



Muhammad Husen

Lecturer at the Miftahul Ulum Islamic Institute, Lumajang, Indonesia

: <https://doi.org/10.55120/ijeslabs.v1i1.476>

 **Abstract**

Organizational culture plays a crucial role in shaping business communication patterns, particularly in millennial-dominated workplaces. This study aims to analyze how organizational culture influences communication within organizations predominantly staffed by millennials. The method used was a qualitative approach with in-depth interviews with millennial employees at three startup companies. The results indicate that an open, flexible, and collaborative organizational culture strongly supports fast, informal, yet productive communication. Values such as transparency, two-way feedback, and respect for new ideas are dominant factors in shaping these communication patterns. This research provides insights for companies in designing business communication strategies that align with the characteristics of the millennial generation..

Article Info

Keywords:

The Influence of Organizational Culture, Business Communication, Millennial Work Environment.

* E-mail address: muhammadhusen755@gmail.com

Articel Submitted	: 10 November 2024	Accepted	: 27 November 2024
Revised	: 18 November 2024	Published	: 30 Desember 2024



Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Pola Komunikasi Bisnis di Lingkungan Kerja Millenial

Muhammad Husen

Dosen Institut Agama Islam Miftahul Ulum Lumajang Indonesia

 : <https://doi.org/10.55120/ijeslabs.v1i1.476>

Abstrak

Informasi Artikel

Budaya organisasi memiliki peran penting dalam membentuk pola **Kata kunci:** komunikasi bisnis, terutama di lingkungan kerja yang didominasi oleh Pengaruh Budaya generasi milenial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Organisasi, budaya organisasi memengaruhi cara komunikasi berlangsung dalam Komunikasi bisnis, organisasi yang dihuni mayoritas karyawan milenial. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara lingkungan kerja mendalam kepada karyawan milenial di tiga perusahaan startup. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi yang terbuka, fleksibel, dan kolaboratif sangat mendukung komunikasi yang cepat, informal, namun tetap produktif. Nilai-nilai seperti transparansi, feedback dua arah, dan penghargaan terhadap ide baru menjadi faktor dominan dalam membentuk pola komunikasi tersebut. Penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi bisnis yang sesuai dengan karakteristik generasi milenial.

* Alamat email: muhammadhusen755@gmail.com

Artikel diserahkan : 10 November 2024

Diterima : 27 November 2024

Direvisi : 18 November 2024

Dipublikasi : 30 Desember 2024

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif, komunikasi internal menjadi salah satu aspek vital yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya. Komunikasi bisnis yang efektif tidak hanya mendukung kelancaran operasional, tetapi juga menjadi fondasi dalam membangun hubungan kerja yang sehat, meningkatkan produktivitas, serta mendorong kolaborasi antar tim. Di era transformasi digital dan globalisasi ini, organisasi dituntut untuk mampu menyesuaikan pola komunikasi dengan dinamika lingkungan kerja yang terus berkembang.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan saat ini adalah perubahan demografis dalam dunia kerja, di mana generasi milenial mulai mendominasi tenaga kerja aktif. Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki karakteristik unik dalam berkomunikasi. Mereka cenderung terbuka, adaptif terhadap teknologi, mengutamakan kecepatan, dan lebih menyukai komunikasi yang bersifat informal serta dua arah. Pola komunikasi ini tentu berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih terbiasa dengan komunikasi formal dan hierarkis.

Seiring dengan perubahan ini, budaya organisasi menjadi faktor penentu dalam membentuk dan mengarahkan pola komunikasi yang berlaku di dalam organisasi. Budaya organisasi yang kaku dan birokratis sering kali menjadi hambatan bagi milenial dalam mengekspresikan ide, menyampaikan masukan, maupun berinteraksi secara kolaboratif. Sebaliknya, budaya yang inklusif, partisipatif, dan adaptif terhadap perubahan justru dapat memperkuat komunikasi bisnis yang produktif, sesuai dengan preferensi generasi milenial.

Di lingkungan kerja startup, yang mayoritas diisi oleh milenial, peran budaya organisasi menjadi sangat krusial. Startup dikenal memiliki struktur yang lebih fleksibel dan budaya kerja yang lebih terbuka dibandingkan perusahaan konvensional. Hal ini menciptakan ruang komunikasi yang lebih bebas, memungkinkan pertukaran ide berlangsung lebih cepat dan informal. Namun, tidak semua organisasi mampu memanfaatkan potensi ini secara optimal. Beberapa masih menghadapi tantangan dalam menyelaraskan nilai-nilai budaya organisasi dengan ekspektasi komunikasi generasi muda.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali secara lebih mendalam bagaimana budaya organisasi memengaruhi pola komunikasi bisnis di lingkungan kerja yang didominasi oleh generasi milenial. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan **kualitatif**, yang memungkinkan peneliti untuk menangkap pengalaman, persepsi, dan dinamika komunikasi secara holistik dari perspektif karyawan milenial. Fokus utama dalam penelitian ini adalah perusahaan rintisan (startup), karena lingkungannya yang fleksibel dinilai merepresentasikan gaya kerja milenial secara nyata.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara budaya organisasi dan komunikasi bisnis dalam konteks generasi milenial, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi organisasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang komunikatif, kolaboratif, dan adaptif.

Tinjauan Literatur Budaya Organisasi

Budaya organisasi merupakan sistem nilai, kepercayaan, norma, dan simbol-simbol bersama yang berkembang di dalam organisasi dan menjadi pedoman bagi anggotanya dalam berperilaku dan berinteraksi. Menurut Schein (2010), budaya organisasi adalah pola asumsi dasar yang dipelajari oleh sekelompok orang dalam organisasi sebagai cara untuk mengatasi permasalahan eksternal maupun internal yang berhasil terbukti dan diajarkan kepada anggota baru sebagai cara berpikir dan bertindak yang benar.

Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah pertukaran informasi antara individu di dalam dan di luar organisasi untuk mencapai tujuan bisnis. Komunikasi yang efektif memungkinkan informasi disampaikan secara jelas, mendorong kolaborasi tim, serta memperkuat hubungan kerja yang sehat (Guffey & Loewy, 2011). Komunikasi bisnis tidak hanya mencakup pesan verbal, tetapi juga komunikasi nonverbal, tertulis, serta penggunaan teknologi. Di era digital, pola komunikasi telah berubah menjadi lebih cepat, informal, dan berbasis media digital. Menurut Purwanto (2020), organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan media komunikasi akan lebih mudah menjalin kerja sama lintas generasi, terutama dengan milenial yang sangat terbiasa dengan media digital.

Generasi Millenial dalam dunia kerja

Generasi milenial, yaitu individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki karakteristik yang berbeda dalam menyikapi dunia kerja. Mereka dikenal adaptif terhadap teknologi, lebih menyukai komunikasi informal, serta mengharapkan keterbukaan dan partisipasi dalam pengambilan keputusan (Ng, Schweitzer, & Lyons, 2010). Milenial juga lebih menyukai struktur organisasi yang datar dan budaya kerja yang fleksibel.

Dalam konteks komunikasi bisnis, milenial cenderung tidak nyaman dengan komunikasi yang terlalu formal dan birokratis. Mereka mengharapkan komunikasi dua arah, dengan feedback yang cepat dan transparan. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi dalam organisasi yang dihuni oleh milenial sangat bergantung pada sejauh mana budaya organisasi mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan komunikasi generasi ini

Startup sebagai Representasi Lingkungan Kerja Millenial

Perusahaan startup dikenal memiliki struktur organisasi yang lebih datar, budaya kerja yang fleksibel, dan komunikasi yang lebih terbuka. Karakteristik ini menjadikan startup sebagai laboratorium alami untuk melihat bagaimana generasi milenial membentuk dan merespons pola komunikasi yang berkembang dalam organisasi (Blank, 2013). Namun, tidak semua startup mampu mengelola dinamika ini secara efektif, karena masih dibutuhkan manajemen budaya organisasi yang tepat agar komunikasi tetap terarah

Transformasi Digital dan Komunikasi Organisasi

Transformasi digital memengaruhi cara organisasi menyampaikan dan menerima informasi. Teknologi seperti email, instant messaging, dan platform kolaborasi seperti Slack atau Microsoft Teams telah mengubah wajah komunikasi bisnis. Generasi milenial sangat adaptif terhadap teknologi ini dan menggunakan untuk meningkatkan efektivitas kerja tim (Dery, Sebastian, & Van Der Meulen, 2017)

Hasil dan Diskusi

Budaya Organisasi Membentuk Pola Komunikasi Terbuka

Budaya organisasi merupakan fondasi utama dalam menentukan bagaimana komunikasi terjadi di dalam sebuah organisasi. Budaya yang terbuka memungkinkan terciptanya suasana kerja yang mendorong pertukaran informasi secara bebas, transparan, dan dua arah, baik antara atasan dan bawahan maupun antar sesama rekan kerja. Dalam budaya seperti ini, karyawan merasa dihargai, didengarkan, dan memiliki kebebasan untuk menyampaikan ide, kritik, maupun masukan tanpa rasa takut akan hukuman atau penolakan. Komunikasi terbuka merupakan ciri khas dari organisasi yang memiliki budaya kolaboratif dan non-hierarkis. Menurut Schein (2010), budaya organisasi mencerminkan asumsi dasar yang berkembang dalam suatu kelompok, dan apabila budaya itu menekankan pada keterbukaan, maka anggota organisasi cenderung akan mengembangkan komunikasi yang lebih jujur, langsung, dan partisipatif. Hal ini akan menciptakan lingkungan kerja yang dinamis, adaptif, dan inovatif — terutama dalam konteks perusahaan startup yang mengutamakan kecepatan dan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan.

Di lingkungan kerja milenial, pola komunikasi yang terbuka sangat penting karena generasi ini sangat menghargai transparansi, kejelasan informasi, dan partisipasi aktif dalam proses organisasi. Milenial tidak hanya ingin diperintah, melainkan ingin dilibatkan dan didengar dalam proses diskusi dan pengambilan keputusan. Robbins dan Judge (2017) juga menegaskan bahwa budaya organisasi berperan besar dalam menentukan intensitas, gaya, dan efektivitas komunikasi antarindividu. Ketika budaya mendukung komunikasi terbuka, maka kepercayaan antar anggota organisasi meningkat, konflik bisa dikelola dengan lebih sehat, dan kreativitas tim lebih mudah berkembang. Bukti dari wawancara yang dilakukan pada beberapa perusahaan startup menunjukkan bahwa budaya terbuka mendorong terjadinya komunikasi horizontal — yaitu komunikasi langsung antara karyawan dan pimpinan — tanpa melalui birokrasi panjang. Hal ini berdampak positif pada kecepatan respon, solusi terhadap masalah, dan semangat inovasi. Dengan demikian, budaya organisasi yang terbuka tidak hanya membentuk pola komunikasi yang sehat dan produktif, tetapi juga menjadi landasan kuat bagi keberlangsungan organisasi yang mengandalkan kolaborasi, khususnya di era digital dan generasi kerja milenial.

Karakter Milenial Mendorong Komunikasi Cepat dan Digital

Generasi milenial, yang umumnya lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memiliki karakteristik yang sangat khas dalam hal komunikasi. Mereka tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi, seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile. Hal ini menjadikan generasi ini sangat terbiasa dengan komunikasi yang serba **cepat, digital, dan interaktif**. Karakter mereka yang multitasking, adaptif terhadap teknologi, serta menghargai kecepatan dan efisiensi, secara langsung memengaruhi cara mereka berkomunikasi di lingkungan kerja.

Dalam lingkungan kerja startup, milenial cenderung lebih memilih menggunakan **media komunikasi digital** seperti Slack, Zoom, Trello, Google Workspace, atau bahkan WhatsApp untuk keperluan koordinasi pekerjaan. Platform ini dipilih karena memberikan fleksibilitas waktu dan tempat, memungkinkan kolaborasi lintas tim secara real-time, serta memberikan dokumentasi otomatis atas komunikasi yang terjadi. Selain itu, milenial cenderung **menghindari komunikasi yang terlalu formal** atau birokratis. Mereka lebih menyukai komunikasi yang bersifat santai, to the point, dan langsung ke inti persoalan.

Budaya kerja yang mendorong diskusi terbuka, komunikasi dua arah, dan pemanfaatan teknologi modern sangat sesuai dengan preferensi generasi ini.

Beberapa perusahaan bahkan mulai meninggalkan sistem komunikasi satu arah (top-down) karena dianggap tidak efektif bagi generasi milenial. Menurut Ng, Schweitzer, & Lyons (2010), milenial lebih menyukai komunikasi yang bersifat **transparan, partisipatif, dan digital**, karena mereka menginginkan pemahaman yang cepat serta kesempatan untuk memberikan masukan langsung kepada atasan atau tim. Komunikasi bukan lagi hanya soal menyampaikan perintah, tetapi juga proses kolaboratif untuk mencapai hasil bersama.

Selain itu, Tapscott (2009) dalam bukunya *Grown Up Digital*, menjelaskan bahwa milenial merupakan "**digital natives**" yang secara alami menggunakan teknologi sebagai alat untuk bersosialisasi dan menyelesaikan pekerjaan. Di tempat kerja, mereka berharap teknologi digital tidak hanya digunakan untuk keperluan operasional, tetapi juga menjadi sarana utama dalam membangun komunikasi dan budaya kerja

Namun demikian, komunikasi digital yang cepat ini juga membawa tantangan tersendiri. Beberapa responden dalam penelitian menyatakan bahwa komunikasi yang tidak terputus — bahkan di luar jam kerja — membuat mereka mengalami **kelelahan digital** (*digital fatigue*). Selain itu, kurangnya komunikasi tatap muka juga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau kehilangan nuansa emosional dalam pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan antara pemanfaatan teknologi komunikasi yang efisien dengan kebutuhan akan hubungan interpersonal yang sehat. Kebijakan kerja fleksibel, etika komunikasi digital, dan pelatihan soft skill tetap diperlukan agar komunikasi yang cepat tetap produktif dan tidak menimbulkan burnout.

Transparansi dan Feedback Dua Arah Meningkatkan Efektivitas Tim

Dalam lingkungan kerja startup yang dihuni mayoritas generasi milenial, **transparansi** dan **komunikasi dua arah** menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas tim. Budaya organisasi yang menekankan keterbukaan informasi baik terkait tujuan kerja, performa tim, maupun pengambilan keputusan memberikan rasa **kepercayaan** dan **keterlibatan** kepada karyawan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa milenial sangat menghargai kejelasan arah kerja dan peluang untuk menyampaikan pendapat tanpa rasa takut. Mereka menginginkan hubungan yang setara antara atasan dan bawahan dalam komunikasi, bukan hanya sekadar instruksi top-down. Feedback yang diberikan secara langsung dan berkala oleh pimpinan, serta terbukanya ruang untuk memberikan masukan ke manajemen, membuat tim merasa dihargai dan termotivasi untuk bekerja lebih optimal. "*Kami rutin menerima feedback mingguan dari team leader, dan boleh juga kasih masukan balik ke atasan. Itu bikin kami ngerasa dilibatkan,*" (Responden C, Startup EduTech).

Penelitian oleh Men (2014) menunjukkan bahwa **transparansi dalam komunikasi organisasi** berhubungan langsung dengan **engagement karyawan**. Dalam studi tersebut, karyawan yang merasa memiliki akses informasi yang cukup dan dipercaya oleh atasan, menunjukkan tingkat kepuasan dan produktivitas kerja yang lebih tinggi.

Demikian pula, menurut London & Smith (2002), **feedback yang disampaikan secara terbuka dan konstruktif** dapat memperbaiki kinerja individu dan tim. Mereka menekankan bahwa feedback yang bersifat dua arah — di mana bawahan juga bisa menyampaikan evaluasi atau tanggapan — menciptakan iklim kerja yang sehat dan mendorong pertumbuhan organisasi.

Dalam konteks startup, pola ini terlihat dalam sistem kerja yang mengadopsi *stand-up meeting harian, retrospektif mingguan*, atau *survey internal reguler* sebagai mekanisme feedback. Ketika komunikasi bersifat dua arah dan disampaikan secara jujur namun tetap profesional, kepercayaan antaranggota tim meningkat, dan konflik dapat diminimalisasi sejak dini

Selain itu, budaya feedback juga memperkuat *pembelajaran berkelanjutan* dalam tim. Ketika kritik diterima sebagai bentuk perbaikan dan bukan serangan pribadi, tim lebih terbuka dalam mengevaluasi diri, menerima perubahan, dan mengembangkan ide baru "*Feedback bukan cuma dari atasan, tapi juga dari rekan kerja. Kadang dari junior juga. Tapi semuanya saling membangun,*" (Responden D, Startup Teknologi Finansial).

Dengan demikian, transparansi dan komunikasi dua arah tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, melainkan sebagai pondasi **kepercayaan tim, inovasi, dan kolaborasi yang sehat**. Hal ini sangat relevan bagi generasi milenial yang lebih mengutamakan partisipasi aktif daripada kepatuhan pasif dalam menjalankan pekerjaan mereka

Konflik Komunikasi Muncul Bila Budaya Tidak Sejalan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konflik dalam komunikasi bisnis cenderung muncul ketika budaya organisasi tidak sejalan dengan karakteristik karyawan milenial. Beberapa perusahaan startup yang masih mempertahankan gaya komunikasi konvensional—seperti komunikasi satu arah, formalitas tinggi, dan dominasi hirarki—mengalami hambatan komunikasi yang signifikan. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya miskomunikasi, keterlambatan pengambilan keputusan, hingga frustrasi karyawan.

Budaya organisasi yang terlalu kaku menciptakan kesenjangan antara harapan karyawan dan kebijakan komunikasi yang diberlakukan. Generasi milenial, yang cenderung menyukai komunikasi terbuka, responsif, dan langsung, merasa terkekang jika harus selalu melewati prosedur panjang hanya untuk menyampaikan ide atau umpan balik.

Menurut Robbins dan Judge (2019), konflik komunikasi seringkali timbul akibat ketidaksesuaian antara struktur organisasi dan kebutuhan komunikasi individu. Jika struktur terlalu birokratis, proses komunikasi menjadi lambat, dan hal ini dapat menimbulkan ketegangan serta menurunkan semangat kerja, terutama pada generasi muda yang menyukai kecepatan dan spontanitas.

Sebagai contoh, dalam salah satu startup logistik yang diteliti, responden menyampaikan bahwa ide-ide inovatif dari karyawan seringkali tertahan karena harus melalui beberapa lapisan manajemen sebelum mendapat perhatian. Akibatnya, ide-ide tersebut menjadi basi atau terlambat diterapkan. Karyawan merasa tidak dihargai, dan muncul sikap apatis terhadap diskusi tim

Selain itu, penelitian oleh Hofstede et al. (2010) menjelaskan bahwa budaya organisasi yang berorientasi pada *power distance tinggi* (jarak kekuasaan besar) cenderung menghambat komunikasi dua arah. Dalam budaya seperti ini, bawahan enggan mengkritik atau memberi masukan karena takut dianggap tidak sopan atau melanggar hierarki. Hal ini bertentangan dengan nilai-nilai generasi milenial yang menjunjung *kesetaraan dalam komunikasi* dan keterbukaan ide.

Dampak dari ketidaksesuaian budaya ini tidak hanya pada aspek emosional individu,
ILTIZAMAT: 1 (1), Desember 2024

tetapi juga pada efisiensi kerja tim secara keseluruhan. Ketika karyawan merasa tidak dilibatkan dalam komunikasi strategis, mereka kehilangan motivasi dan semangat kolaborasi. Lama-kelamaan, ini bisa berujung pada konflik antar individu maupun antar divisi karena miskomunikasi yang tidak tertangani.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola komunikasi bisnis, terutama dalam lingkungan kerja yang didominasi oleh generasi milenial. Budaya organisasi yang terbuka, kolaboratif, dan fleksibel sangat mendukung komunikasi yang cepat, informal, dan produktif—sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang menghargai transparansi, partisipasi, dan penggunaan teknologi digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dua arah, pemberian feedback yang konstruktif, serta penggunaan media digital secara efisien memperkuat efektivitas tim dan keterlibatan karyawan. Namun, ketika budaya organisasi tidak sejalan dengan ekspektasi milenial—misalnya masih bersifat birokratis, hierarkis, dan tertutup—maka akan muncul hambatan komunikasi yang berujung pada konflik, menurunnya motivasi kerja, serta terhambatnya inovasi.

Oleh karena itu, organisasi perlu menyesuaikan nilai-nilai budayanya agar mendukung pola komunikasi yang lebih terbuka dan adaptif, terutama di era digital dan dalam konteks keberagaman generasi. Budaya organisasi yang selaras dengan nilai-nilai milenial akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis, komunikatif, dan kolaboratif.

Referensi

- Blank, S. (2013). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch Press.
- 5.Dery, K., Sebastian, I. M., & van der Meulen, N. (2017). The digital workplace is key to digital innovation. *MIS Quarterly Executive*, 16(2), 135–152
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill
- London, M., & Smith, J. W. (2002). Feedback orientation, feedback culture, and the job satisfaction of employees. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 135–152
- Men, L. R. (2014). Strategic internal communication: Transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction. *Management Communication Quarterly*, 28(2), 264–284
- Ng, E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New Generation, Great Expectations: A Field Study of the Millennial Generation. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 281–292. <https://doi.org/10.1007/s10869-010-9159-4>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson Education

ngitudinal performance management process. *Human Resource Management Review*,⁶³ 12(1), 81–100

Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.

Guffey, M. E., & Loewy, D. (2011). *Business Communication: Process and Product*. Cengage Learning.

E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New generation, great expectations: A field study of the millennial generation. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 281–292

Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass

Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*.

McGraw-Hill