

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL PERUBAHAN ORGANISASI
LEMBAGA PEMERINTAH
(STUDI KASUS MASA TRANSISI DI LIPI Tahun 2019-2020)**

ABSTRAK

LIPI melakukan upaya dalam membenahan organisasi melalui perubahan struktur dan pengelolaan organisasi untuk mengefektifkan dan mengefisienkannya sebagai lembaga riset terbesar di Indonesia. Berbagai informasi mengenai perubahan organisasi disampaikan melalui komunikasi internal organisasi, karena melibatkan anggota organisasinya. Namun, dalam prosesnya tidak lepas dari gangguan yang menyebabkan pemahaman dan tindakan yang tidak sejalan dengan tujuan dari perubahan. Sehingga diperlukan upaya untuk menentukan strategi komunikasi internal yang tepat dalam masa transisi ini untuk dapat menjangkau seluruh sivitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi internal perubahan organisasi pada masa transisi di LIPI tahun 2019-2020. Dengan menggunakan sudut pandang strategi komunikasi dalam perubahan organisasi dalam pemilihan pesan, komunikator, media dan efek yang dipengaruhi oleh perubahan organisasi, komunikasi internal dan hambatan yang dihadapi selama masa transisi. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus dengan teknik pengumpulan data wawancara dan analisis dokumentasi untuk dapat menjelaskan lebih dalam mengenai proses komunikasi internalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi internal yang digunakan pada masa transisi perubahan organisasi adalah melalui strategi pemilihan pesan berdasarkan berbagai informasi perubahan dan yang dapat memotivasi. Strategi komunikator dipilih berdasarkan pertimbangan pemahamannya pada info, jabatan dan kedekatannya dengan komunikan. Strategi pemilihan media dengan menggunakan media yang biasa digunakan didukung oleh pesan yang persuasif. Dan pada akhirnya efek berupa tindakan dan pemahaman yang mendorong sivitas untuk beradaptasi dalam berkegiatan dalam organisasi. Proses komunikasi yang dilakukan sejalan dengan implementasi perubahan ini, sejauh ini dapat dikatakan berhasil, namun perubahan organisasi ini akan terus berlangsung sehingga perlu adanya evaluasi strategi komunikasi internal yang dilakukan untuk dapat mengetahui tahapan mana yang perlu dibenahi dan dapat dipertahankan.

Kata Kunci: *Perubahan Organisasi, Komunikasi Internal, Strategi Komunikasi*

***INTERNAL COMMUNICATION STRATEGY GOVERNMENT
ORGANIZATIONAL CHANGES
(CASE STUDY OF THE TRANSITION PERIOD IN LIPI 2019-2020)***

ABSTRACT

LIPI makes efforts to reform the organization through changes in organizational structure and management to make it more effective and efficient as the largest research institution in Indonesia. Various information regarding organizational change is conveyed through the organization's internal communication, because it involves members of the organization. However, the process cannot be separated from disturbances that cause understanding and actions that are not in line with the goals of change. Therefore, efforts are needed to determine the right internal communication strategy in this transition period to be able to reach all the civitas. This study aims to analyze and describe the internal communication strategy of organizational change during the transition period at LIPI in 2019-2020. By using the point of view of communication strategy in organizational change in the selection of messages, communicators, media and effects influenced by organizational change, internal communication and obstacles faced during the transition period. Researchers used qualitative research with a case study approach with interview data collection techniques and documentation analysis to be able to explain more deeply about the internal communication process. The results of the study show that the internal communication strategy used in the transition period of organizational change is through a message selection strategy based on various information on changes and which can motivate. The communicator's strategy is chosen based on consideration of his understanding of information, position and proximity to the communicant. The media selection strategy using commonly used media is supported by a persuasive message. And in the end the effect is in the form of action and understanding that encourages the civitas to adapt in their activities within the organization. The communication process carried out is in line with the implementation of this change, so far it can be said to be successful, but this organizational change will continue so that an evaluation of the internal communication strategy is needed to be able to find out which stages need to be addressed and can be maintained.

Keywords: *Organizational Change, Internal Communication, Communication Strategy*