

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat memiliki informasi dan pengetahuan. Jaringan komunikasi memungkinkan aliran pesan antar komunikator melintas ruang dan waktu. Para pebisnis menggunakan aset kreatif dan intelektual untuk menghasilkan nilai melalui jaringan komunikasi (Nonaka & Takeuchi, 1995). Praktisi melihat komunikasi internal sebagai bidang yang penting dan menantang (Robertson, 2004; FitzPatrick, 2004) yang memengaruhi kemampuan organisasi untuk melibatkan karyawan (Kress, 2005). Quirke (2000) melihat komunikasi internal sebagai proses inti bagi organisasi dengan menyatakan bahwa di era informasi, aset organisasi mencakup pengetahuan dan keterkaitan orang-orang. Bisnis organisasi adalah mengambil input informasi, menggunakan aset kreatif dan intelektual karyawan untuk diproses agar menghasilkan nilai. Komunikasi internal adalah proses inti dimana bisnis dapat menciptakan nilai.

Komunikasi internal yang buruk adalah masalah utama bagi organisasi karena mengakibatkan inefisiensi di tempat kerja (Profil, 2006). Komunikasi internal yang baik sangat penting dalam jaringan komunikasi. Organisasi harus mengadopsi strategi agar komunikasi internal dapat mengalir cepat. Organisasi harus menjadikan komunikasi internal sebagai sumber daya utama bagi pengetahuan (Jablin & Putnam, 2001; Monge & Contractor, 2003). Komunikasi internal memeriksa bagaimana orang berkomunikasi dalam organisasi dan sifat sistem komunikasi yang efektif dalam organisasi (Grunig *et al.*, 2002).

Literatur menunjukkan komunikasi internal berpengaruh positif pada organisasi, yaitu mendorong anggota untuk memperoleh nilai-nilai organisasi; membuat anggota merasa mendapat dukungan organisasi; merangsang organisasi untuk mampu menerima inisiatif anggota; organisasi menjadi lebih kompetitif; lebih memungkinkan pengenalan, penyebaran, penerimaan, dan internalisasi nilai-nilai baru (perubahan) dan pedoman manajemen yang menyertai pengembangan organisasi (Welch & Jackson, 2007); meningkatkan partisipasi yang mendorong inisiatif (kreativitas), dan; menjadi faktor pemersatu, motivasi dan pengembangan pribadi (Conduit & Mavondo, 2001; Grunig *et al.*, 2002; Jablin & Putnam, 2001).

Komunikasi internal merujuk pada term-term relasi internal, komunikasi karyawan, relasi karyawan, relasi publik internal dan komunikasi staf (Welch & Jackson, 2007). Term komunikasi internal lebih inklusif dan simetris daripada term lainnya. Komunikasi internal dapat didefinisikan dalam berbagai perspektif karena menjadi minat multidisiplin (Holtzhausen, 2002). Perspektif transaksional menyatakan komunikasi internal sebagai transaksi komunikasi antara individu dan/atau kelompok pada berbagai tingkat dan dalam berbagai bidang spesialisasi yang dimaksudkan untuk merancang dan merancang ulang organisasi, untuk menerapkan rancangan dan koordinasi kegiatan sehari-hari (Frank & Brownell 1989). Menurut perspektif manajemen strategis, komunikasi internal adalah manajemen strategis interaksi dan hubungan antar pemangku kepentingan di semua tingkatan dalam organisasi (Welch & Jackson, 2007).

Para ahli dan praktisi sepakat, komunikasi simetris dua arah penting bagi keberhasilan komunikasi internal, mempertinggi kepuasan kerja anggota organisasi pada pekerjaan masing-masing dan kepuasan pada organisasi secara keseluruhan (Grunig *et al.*, 2002). Komunikasi simetris dua arah mendorong komunikasi manajemen lini internal, komunikasi rekan tim internal, dan komunikasi rekan

projek internal (Welch & Jackson, 2007). Komunikasi simetris dua arah adalah model relasi publik yang berupaya menyeimbangkan kepentingan organisasi dan publik, didasarkan pada penelitian, dan menggunakan komunikasi untuk mengelola konflik dengan publik strategis (Grunig *et al.*, 2002).

Komunikasi simetris terjadi melalui dialog, negosiasi, mendengarkan, dan manajemen konflik ketimbang melalui persuasi, manipulasi dan perintah. Sebaliknya, komunikasi asimetris dalam organisasi umumnya dari atas ke bawah. Komunikasi asimetris dirancang untuk mengendalikan perilaku karyawan dengan cara yang diinginkan manajemen (Grunig *et al.*, 2002). Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi melalui pro-aktif teknologi, pembelajaran organisasi, dan inovasi organisasi.

Strategi komunikasi internal yang konsisten dan terbuka harus mengikuti pendekatan pro-aktif (secara teknologi) untuk mengembangkan karyawan yang lebih langsung, berkomitmen dan sangat efisien (Bacal, 2008). Pengembangan komunikasi internal mendorong penggunaan pro-aktif teknologi baru untuk memungkinkan evaluasi, asimilasi, dan penerapan pengetahuan baru untuk meningkatkan posisi kompetitif (García-Morales, 2004). Pro-aktif teknologi membuat komunikasi lebih cepat dan lebih efektif dibanding pesaing yang menumbuhkan teknologi reaktif (Black, 2008) dan membantu menyelesaikan konflik (Hogg *et al.*, 2008). Pro-aktif teknologi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memulai perubahan dalam kebijakan teknologi strategis ketimbang bereaksi terhadap peristiwa. Pro-aktif teknologi melibatkan mengambil inisiatif teknologi sebagai upaya membentuk lingkungan teknologi untuk keuntungan sendiri. Pro-aktif teknologi didefinisikan sebagai menanam teknologi dalam rutinitas dan proses perusahaan. Penanaman teknologi dirancang untuk mempertahankan posisi kepemimpinan teknologi dengan memantau teknologi

eksternal, termasuk strategi kompetitor dalam persaingan (Aragón-Correa, 1998). Perusahaan yang pro-aktif teknologi mengembangkan proses teknologi yang berorientasi pada integrasi informasi dan peluang, mengadopsi pendekatan prospektor. Pro-aktif teknologi sangat penting dalam lingkungan yang ditandai dengan ketidakpastian dan perubahan teknologi yang kuat (García-Morales *et al.*, 2007).

Komunikasi internal dan pro-aktif teknologi terkait dengan perspektif lingkungan (Weick, 2001). Komunikasi internal dapat dilihat sebagai kegiatan yang masuk akal yang menggunakan genre bahasa teknologi baru untuk menangkap dan membangun identitas organisasi dan untuk menghasilkan respons organisasi (Yeomans, 2008). Pro-aktif teknologi berarti bahwa para perancang strategi organisasi dipengaruhi oleh komunikasi internal dalam mencipta organisasi dan secara substansial berkontribusi terhadap keberlakuan teknologi dalam lingkungan organisasi (García-Morales, 2004).

Komunikasi internal mempengaruhi cara organisasi dapat belajar. Strategi komunikasi internal membantu para pemimpin terhubung dengan karyawan untuk tujuan pembelajaran dan pada akhirnya membantu organisasi untuk melaksanakan pekerjaan dengan lebih baik (Zurawski, 2004). Pembelajaran organisasi adalah kapasitas dinamis kunci dan harus dipupuk melalui belajar organisasi (AragónCorrea *et al.*, 2007; Senge, 1990). Pembelajaran organisasi adalah proses dimana pengetahuan individu ditingkatkan secara terorganisir dan diubah menjadi bagian dari sistem pengetahuan organisasi. Proses pembelajaran organisasi terjadi dalam komunitas interaksi dimana pengetahuan tercipta dan berkembang secara dinamis, baik yang tidak terucap (*tacit*) maupun terucap (*explicit*) (Cho & McLeod, 2007).

Pembelajaran organisasi biasa dianalisis sebagai konstruksi sosial, proses politik, atau artifak budaya. Perspektif konstruksi sosial menyatakan,

pembelajaran organisasi memungkinkan anggota baru untuk belajar bekerja secara efektif melalui pertukaran informal dan komunikasi internal dengan anggota yang lain (Barker & Camarata, 1998). Komunitas praktik belajar melalui komunikasi internal, berbagi informasi dan saling berceritera dalam mengejar upaya bersama (Yeomans, 2008). Komunikasi internal adalah kegiatan masuk akal yang menggunakan genre bahasa untuk menangkap dan membangun identitas organisasi, untuk menghasilkan respons organisasi dan untuk pembelajaran organisasi (Senge *et al.*, 1994; Weick, 2001; Yeomans, 2008). Perspektif politik menyatakan, pembelajaran organisasi membutuhkan komunikasi internal dan dialog terbuka. Komunikasi internal yang baik memungkinkan analisis politik sebagai bagian integral dari kehidupan organisasi, menggabungkan pembelajaran organisasi dalam proses politik (Senge, 1990; Yeomans, 2008). Perspektif budaya menyatakan, pembelajaran organisasi dapat dianggap sebagai manifestasi budaya organisasi. Belajar sebagai artifak budaya memungkinkan pemahaman tentang apa yang terjadi di pikiran orang, di antara orang-orang, dan dalam tindakan, praktik, dan interpretasi praktik orang-orang (Jablin & Putnam, 2001). Menurut perspektif budaya, komunikasi internal strategis dan memungkinkan karyawan baru untuk mempelajari pola perilaku organisasi yang diterima. Komunikasi internal yang efektif dengan demikian memelihara perspektif sosial, politik, dan budaya dari pembelajaran organisasi dan mendorong pembelajaran di antara karyawan (Yeomans, 2008; Zurawski, 2004). Komunikasi internal adalah prasyarat yang diperlukan untuk mengembangkan pembelajaran organisasi (Barker & Camarata, 1998).

Komunikasi internal mempengaruhi inovasi organisasi sebagai konstruksi interaksi sosial. Inovasi organisasi secara luas didefinisikan sebagai adopsi ide atau perilaku yang berkaitan dengan produk, layanan, perangkat, sistem, kebijakan, atau program yang baru bagi organisasi pengadopsi (Damanpour &

Gopalakrishnan, 2001). Arti penting komunikasi dan interaksi internal dalam proses inovasi organisasi memunculkan perspektif tindakan pengorganisasian paling baik dipahami sebagai konstruksi sosial dinamis. Konstruksi yang didasarkan pada makna yang diperoleh orang-orang dari interaksi dan dialog terkait kerja (Bouwen & Fry, 1991). Cara karakteristik inovasi organisasi ditularkan melalui komunikasi internal dan aspek-aspek struktural komunikasi internal menentukan implementasi utama inovasi organisasi (Fidler & Johnson, 1984). Proses komunikasi internal adalah faktor penting yang merangsang atau menghambat inovasi organisasi (Johnson, 2005).

Komunikasi internal strategis untuk inovasi organisasi karena dapat memfasilitasi atau menghambat penyebaran, keragaman, dan fertilisasi silang ide dalam suatu organisasi (Damanpour, 1991). Teori-teori penciptaan pengetahuan organisasi dan pembelajaran organisasi menyarankan arti penting komunikasi internal untuk inovasi organisasi. Inovasi organisasi adalah interaksi dan komunikasi di antara individu-individu yang mengarah pada perluasan pengetahuan baru (Nonaka & Takeuchi, 1995; Senge, 1990). Proses inovasi organisasi pada dasarnya adalah kegiatan pemrosesan komunikasi internal dan eksternal (Johnson, 2005). Komunikasi internal memungkinkan pencapaian informasi yang relevan bagi penerima informasi dan akan merangsang inovasi organisasi. Komunikasi internal dapat membantu mengurangi ketidakpastian yang dirasakan selama siklus hidup inovasi organisasi (efek kognitif), untuk meningkatkan iklim organisasi di sekitar inovasi organisasi (efek afektif), dan untuk mencapai kerja sama lintas fungsi dan keterlibatan aktif anggota tim inovasi (efek perilaku) (Lievens *et al.*, 1999).

Ketiga variabel strategis yang dipengaruhi oleh komunikasi internal, yaitu pro-aktif teknologi, pembelajaran organisasi, dan inovasi organisasi, saling terkait satu sama lain. Pro-aktif teknologi mempengaruhi pembelajaran organisasi

(Argyris & Schön, 1996; García-Morales, 2004; García-Morales *et al.*, 2007). Perspektif perubahan menyatakan, pembelajaran organisasi memungkinkan diferensiasi antara pendekatan yang reaktif dan pro-aktif secara teknologi. Reaktivitas teknologi mendorong pembelajaran organisasi sebagai proses adaptasi teknologi terhadap lingkungan. Organisasi belajar dalam interaksi dengan teknologi. Organisasi dalam proses penyesuaian dengan teknologi, belajar (dalam pembelajaran satu putaran) dengan merespons model stimulus-respons. Sebaliknya, pro-aktif teknologi memungkinkan organisasi tidak hanya untuk beradaptasi dengan teknologi baru (peningkatan bertahap), tetapi juga untuk mempromosikan perubahan teknologi organisasi itu sendiri (pembaruan dan pengembangan berkelanjutan). Pro-aktif teknologi memupuk kapasitas organisasi untuk belajar terus menerus dan melakukan transformasi (García-Morales *et al.*, 2007; Senge, 1990).

Pro-aktif teknologi juga mempengaruhi inovasi organisasi (García-Morales, 2004; García-Morales *et al.*, 2007). Pro-aktif terhadap teknologi generasi baru mendorong proses penerimaan teknologi baru dan menghasilkan tugas baru di bidang pengembangan, produksi, dan komersialisasi. Tugas-tugas baru yang diarahkan untuk mencapai sukses komersial (García & Calantone, 2002). Teori organisasi mengakui arti penting teknologi dalam inovasi organisasi yang mencakup lebih dari perubahan teknologi (Daft, 1989). Inovasi organisasi terkait erat dengan fokus pro-aktif pada teknologi (García-Morales *et al.*, 2007). Proses inovasi dapat terjadi dalam penerapan teknologi baru. Literatur menunjukkan adopsi pro-aktif teknologi dan kinerja organisasi dimediasi oleh inovasi organisasi (García & Calantone, 2002).

Beberapa teori telah diusulkan untuk menjelaskan peran kunci pembelajaran organisasi sebagai anteseden inovasi organisasi (Baker & Sinkula,

2007; Cohen & Levinthal, 1990; García-Morales *et al.*, 2007). Teori sumber daya dan kapasitas mengusulkan bahwa gaya kepemimpinan dan pembelajaran organisasi secara positif mempengaruhi inovasi organisasi (Aragón-Correa *et al.*, 2007). Inovasi adalah hasil dari pembelajaran individu dan organisasi dan sebagai satu-satunya sumber keunggulan kompetitif yang bertahan lama dalam industri yang padat pengetahuan (Stata, 1989). Inovasi organisasi terjadi ketika karyawan berbagi pengetahuan dan ketika pengetahuan bersama menghasilkan wawasan baru dan umum (pembelajaran organisasi) yang meningkatkan inovasi organisasi (Nonaka & Takeuchi, 1995). Melalui pembelajaran organisasi, baik dari keberhasilan maupun kegagalan, perusahaan dapat menghasilkan kemampuan inovasi organisasi yang lebih besar dibanding para pesaing (Calantone *et al.*, 2002). Meskipun banyak penelitian telah melaporkan pembelajaran organisasi sebagai anteseden inovasi organisasi, para peneliti tidak memberikan bukti empiris yang cukup untuk menghubungkan proses pembelajaran organisasi yang menghasilkan inovasi organisasi (Darroch & McNaughton, 2002).

Berbagai teori inovasi organisasi, misalnya, dari perspektif manajemen strategis (Aragón-Correa *et al.*, 2007; Hyvonen & Tuominen, 2006) atau dari perspektif sumber daya dan kapasitas (Lengnick-Hall, 1992; Porter, 1990; RuizMoreno *et al.*, 2008), menunjukkan inovasi organisasi mempengaruhi kinerja organisasi. Teori manajemen strategis dan teori sumber daya dan kapasitas mengakui inovasi organisasi penting bagi kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001; Hurley & Hult, 1998). Inovasi organisasi disarankan sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja organisasi, tetapi banyak perusahaan tidak dapat mengembangkan kemampuan inovasi dengan baik. Para peneliti telah mendesak perhatian pada apa yang memungkinkan bagi perusahaan untuk mengembangkan inovasi organisasi (García-Morales *et al.*, 2007).

Literatur manajemen menekankan peran kunci inovasi dan pembelajaran organisasi. Pembelajaran organisasi yang menghasilkan pengetahuan organisasi merupakan anteseden inovasi. Pembelajaran diasumsikan memainkan peran kunci yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai kecepatan dan fleksibilitas dalam proses inovasi. Pembelajaran, inovasi, dan kinerja organisasi saling berhubungan. Namun, penelitian yang mempelajari hubungan timbal balik antara ketiga konsep secara bersamaan masih langka. Studi sebelumnya biasanya berfokus pada inovasi perusahaan, yaitu, sejauh mana budaya organisasi mempromosikan dan mendukung inovasi atau menganalisis hanya satu jenis inovasi, terutama inovasi produk. Sangat sedikit penelitian menganalisis proses pembelajaran organisasi. Karena nilai-nilai budaya lebih sulit untuk berubah daripada tindakan tertentu, fokus pada proses mungkin lebih bermanfaat bagi praktisi (Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle 2011).

Literatur juga memperlihatkan efek negatif inovasi organisasi pada kinerja organisasi. Brown & Eisenhard (1995) menyatakan organisasi harus mampu mengatasi peningkatan kompleksitas dan perubahan berkecepatan tinggi untuk bertahan hidup di lingkungan operasionalnya. Perusahaan dengan kapasitas untuk berinovasi akan dapat merespons tantangan lebih cepat dan mengeksplorasi produk baru dan peluang pasar lebih baik daripada perusahaan non-inovatif. Sebagian besar studi empiris menunjukkan hubungan positif antara inovasi dan kinerja. Namun, Simpson *et al.* (2006) menunjukkan inovasi adalah kegiatan yang mahal dan berisiko. Selain memberikan kontribusi positif pada kinerja perusahaan, inovasi juga memberikan kontribusi negatif, seperti peningkatan eksposur terhadap risiko pasar, peningkatan biaya, ketidakpuasan karyawan, atau perubahan yang tidak beralasan.

Beberapa penelitian juga sampai pada kesimpulan yang bertentangan. Misalnya, Wright *et al.* (2005) menemukan bahwa inovasi produk tidak

mempengaruhi kinerja di lingkungan yang ramah, tetapi memiliki efek positif pada kinerja di lingkungan yang bermusuhan. Mansury dan Love (2008) juga menemukan keberadaan dan tingkat inovasi layanan memiliki efek positif pada pertumbuhan suatu perusahaan, tetapi tidak berpengaruh pada produktivitas. Damanpour *et al.* (2009) juga menemukan bahwa mengadopsi jenis inovasi tertentu setiap tahun (layanan, proses teknologi, dan administrasi) dalam organisasi layanan publik ternyata merugikan, konsistensi dalam mengadopsi pola yang sama dari jenis inovasi selama bertahun-tahun tidak berpengaruh pada kinerja, dan perbedaan dari norma industri dalam mengadopsi jenis inovasi secara positif mempengaruhi kinerja. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara inovasi dan kinerja adalah kompleks dan memerlukan lebih banyak penelitian.

Studi ini mencoba untuk mengisi kelemahan literatur penelitian terdahulu dan menganalisis hubungan antara komunikasi internal, pro-aktif teknologi, pembelajaran organisasi, inovasi dan kinerja dalam satu model tunggal. Studi ini berfokus pada proses pembelajaran organisasi dan menggunakan ukuran inovasi yang lengkap. Studi ini juga menganalisis kemungkinan mediasi inovasi pada pengaruh komunikasi internal, pro-aktif teknologi dan pembelajaran organisasi terhadap kinerja organisasi.

Variabel-variabel komunikasi internal, pro-aktif teknologi, inovasi organisasi, pembelajaran organisasi dan kinerja organisasi memiliki relevansi untuk dikaji dalam latar organisasi Rumah Kerjasama Dagang (*Cooperative Trading House/CTH*) dengan beberapa pertimbangan.

Pertama, CTH adalah sebuah program yang digagas oleh Dinas Koperasi untuk mempertinggi kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). CTH lahir dari kaji ulang dan akumulasi kelemahan-kelemahan program-program pemberdayaan UMKM yang ada sebelumnya. Misal, pelatihan, pameran, pelatihan dan pendampingan. Pemerintah melalui Dinas Koperasi kemudian

melembagakan CTH. Sebagai organisasi yang beranggotakan pemilik UMKM, CTH yang dilembagakan pada tahun 2014 tergolong sebagai organisasi yang masih muda dan berorientasi nirlaba, CTH menghadapi problem kinerja.

Kedua, CTH membutuhkan pengembangan variabel-variabel strategik yang mendukung kinerja organisasi secara terintegrasi. CTH yang mengalami problem kinerja organisasi, dapat diprediksi sebagai organisasi yang mengalami problem inovasi organisasi. Sebagai organisasi baru berumur satu dekade, CTH masih membutuhkan inovasi organisasi untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Ketiga, CTH adalah sebetulnya organisasi yang memiliki beberapa keunikan, yaitu: 1) CTH pada awalnya adalah sebuah program pemberdayaan yang diperuntukkan bagi pemberdayaan UMKM; 2) Pemerintah kemudian melembagakan CTH sebagai organisasi formal; 3) CTH dengan demikian merupakan organisasi pemerintah yang berorientasi nirlaba; 4) CTH sebagai *Non Governance Organization* (NGO's) beranggotakan pihak swasta, yaitu para pemilik UMKM, dan; 5) pengurus CTH adalah para pegawai Dinas Koperasi yang berkolaborasi dengan para perwakilan pemilik UMKM. Sebagai organisasi yang unik (khas), CTH menghadapi tantangan pembelajaran organisasi untuk mendorong inovasi organisasi yang dapat meningkatkan kinerja organisasi.

Keempat, sebagai organisasi yang unik, CTH juga menghadapi tantangan pro-aktif teknologi. CTH berusaha agar UMKM dapat menjangkau ekspor dengan mencari pembeli dari luar negeri. CTH juga berusaha menjangkau pasar lokal, pasar ritel (supermarket) dengan UMKM sebagai pemasok. Pro-aktif teknologi dengan demikian akan menjadi keniscayaan bagi CTH untuk mendorong pembelajaran organisasi yang dapat mempertinggi kemungkinan terjadinya inovasi organisasi.

Berdasar pada latar belakang di atas, penelitian ini akan mengkaji komunikasi internal, pro-aktif teknologi, inovasi organisasi, pembelajaran organisasi, dan kinerja organisasi dalam latar organisasi CTH

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, dalam latar organisasi Cooperative Trading House (CTH), permasalahan yang akan dijawab dalam kajian penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh komunikasi internal pada proaktif teknologi?
2. Bagaimana pengaruh komunikasi internal pada pembelajaran organisasi?
3. Bagaimana pengaruh komunikasi internal pada inovasi organisasi?
4. Bagaimana pengaruh proaktif teknologi pada inovasi organisasi?
5. Bagaimana pengaruh pembelajaran organisasi pada inovasi organisasi?
6. Bagaimana pengaruh proaktif teknologi pada pembelajaran organisasi?
7. Bagaimana pengaruh proaktif teknologi pada kinerja organisasi?
8. Bagaimana pengaruh pembelajaran organisasi pada kinerja organisasi?
9. Bagaimana pengaruh inovasi organisasi pada kinerja organisasi?
10. Bagaimana pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi?
11. Bagaimana proaktif teknologi memediasi pengaruh komunikasi internal pada inovasi organisasi?
12. Bagaimana pembelajaran organisasi memediasi pengaruh komunikasi internal pada inovasi organisasi?
13. Bagaimana proaktif teknologi memediasi pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi?
14. Bagaimana pembelajaran organisasi memediasi pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi?
15. Bagaimana pembelajaran organisasi memediasi pengaruh proaktif teknologi pada kinerja organisasi?

16. Bagaimana inovasi organisasi memediasi pengaruh proaktif teknologi pada kinerja organisasi?
17. Bagaimana inovasi organisasi memediasi pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi?
18. Bagaimana inovasi organisasi memediasi pengaruh pembelajaran organisasi pada kinerja organisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan permasalahan dalam latar organisasi CTH, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh komunikasi internal pada proaktif teknologi.
2. Menganalisis pengaruh komunikasi internal pada pembelajaran organisasi.
3. Menganalisis pengaruh komunikasi internal pada inovasi organisasi.
4. Menganalisis pengaruh proaktif teknologi pada inovasi organisasi.
5. Menganalisis pengaruh pembelajaran organisasi pada inovasi organisasi.
6. Menganalisis pengaruh proaktif teknologi pada pembelajaran organisasi.
7. Menganalisis pengaruh proaktif teknologi pada kinerja organisasi.
8. Menganalisis pengaruh pembelajaran organisasi pada kinerja organisasi.
9. Menganalisis pengaruh inovasi organisasi pada kinerja organisasi.
10. Menganalisis pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi.
11. Menganalisis mediasi proaktif teknologi terhadap pengaruh komunikasi internal pada inovasi organisasi.
12. Menganalisis mediasi pembelajaran organisasi terhadap pengaruh komunikasi internal pada inovasi organisasi.
13. Menganalisis mediasi proaktif teknologi terhadap pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi.

14. Menganalisis mediasi pembelajaran organisasi terhadap pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi.
15. Menganalisis mediasi pembelajaran organisasi terhadap pengaruh proaktif teknologi pada kinerja organisasi.
16. Menganalisis mediasi inovasi organisasi terhadap pengaruh proaktif teknologi pada kinerja organisasi.
17. Menganalisis mediasi inovasi organisasi terhadap pengaruh komunikasi internal pada kinerja organisasi.
18. Menganalisis mediasi inovasi organisasi terhadap pengaruh pembelajaran organisasi pada kinerja organisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini akan menginisiasi pengembangan ilmu dan kontribusi relasi manusia pada studi perilaku individu dalam organisasi. Komunikasi internal sebagai bagian dari kajian relasi manusia akan memberikan kontribusi untuk mempertinggi pemahaman kinerja organisasi dalam latar implementasi kebijakan organisasi yang khas seperti CTH. Peran pro-aktif teknologi, inovasi organisasi dan pembelajaran organisasi sebagai prediktor kinerja CTH dapat didorong melalui komunikasi internal.

Hasil penelitian akan bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian lanjutan dalam pengembangan model komunikasi internal, pro-aktif teknologi, inovasi organisasi, pembelajaran organisasi dan kinerja organisasi dalam latar organisasi yang khas seperti CTH.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini akan memberikan informasi dan rekomendasi kepada manajemen organisasi CTH dalam praktik perilaku individu dalam organisasi yang relevan untuk meningkatkan kinerja dalam implementasi kebijakan CTH.

