



Pengelolaan Iklim Komunikasi Organisasi dalam Memperbaiki Motivasi Kerja

(Studi Kasus pada Store Charles and Keith Summarecon Mall Serpong)

Lola Amelia Putri Eduard^{1*}, Agung Putra Mulyana²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bahasa, Universitas Bina Sarana

Informatika, Jakarta, Indonesia

Email: ameliaeduard3@gmail.com^{1*}

Alamat: BSD Sektor XIV Blok C1/1, Jl. Letnan Sutopo BSD Serpong Lengkong Gudang Timur, Rw. Mekar Jaya, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten, Indonesia 15312

^{*}Penulis korespondensi

Abstract. *Organizational Communication Climate Mangement in Improving Charles & Keith Employee Work Motivation (Case Study at Charles & Keith Store Summarecon Mall Serpong). Organizational communication climate is a key element in creating a productive work environment, especially in the dynamic retail industry. This study aims to describe the organizational communication climate formed at the Charles and Keith Store Summarecon Mall Serpong and to determine the level of employee work motivation at the Charles and Keith Store Summarecon Mall Serpong. This study was conducted at the Charles & Keith Store located in Summarecon Mall Serpong, Tangerang for 3 months, starting from April to June 2025 using a qualitative approach with a case study method, involving in-depth interview observations, and documentation of data collection techniques. The results of the study indicate that a warm, supportive, and transparent communication climate plays a vital role in creating a healthy and inspiring work atmosphere. Employees feel valued because they are given space to express their opinions, are involved in decision-making, and receive honest and constructive feedback. In addition, trust and honesty are important foundations in building harmonious and work-oriented working relationships. These findings emphasize that good communication climate management has a direct impact on employee morale, loyalty, and productivity in the modern retail sector.*

Keywords: *Charles & Keith; Internal Communication; Organizational Communication Climate; Retail Industry; Work Motivation*

Abstrak. Pengelolaan Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Memperbaiki Motivasi Kerja Karyawan Charles & Keith (Studi Kasus Pada Store Charles & Keith Summarecon Mall Serpong). Iklim komunikasi organisasi menjadi elemen kunci dalam membentuk lingkungan kerja yang produktif, terutama di industri retail yang penuh dinamika. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan iklim komunikasi organisasi yang terbentuk di Store Charles and Keith Summarecon Mall Serpong dan untuk mengetahui tingkat motivasi kerja karyawan di Store Charles and Keith Summarecon Mall Serpong. Penelitian ini dilaksanakan di Store Charles & Keith yang terletak di Summarecon Mall Serpong, Tangerang selama 3 bulan, dimulai dari bulan April hingga Juni 2025 menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melibatkan obserbasi wawancara mendalam, dan dokumentasi teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi yang hangat, suportif, dan transparan memainkan peran vital dalam membentuk suasana kerja yang sehat dan membangkitkan semangat. Karyawan merasa dihargai karena diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, dilibatkan dalam pengambilan keputusan, serta mendapatkan umpan balik yang jujur dan konstruktif. Selain itu, kepercayaan dan kejujuran menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan kerja yang harmonis dan berorientasi pada kerja. Temuan ini mempertegas bahwa pengelolaan iklim komunikasi yang baik berdampak langsung pada semangat kerja, loyalitas, dan produktivitas karyawan di sektor retail modern.

Kata kunci: Charles & Keith; Iklim Komunikasi Organisasi; Industri Retail; Komunikasi Internal; Motivasi Kerja

1. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam kehidupan organisasi karena berfungsi sebagai sarana koordinasi, pengambilan keputusan, dan pembentukan hubungan kerja yang produktif (Hilal *et al.*, 2023; Firmansyah *et al.*, 2024). Salah satu aspek penting

Naskah Masuk: 07 Agustus, 2025; Revisi: 25 Agustus, 2025; Diterima: 19 September, 2025;

Tersedia: 22 September, 2025

komunikasi adalah iklim komunikasi organisasi, yakni persepsi kolektif karyawan terhadap pola interaksi, keterbukaan informasi, serta dukungan manajerial yang berlangsung dalam lingkup kerja (Woru *et al.*, 2021; Tulail & Yulianti, 2023). Iklim komunikasi yang positif diyakini mampu mendorong kejelasan pesan, kepercayaan, dan motivasi kerja, sedangkan iklim komunikasi yang buruk dapat memicu konflik serta menurunkan kinerja (Humaidi, 2021).

Motivasi kerja sendiri merupakan faktor kunci dalam pencapaian tujuan organisasi. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa karyawan dengan motivasi tinggi cenderung menunjukkan loyalitas dan kinerja optimal (Latif & Harahap, 2022). Faktor eksternal seperti iklim komunikasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi, khususnya melalui keterlibatan, penghargaan, dan kejelasan informasi yang diterima karyawan (Handra & Setyanto, 2021; Rahmawati & Khoerunnisa, 2023).

Dalam konteks industri retail, dinamika kerja yang cepat, target penjualan yang ketat, serta kompleksitas hubungan kerja menuntut komunikasi internal yang efektif guna menjaga motivasi karyawan (Tamaya *et al.*, 2023; Mulyati *et al.*, 2025). Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen ke arah belanja online, penurunan daya beli, dan persaingan harga memperbesar tekanan pada sektor retail (Sipahutar *et al.*, 2024). Kondisi eksternal ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi internal yang mampu mempertahankan motivasi kerja dan menekan tingkat turnover karyawan (Nugrahaningsih, 2022; Sutton & Le Roux, 2024).

Store Charles & Keith di Summarecon Mall Serpong dipilih sebagai objek penelitian karena merepresentasikan dinamika retail fashion modern dengan ritme kerja tinggi dan tuntutan pelayanan konsumen yang intensif. Observasi awal menunjukkan adanya masalah pada komunikasi vertikal dan keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan, yang berpotensi menurunkan motivasi kerja. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengkaji hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja.

2. KAJIAN TEORITIS

Iklim Komunikasi Organisasi

Iklim komunikasi organisasi didefinisikan sebagai persepsi bersama anggota terhadap pola interaksi, keterbukaan, dan kepercayaan yang terbangun dalam organisasi. Diketahui bahwa iklim komunikasi yang sehat ditandai oleh kepercayaan, partisipasi, keterbukaan, dan aliran informasi yang jelas. Dimensi utama iklim komunikasi meliputi kepercayaan, partisipasi dalam pengambilan keputusan, kejujuran, keterbukaan informasi, komunikasi ke atas, dan

perhatian pada tujuan (Pace & Faules, 2010). Iklim komunikasi yang kondusif diyakini dapat menciptakan suasana kerja yang produktif serta mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Motivasi Kerja

Motivasi kerja merupakan dorongan yang memengaruhi intensitas, arah, dan ketekunan seseorang dalam bekerja. Motivasi dapat bersumber dari faktor intrinsik, seperti kepuasan dan rasa pencapaian, maupun ekstrinsik, seperti gaji dan penghargaan. Beberapa teori yang relevan antara lain: Hierarki Kebutuhan Maslow: menekankan pemenuhan kebutuhan bertingkat, mulai dari fisiologis hingga aktualisasi diri. Teori Dua Faktor Herzberg: membedakan faktor motivator (pencapaian, pengakuan, tanggung jawab) dan faktor higienis (kondisi kerja, kebijakan organisasi, hubungan kerja). Teori Harapan Vroom: menjelaskan bahwa motivasi timbul dari harapan individu bahwa usaha akan menghasilkan kinerja dan kinerja akan mendatangkan imbalan yang bernilai. Ketiga teori tersebut menegaskan bahwa motivasi kerja merupakan hasil interaksi antara kebutuhan, penghargaan, serta harapan individu terhadap hasil kerja.

Hubungan Iklim Komunikasi dan Motivasi Kerja

Sejumlah penelitian terdahulu menemukan bahwa iklim komunikasi yang terbuka dan partisipatif berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan (Alghamdi *et al.*, 2021; Damayanti *et al.*, 2024). Komunikasi yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga mampu mengurangi ketidakpastian, memperjelas peran dan tanggung jawab individu, serta meningkatkan rasa dihargai dalam lingkungan kerja (Goller & Späth, 2023). Ketika karyawan merasa dilibatkan dalam proses komunikasi dan memperoleh kejelasan mengenai arah serta tujuan organisasi, maka akan muncul rasa memiliki yang lebih kuat terhadap organisasi. Hal ini pada akhirnya berimplikasi pada meningkatnya motivasi kerja, karena karyawan merasa keberadaannya penting serta kontribusinya diakui. Dengan demikian, semakin baik iklim komunikasi organisasi, semakin tinggi pula motivasi kerja yang tercipta, baik dalam bentuk peningkatan produktivitas maupun loyalitas terhadap organisasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional untuk mengetahui hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan di Charles & Keith, Summarecon mall. Serpong. Pendekatan kuantitatif dipilih karena dapat mengukur data secara objektif dan dianalisis secara statistik.

Teknik Pengambilan Data

Berikut beberapa teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian kali ini:

Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung interaksi komunikasi antara karyawan dan manajer di lingkungan kerja. Tujuannya adalah memahami pola komunikasi, gaya penyampaian pesan, serta respon yang muncul dalam situasi nyata.

Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman dan persepsi karyawan terhadap komunikasi dengan manajer. Pendekatan semi-terstruktur memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi topik yang relevan berdasarkan jawaban partisipan.

Dokumentasi

Pengumpulan dokumen internal seperti notulen rapat, instruksi kerja, dan surat edaran digunakan untuk melengkapi dan memverifikasi data dari observasi dan wawancara.

Kombinasi ketiga teknik ini membantu peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh mengenai praktik komunikasi dalam organisasi. Metode deskriptif korelasional digunakan untuk menggambarkan kondisi kedua variabel serta mengetahui apakah ada hubungan di antara keduanya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah cara organisasi berkomunikasi, seperti keterbukaan dan partisipasi dalam penyampaian informasi, berpengaruh terhadap semangat dan motivasi kerja karyawan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Store Charles & Keith yang berlokasi di Summarecon Mall Serpong, Tangerang, dengan jangka waktu selama tiga bulan, terhitung mulai bulan April hingga Juni 2025. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena store ini merupakan salah satu cabang utama yang memiliki jumlah pengunjung cukup tinggi serta dianggap representatif untuk menggambarkan aktivitas operasional dan interaksi dengan konsumen. Rentang waktu tiga bulan dipilih agar peneliti memperoleh data yang lebih komprehensif dan mendalam, mencakup variasi kondisi harian maupun bulanan yang dapat memengaruhi hasil penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh karyawan yang bekerja di Store Charles & Keith Summarecon Mall Serpong, yang terdiri dari sales associate, supervisor, serta manajer. Seluruh karyawan tersebut dipandang sebagai bagian penting dalam keberlangsungan operasional store karena masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda sesuai dengan posisinya. Dari populasi tersebut, peneliti menetapkan sampel penelitian dengan

menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu.

Kriteria yang dimaksud adalah karyawan yang secara langsung terlibat dalam aktivitas komunikasi organisasi, baik komunikasi vertikal maupun horizontal, serta karyawan yang dinilai terdampak pada tingkat motivasi kerja mereka. Dengan menggunakan teknik ini, diharapkan sampel yang diperoleh dapat benar-benar mewakili objek penelitian dan mampu memberikan data yang relevan serta mendalam untuk menjawab permasalahan penelitian.

Definisi Konseptual

Iklim komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai persepsi bersama yang terbentuk di antara anggota organisasi mengenai bagaimana pola komunikasi berlangsung, yang mencakup keterbukaan dalam penyampaian informasi, adanya rasa saling percaya, tingkat partisipasi karyawan, serta kelancaran aliran informasi baik dari atasan ke bawahan maupun sebaliknya. Iklim komunikasi yang kondusif diyakini mampu menciptakan suasana kerja yang positif dan mendukung efektivitas organisasi. Di sisi lain, motivasi kerja dipahami sebagai dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi sikap, perilaku, serta semangat individu dalam melaksanakan tugas pekerjaannya.

Motivasi kerja terbentuk dari dua faktor utama, yaitu faktor motivator seperti pencapaian, pengakuan, tanggung jawab, dan kesempatan berkembang yang dapat meningkatkan kepuasan kerja, serta faktor hygiene seperti kondisi kerja, kebijakan organisasi, hubungan antar rekan kerja, dan gaji yang berfungsi mencegah ketidakpuasan kerja. Dengan demikian, iklim komunikasi organisasi yang baik berpotensi meningkatkan motivasi kerja karyawan karena keduanya saling berkaitan dalam membentuk lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

Teknik Analisi Data

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji korelasi Pearson. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan kondisi masing-masing variabel, yaitu iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan, berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya, uji korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan, serta seberapa kuat dan arah hubungan antara kedua variabel tersebut. Dengan kata lain, analisis ini bertujuan untuk melihat apakah iklim komunikasi dalam organisasi berpengaruh terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua teknik utama, yaitu statistik deskriptif dan uji korelasi Pearson. Teknik statistik deskriptif

digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi masing masing variabel penelitian, yaitu iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan. Analisis ini mencakup pengolahan data melalui ukuran-ukuran statistik seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Hasil dari analisis deskriptif ini bertujuan untuk menunjukkan tingkat persepsi responden terhadap kedua variabel tersebut secara kuantitatif dan objektif.

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan, serta untuk melihat seberapa kuat dan bagaimana arah hubungan tersebut, digunakan uji korelasi Pearson. Uji korelasi Pearson merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan linier antara dua variabel numerik. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data interval atau rasio yang berskala numerik dan berdistribusi normal.

Penggunaan uji korelasi Pearson dalam konteks ini memiliki beberapa tujuan penting. Pertama, untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan. Kedua, untuk mengetahui arah hubungan, apakah positif atau negatif. Ketiga, untuk mengukur kekuatan hubungan tersebut melalui nilai koefisien korelasi (r). Nilai koefisien ini berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai positif menunjukkan hubungan searah (semakin tinggi iklim komunikasi, semakin tinggi motivasi kerja), sedangkan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah.

Analisis Hasil dan Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil temuan berdasarkan teori-teori yang telah dijadikan landasan konseptual. Fokus utama penelitian adalah melihat bagaimana iklim komunikasi organisasi di Charles & Keith cabang Summarecon Mall Serpong (SMS) dikelola, serta bagaimana pengaruhnya terhadap motivasi kerja karyawan. Interpretasi ini mengacu pada teori PACE dan teori komunikasi organisasi menurut Faules yang menekankan pentingnya komunikasi sebagai sarana koordinasi, motivasi, pengambilan keputusan, dan adaptasi terhadap perubahan.

Pengelolaan Iklim Komunikasi Organisasi di Charles & Keith SMS

Iklim komunikasi organisasi di Charles & Keith cabang Summarecon Mall Serpong (SMS) menunjukkan praktik yang efektif dalam membangun budaya kerja kolaboratif dan adaptif. Berdasarkan teori PACE dan Faules, komunikasi dijalankan sebagai alat strategis yang mendukung koordinasi, motivasi, pengambilan keputusan, dan adaptasi. Partisipasi karyawan difasilitasi melalui briefing rutin, diskusi dua arah, serta media komunikasi internal seperti

WhatsApp dan *Email*, dengan penyampaian informasi yang akurat dan konsisten. Komunikasi juga digunakan untuk menyelaraskan tugas antarshift, menyesuaikan layout toko, serta menangani keluhan pelanggan. Fungsi motivasi tercermin dari pemberian apresiasi verbal dan insentif kepada karyawan berprestasi, sementara proses pengambilan keputusan dilakukan secara partisipatif, terutama saat terjadi perubahan kebijakan. Untuk mendukung adaptasi, manajemen memberikan pelatihan singkat dan sesi praktik langsung, yang membuktikan bahwa komunikasi yang terbuka, konsisten, dan edukatif dapat meningkatkan kepercayaan, motivasi, serta kesiapan karyawan menghadapi perubahan.

Komunikasi sebagai Koordinasi

Komunikasi digunakan untuk menyelaraskan tugas antarshift, menyesuaikan layout toko sesuai campaign terbaru, serta mengoordinasikan respon terhadap keluhan pelanggan. Briefing pagi membantu menyampaikan target, membagi peran, dan menyamakan persepsi tim agar terhindar dari tumpang tindih pekerjaan maupun miskomunikasi, sekaligus memastikan penempatan produk strategis untuk mendukung penjualan.

Komunikasi sebagai Alat Motivasi

Dalam lingkungan ritel yang kompetitif, penghargaan semacam ini menjadi penting untuk menjaga semangat kerja sekaligus menumbuhkan rasa percaya diri. Komunikasi apresiatif tersebut juga mendorong motivasi intrinsik karyawan untuk terus meningkatkan performa dan loyalitas terhadap perusahaan. Manajemen pun dapat memberikan apresiasi, baik secara verbal maupun insentif kecil, kepada staf yang berhasil menjual produk unggulan dan mencapai target bulanan.

Komunikasi untuk Pengambilan Keputusan

Saat terjadi perubahan kebijakan, seperti penyesuaian jam operasional atau SOP pelayanan, manajemen melibatkan staf dalam diskusi singkat untuk meminta masukan. Pendekatan ini mencerminkan komunikasi dua arah yang inklusif, di mana ide dan pendapat karyawan dihargai serta dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan. Selain memperkaya perspektif manajemen, partisipasi tersebut juga menumbuhkan rasa dihargai, meningkatkan komitmen kerja, serta memperkuat ikatan psikologis karyawan terhadap organisasi. Hal ini sejalan dengan temuan Fitri dan Puspitasari (2021) yang menegaskan bahwa pelibatan karyawan dalam pengambilan keputusan berkontribusi positif terhadap motivasi dan loyalitas kerja.

Komunikasi untuk Adaptasi terhadap Perubahan

Perubahan merupakan hal yang tak terelakkan dalam bisnis ritel, mulai dari peluncuran koleksi baru hingga penerapan sistem kasir digital. Charles & Keith SMS merespons hal ini

dengan memberikan pelatihan singkat dan sesi praktik langsung bagi staf, sehingga mereka dapat memahami perubahan tanpa rasa cemas. Melalui komunikasi edukatif, karyawan tidak hanya menerima informasi, tetapi juga diberi kesempatan untuk bertanya dan mencoba sistem baru. Hal ini sejalan dengan temuan Nurlina dan Supriyanto (2022) yang menekankan pentingnya komunikasi edukatif, empatik, dan partisipatif dalam proses perubahan organisasi untuk mencegah resistensi.

Motivasi Kerja Karyawan Charles & Keith SMS dalam Menciptakan Suasana dan Hubungan Kerja Yang Baik

Motivasi kerja adalah dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi semangat dan produktivitas karyawan. Di Charles & Keith SMS, motivasi menjadi faktor penting dalam menciptakan suasana kerja harmonis dan hubungan positif antar-karyawan. Melalui paya tersebut dapat membentuk sistem kerja yang mendukung, budaya terbuka, dan manajemen komunikatif, motivasi tinggi mendorong terciptanya lingkungan kerja yang sehat, produktif, dan kondusif.

Menumbuhkan Sifat saling Mendukung

Karyawan yang termotivasi cenderung proaktif membantu rekan kerja, terutama saat toko ramai atau ada tugas mendadak. Hal ini menciptakan budaya kerja kolektif dan empatik, di mana setiap individu merasa bertanggung jawab atas keberhasilan tim. Sejalan dengan Pratiwi dan Nurohman (2021), kerja sama berbasis motivasi internal menghasilkan iklim kerja dinamis dan minim konflik karena fokus pada tujuan bersama, bukan kompetisi tidak sehat.

Meningkatkan Keterlibatan dan Loyalitas

Karyawan yang merasa dihargai cenderung lebih aktif dalam event promosi, peluncuran produk, maupun pelatihan internal. Keterlibatan ini menumbuhkan rasa memiliki, kebanggaan terhadap brand, serta memperkuat loyalitas karena karyawan merasa menjadi bagian penting dari perusahaan. Di Charles & Keith SMS, motivasi kerja menjadi kekuatan utama dalam menciptakan suasana harmonis, dengan dukungan kepemimpinan yang suportif, sistem apresiasi, dan lingkungan kerja yang nyaman.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelolaan iklim komunikasi organisasi dalam memperbaiki motivasi kerja karyawan Charles & Keith Summarecon Mall Serpong, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja karyawan berada pada kategori baik, terlihat dari antusiasme, kedisiplinan, serta kemauan membantu rekan kerja. Konsistensi briefing harian

dan penanaman nilai perusahaan turut memperkuat pemahaman terhadap visi bersama, sehingga tercipta hubungan kerja yang harmonis dan kerja sama tim yang solid. Kejujuran dalam komunikasi terbukti menjadi landasan penting yang membangun kepercayaan antara manajemen dan karyawan, mendorong keterbukaan dalam penyampaian informasi, serta meningkatkan motivasi kerja. Iklim komunikasi yang sehat membuat karyawan merasa didengarkan, dihargai, dan memperoleh informasi yang jelas, sehingga meningkatkan semangat, partisipasi, dan loyalitas terhadap perusahaan. Secara keseluruhan, pengelolaan iklim komunikasi di Charles & Keith berjalan efektif melalui briefing rutin, komunikasi dua arah, serta keterbukaan dalam penyampaian kebijakan, target penjualan, dan perubahan operasional.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk Charles & Keith Summarecon Mall Serpong. Manajemen perlu lebih konsisten dalam menindaklanjuti masukan atau keluhan karyawan, menyampaikan informasi penting secara rutin, serta memperkuat budaya mendengarkan aktif melalui briefing maupun interaksi sehari-hari. Pelatihan komunikasi bagi supervisor dan pemanfaatan media digital internal dapat membantu menciptakan iklim komunikasi yang lebih efektif, sedangkan internalisasi visi dan misi perusahaan perlu terus dilakukan agar karyawan mampu menerapkannya dalam perilaku kerja. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar penelitian tidak hanya berfokus pada motivasi kerja, tetapi juga mengkaji pengaruh iklim komunikasi terhadap kinerja, kepuasan, atau loyalitas karyawan, serta melibatkan outlet Charles & Keith di berbagai lokasi agar hasilnya lebih komprehensif dan representatif.

DAFTAR REFERENSI

- Alghamdi, M., Ng, S.-I., Ho, J. A., Abdulsamad, A., and Ramachandran, S. 2021. Antecedents and Consequences of Employee Well-Being: Empirical Study on Saudi Aramco. *Advances in Social Sciences Research Journal Scholar Publishing* 8(9): 256–277. DOI: [10.14738/assrj.89.10873](https://doi.org/10.14738/assrj.89.10873)
- Damayanti, T. A., Panuju, R., Abror, D., Harliantara, and Maella, N. F. S. 2024. Internal Communication Management: Increasing Employee Involvement And Motivation At PT Laz Coal Mandiri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5(2): 8713–8720. DOI: [10.37385/MSEJ.V5I2.5649](https://doi.org/10.37385/MSEJ.V5I2.5649)
- Firmansyah, O. M. Y., Hariyono, C. A., Novitaningrum, R. L., Buono, Y. W. T., Wulandari, R. N. A., and Puspasari, D. 2024. Analysis of the Role of Communication to Improve the Productivity and Efficiency of Employee Performance at the Mojokerto City Education and Culture Office. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* 10(2): 190–198. DOI: [10.30996/JPAP.V10I2.11548](https://doi.org/10.30996/JPAP.V10I2.11548)

- Fitri, D., and Puspitasari, L. 2021. Pengaruh Partisipasi Pengambil Keputusan terhadap Komitmen Organisasi Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 9(1): 41–51.
- Goller, D., and Späth, M. 2023. “Good job!” The impact of positive and negative feedback on performance.
- Handra, E. S., and Setyanto, Y. 2021. Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan Telunjuk.com. *Koneksi* 5(1): 151. DOI: [10.24912/kn.v5i1.10213](https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10213)
- Hilal, A. A. S., Suryana, A., and Wahyudin, U. 2023. Peranan Iklim Komunikasi Organisasi Pada Organisasi dan Perusahaan dalam Kondisi Bonus Demografi. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 7(1): 98. DOI: [10.30829/komunikologi.v7i1.15550](https://doi.org/10.30829/komunikologi.v7i1.15550)
- Humaidi, M. A. 2021. Hubungan Iklim Komunikasi Dengan Motivasi Kerja Pegawai Di Bkbpmp Kota Banjarmasin. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(2). DOI: [10.31602/jm.v4i2.5927](https://doi.org/10.31602/jm.v4i2.5927)
- Latif, D. R., and Harahap, H. 2022. Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Karyawan di Universitas Esa Unggul. *Forum Ilmiah* 19(1): 182–199.
- Mulyati, S., Agustin, P., and Setyaningrum, R. P. 2025. Pengaruh Work Stress Dan Work-Life Balance Terhadap Affective Commitment Dengan Reward Sebagai Mediasi Pada Gerai Mixue Di Daerah Cikarang. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia* 6(1): 53–65.
- Nugrahaningsih, H. 2022. Pengaruh Komunikasi Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Stres Kerja Sebagai Variabel Pemoderasi. *Media Manajemen Jasa* 10(2): 66–83. DOI: [10.52447/mmj.v10i2.6622](https://doi.org/10.52447/mmj.v10i2.6622)
- Nurlina, S., and Supriyanto, A. 2022. Strategi Komunikasi Perubahan dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi* 13(2): 55–64.
- Pasaribu, T. B. R., and Kurniawati, D. 2024. Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Aparatur Sipil Negara. *Jurnal Komunikasi dan Bahasa* 5(3): 63. DOI: [10.35697/jrbi.v1i3.54](https://doi.org/10.35697/jrbi.v1i3.54)
- Permana, A. 2023. Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pada Karyawan Salam Televisi Medan. *CONTENT: Journal of Communication Studies Universitas Sumatera Utara* 1(02): 32–37. DOI: [10.32734/CJCS.V1I02.14376](https://doi.org/10.32734/CJCS.V1I02.14376)
- Pratiwi, R. A., and Nurohman, I. 2021. Peran motivasi dalam membentuk budaya kerja saling mendukung. *Jurnal Psikologi dan Kinerja* 10(2): 101–110.
- Rahman, A., Arif, E., and Darwis, Y. 2024. Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Barat. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial* 8(1): 49–59. DOI: [10.30743/mkd.v8i1.8597](https://doi.org/10.30743/mkd.v8i1.8597)
- Rahmawati, T. S., and Khoerunnisa, L. 2023. Kualitas Kepemimpinan dalam Menciptakan Iklim Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Jurnal Komunikasi Profesional* 6(6): 588–599. DOI: [10.25139/jkp.v6i6.5211](https://doi.org/10.25139/jkp.v6i6.5211)
- Sholihat, A., Setianti, Y., and Subekti, P. 2023. Hubungan Antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja Pengurus Pondok Pesantren Mahasiswa Nurul Hakim. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*

8(4): 795–815. DOI: [10.52423/JIKUHO.V8I4.128](https://doi.org/10.52423/JIKUHO.V8I4.128)

- Shuck, B., and Rejo, T. G. 2021. The Relationship Between Employee Motivation and Organizational Communication: A Literature Review. *Journal of Organizational Behavior* 42(6): 789–803.
- Sipahutar, S., Halawa, F., Silaen, N. R., and Napitupulu, R. B. 2024. Pengaruh Kerjasama Tim, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Restaurant The Stepping Stone Medan. *Jurnal Global Manajemen* 13(2): 1–11.
- Stranzl, J., and Ruppel, C. 2024. Co-creating an appreciative working climate: discussing reasons for appreciation, forms and roles from a communication perspective. *Journal of Communication Management* 29(2). DOI: [10.1108/JCOM-12-2023-0133](https://doi.org/10.1108/JCOM-12-2023-0133)
- Sutton, L. B. M., and Le Roux, T. 2024. Sustainable internal communication and digital trends amidst an energy crisis: can a middle ground be found in South Africa? *Journal of Communication Management* Emerald Publishing 29(5): 1–17. DOI: [10.1108/JCOM-04-2024-0060/FULL/PDF](https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2024-0060/FULL/PDF)
- Tamaya, V., Wellem, I., and Mone, M. M. M. 2023. Pengaruh Kerjasama Tim dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Sikka Veronika. *Jurnal Penelitian Mahasiswa* 9(2): 1–17. DOI: [10.59603/projemen.v9i2.41](https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.41)
- Tulail, S., and Yulianti. 2023. Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Bandung Conference Series: Public Relations* Universitas Islam Bandung (Unisba) 3(2): 432–439. DOI: [10.29313/BCSPR.V3I2.7575](https://doi.org/10.29313/BCSPR.V3I2.7575)
- Utari, D., and Islamuddin, I. 2022. Pengaruh Kerjasama Tim, Semangat Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Badan Pengelolaan. *Jurnal Manajemen Modal Insani* 1–9.