

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi komunikasi kepemimpinan yang diimplementasikan pada PT Margaria Group pasca adanya restrukturisasi di bulan Januari 2020 menggunakan *Strategic Employee Communication Model* serta mengidentifikasi kendala dan faktor kesuksesan kunci dari strategi komunikasi kepemimpinan yang diimplementasikan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan studi pustaka. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa (1) manajemen perusahaan mendukung adanya komunikasi kepemimpinan yang lebih baik melalui adanya perubahan struktur divisi, (2) komunikasi antar pimpinan perusahaan dilakukan langsung melalui tatap muka ataupun tidak langsung melalui media komunikasi secara dua arah dan fleksibel sehingga informasi yang disampaikan bisa tepat pada sasaran, (3) manajemen perusahaan menggunakan media komunikasi Whatsapp, email, Monday, dan Ryver serta forum komunikasi seperti rapat dan pertemuan terbatas, (4) komunikasi dilakukan secara langsung antar pimpinan di semua tingkatan manajemen, namun dalam beberapa aspek juga difasilitasi oleh Divisi *Human Resource* Margaria agar bisa terhubung dengan pimpinan di level strategik, dan (5) penilaian kinerja dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif dengan memasukkan unsur komunikasi sebagai salah satu indikator penilaian. Meskipun kelima komponen yang ada pada *Strategic Employee Communication Model* sudah diimplementasikan, namun pada praktiknya masih ada banyak kekurangan yang terdapat pada masing-masing komponen yang ada.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa ada lima kendala utama yang ada pada implementasi strategi komunikasi kepemimpinan di PT Margaria Group yaitu adanya perbedaan persepsi, masih adanya ketidakpercayaan, budaya lama perusahaan yang sulit diubah, kurang optimalnya penguasaan teknologi informasi dan komunikasi, serta kemampuan mengolah dan menyampaikan informasi yang terbatas. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi ada tiga faktor kesuksesan kunci dari implementasi strategi komunikasi kepemimpinan di PT Margaria Group yaitu saluran komunikasi yang suportif dan bervariasi, komitmen yang kuat dari pimpinan manajemen puncak, dan dukungan dari pimpinan di level manajemen tengah-rendah.

Kata kunci: Evaluasi Strategi; Strategi Komunikasi; Komunikasi Kepemimpinan; *Strategic Employee Communication Model*; Margaria Group

ABSTRACT

This study aims to evaluate the leadership communication strategy implemented at PT Margaria Group after the restructuring in January 2020 using the Strategic Employee Communication Model and identify constraints and key success factors of the implemented leadership communication strategy. This research uses descriptive qualitative research method with case study research type. Data collection carried out in this study was carried out through interviews and literature study. The validity of the data in this study used triangulation of data sources.

Based on the research that has been done, the results show that (1) company management supports better leadership communication through changes in division structure, (2) communication between company leaders is carried out directly through face to face or indirectly through two-way and flexible communication media. so that the information conveyed can be right on target, (3) company management uses Whatsapp, email, Monday, and Ryver communication media as well as communication forums such as limited forums and meetings, (4) communication is carried out directly between leaders at all levels of management, but within several aspects are also facilitated by the Human Resource Division of Margaria to connect with leaders at the strategic level, and (5) performance appraisal is carried out qualitatively and quantitatively by including elements of communication as one of the assessment indicators. Although the five components in the *Strategic Employee Communication Model* have been implemented, in practice there are still many deficiencies in each of the existing components.

This study identifies that there are five main obstacles that exist in the implementation of leadership communication strategies at PT Margaria Group, namely differences in perceptions, distrust, old corporate culture that is difficult to change, less optimal mastery of information and communication technology, and the ability to process and convey information limited. In addition, this study also identifies three key success factors of the implementation of leadership communication strategies at PT Margaria Group, namely supportive and varied communication channels, strong commitment from top management leaders, and support from leaders at middle-low management levels.

Keywords: Strategy Evaluation; Communication Strategy; Leadership Communication; *Strategic Employee Communication Model*; Margaria Group