupakan perusahaan keluarga yang telah memasuki generasi kedua kepemimpinan, di mana pergantian pimpinan membawa tantangan signifikan terkait penyesuaian budaya organisasi dan komunikasi internal. Transisi kepemimpinan ini menuntut perusahaan untuk menyelaraskan nilai-nilai yang diwariskan pendiri, seperti integritas, tanggung jawab, kebersamaan, dan loyalitas, dengan nilai baru yang diperkenalkan pimpinan baru, yaitu kedisiplinan dan keterbukaan. Melalui penggunaan teori komunikasi internal Van Riel & Fombrun, konsep organizational Identification serta 3-Level Model Edgar H. Schein, Penelitian ini bertujuan untuk memahami komunikasi internal dalam membentuk budaya organisasi pada perusahaan keluarga pasca pergantian pimpinan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal di PT. Konsultan Bisnis Sudarno berperan sebagai sarana yang efektif untuk menumbuhkan rasa memiliki dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan yang selanjutnya menjadi landasan dalam pembentukan budaya organisasi yang masih mempertahankan nilai warisan pendiri dan nilai yang dibawa pimpinan baru.

**Kata kunci :** Komunikasi Internal, Budaya Organisasi, Perusahaan Keluarga, organizational identification, Pergantian Pimpinan