

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi, menguji, dan menganalisis pengaruh inisiatif atau aktivitas komunikasi internal yang dilakukan oleh Jasa Marga terhadap karyawan untuk memiliki intensi perilaku advokasi. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis sejauh mana peran identifikasi organisasional dalam memediasi pengaruh hubungan tersebut. Responden berjumlah 102 responden yang berasal dari karyawan tetap (PKWTT) yang bekerja di Jasa Marga Group, termasuk Kantor Pusat, Regional, hingga Anak Perusahaan dengan minimal masa kerja selama 3 (tiga) tahun. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis yang dipakai *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk dapat mengeksplorasi hubungan antarvariabel.

Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inisiatif atau aktivitas komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun intensi perilaku advokasi dalam diri karyawan, baik secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui peran identifikasi organisasional yang memediasi hubungan tersebut secara parsial (*complementary mediation*). Oleh karena itu, temuan dalam penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi institusi pendidikan tinggi dan bagi Jasa Marga Group dalam merancang strategi komunikasi internal perusahaan yang lebih relevan untuk dapat membangun intensi hingga perilaku aktual karyawan dalam bentuk advokasi tentang perusahaan, serta sekaligus membentuk dan memperkuat rasa identifikasi karyawan terhadap perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to explore, test, and analyze the influence of internal communication initiatives or activities undertaken by Jasa Marga on employee advocacy intention. Furthermore, this study also analyzes the role of organizational identification in mediating this relationship. Respondents included 102 permanent employees (PKWTT) working at the Jasa Marga Group, including Head Office, Regional Offices, and Subsidiaries, with a minimum tenure of 3 (three) years. The analytical method used in this study was Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS).

The findings in this study indicate that internal communication initiatives have a positive and significant influence on developing employee advocacy intention, both directly and indirectly through the role of organizational identification, which partially mediates the relationship (complementary mediation). Therefore, the findings in this study provide an important contribution for higher education institutions and for Jasa Marga Group in designing a more relevant internal company communication strategy to be able to build employee intentions to actual behavior in the form of advocacy about the company, as well as forming and strengthening employee identification with the company.