

Peran Komunikasi Persuasif dalam Proses Manajemen Perubahan Organisasi

Zulhanderi¹, Sutikah², Rifky Al Fariez³, Faisal Dudayer⁴

Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa
Email : zulhandery30@gmail.com

Abstrak

Perubahan organisasi merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari dalam menghadapi dinamika lingkungan yang terus berkembang. Proses perubahan sering kali menimbulkan resistensi dari anggota organisasi akibat ketidakpastian dan kurangnya pemahaman terhadap tujuan perubahan. Komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan manajemen perubahan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran komunikasi persuasif dalam proses manajemen perubahan organisasi serta faktor pendukung dan penghambatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Data diperoleh melalui penelaahan buku dan artikel jurnal ilmiah yang relevan dengan komunikasi persuasif dan manajemen perubahan. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berperan dalam menyampaikan visi perubahan, mengurangi resistensi, serta membangun kepercayaan dan partisipasi anggota organisasi. Faktor pendukung komunikasi persuasif meliputi kepemimpinan yang kredibel, budaya organisasi yang terbuka, dan kejelasan pesan. Faktor penghambat meliputi resistensi, struktur organisasi yang kaku, dan kurangnya keterampilan komunikasi pimpinan. Komunikasi persuasif menjadi unsur strategis dalam mewujudkan perubahan organisasi yang efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: komunikasi persuasif, manajemen perubahan, organisasi

Abstract

Organizational change is an inevitable condition in response to the dynamic and evolving environment. The change process often generates resistance among organizational members due to uncertainty and a lack of understanding of the objectives of change. Persuasive communication plays an important role in supporting the success of organizational change management. This study aims to examine the role of persuasive communication in the organizational change management process, including its supporting and inhibiting factors. The research employs a qualitative approach using a literature review method. Data were collected through an analysis of books and scholarly journal articles related to persuasive communication and change management. The findings indicate that persuasive communication contributes to conveying the vision of change, reducing resistance, and building trust and participation among organizational members. Supporting factors include credible leadership, an open organizational culture, and clear communication messages. Inhibiting factors consist of resistance to change, rigid organizational structures, and limited communication skills of leaders. Persuasive communication is a strategic element in achieving effective and sustainable organizational change.

Keywords: persuasive communication, change management, organization

Article Info

Received date: 1 January 2026

Revised date: 14 January 2026

Accepted date: 15 January 2026



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.
Copyright © 2026 by Author. Published by Jurnal Riksa Cendekia Nusantara

PENDAHULUAN

Organisasi berada dalam lingkungan yang terus mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi, dinamika sosial, dan tuntutan persaingan. Perubahan tersebut menuntut organisasi untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan berkembang. Ketidakmampuan organisasi dalam merespons perubahan dapat berdampak pada penurunan kinerja dan efektivitas kerja. Perubahan organisasi tidak hanya menyangkut aspek struktural, tetapi juga menyentuh nilai, budaya, dan pola perilaku individu. Proses perubahan sering kali menimbulkan ketidakpastian di kalangan anggota

organisasi. Ketidakpastian tersebut dapat memicu kekhawatiran terhadap stabilitas kerja dan peran individu. Kondisi ini menunjukkan bahwa perubahan organisasi memiliki dimensi teknis dan psikologis. Pengelolaan perubahan yang tidak tepat berpotensi menimbulkan resistensi. Situasi tersebut menegaskan pentingnya manajemen perubahan yang terencana.¹

Manajemen perubahan merupakan proses sistematis untuk mengarahkan organisasi dari kondisi saat ini menuju kondisi yang diharapkan. Proses ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi perubahan secara berkelanjutan. Keberhasilan manajemen perubahan sangat dipengaruhi oleh keterlibatan sumber daya manusia. Perubahan yang tidak didukung oleh anggota organisasi cenderung sulit diimplementasikan. Resistensi sering muncul akibat kurangnya pemahaman terhadap tujuan perubahan. Kurangnya informasi yang jelas dapat menimbulkan kesalahpahaman dan penolakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek komunikasi memiliki peran strategis. Komunikasi menjadi sarana utama dalam menyampaikan visi dan arah perubahan. Efektivitas komunikasi menentukan tingkat penerimaan terhadap perubahan organisasi.²

Komunikasi dalam organisasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi. Komunikasi juga berperan dalam membentuk sikap, persepsi, dan perilaku individu. Proses komunikasi yang efektif memungkinkan terciptanya kesamaan pemahaman antara pimpinan dan anggota organisasi. Kesamaan pemahaman menjadi dasar terbentuknya kepercayaan. Kepercayaan merupakan elemen penting dalam situasi perubahan organisasi. Komunikasi yang bersifat satu arah dan instruktif sering kali kurang efektif. Pendekatan komunikasi yang mengabaikan kondisi psikologis individu berpotensi memperbesar resistensi. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang mampu mempengaruhi sikap secara positif. Komunikasi persuasif menjadi pendekatan yang relevan dalam konteks ini.³

Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan mempengaruhi sikap dan perilaku individu secara sukarela. Pendekatan persuasif menekankan pada dialog, empati, dan kejelasan pesan. Pesan yang disampaikan secara persuasif dapat meningkatkan pemahaman terhadap tujuan perubahan.⁴ Pemahaman yang baik mendorong penerimaan dan keterlibatan aktif anggota organisasi. Komunikasi persuasif membantu menjelaskan manfaat perubahan bagi organisasi dan individu. Penjelasan yang rasional dan meyakinkan mengurangi ketidakpastian. Komunikasi persuasif juga berperan dalam membangun kepercayaan terhadap pimpinan. Kepercayaan memperkuat komitmen terhadap proses perubahan. Pendekatan ini berkontribusi pada terciptanya iklim organisasi yang kondusif.⁵

Peran komunikasi persuasif dalam manajemen perubahan menjadi isu yang penting untuk dikaji. Kajian ini relevan untuk memahami bagaimana komunikasi mempengaruhi keberhasilan perubahan organisasi. Pemahaman mengenai komunikasi persuasif dapat menjadi dasar dalam merancang strategi perubahan yang efektif. Pendekatan komunikasi yang tepat membantu meminimalkan resistensi. Minimnya resistensi meningkatkan peluang keberhasilan implementasi perubahan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam bidang komunikasi organisasi. Kontribusi praktis diharapkan bermanfaat bagi pimpinan dan praktisi organisasi. Fokus pada komunikasi persuasif menempatkan manusia sebagai pusat perubahan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip manajemen organisasi modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Metode ini dipilih untuk mengkaji secara mendalam peran komunikasi persuasif dalam proses manajemen perubahan organisasi. Data diperoleh dari berbagai sumber literatur ilmiah berupa buku dan artikel jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data dipilih berdasarkan tingkat relevansi dan kredibilitasnya. Data yang digunakan bersifat sekunder. Analisis data dilakukan secara deskriptif

¹ Fernando, L., *Peran Komunikasi dalam Organisasi: Konsep, Proses, Teknik, dan Faktor yang Mempengaruhi Efektivitasnya*, Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Vol. 2 No. 3, 2025, hlm. 134–139.

² Syafitri, A. Toni, *Komunikasi Organisasi dalam Proses Pembentukan Budaya Organisasi melalui Agent of Change*, Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK), Vol. 5 No. 2, 2024.

³ G. W. Martoatmodjo, *Manajemen Perubahan dalam Organisasi Pendidikan*, PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol. 1 No. 2, 2023, hlm. 113–118, <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.58>

⁴ M. Rahmah, A. Uljannah, N. Fauziah, dan M. Musyafa, *Peranan Komunikasi Antarpribadi dalam Manajemen Organisasi*, 2023.

⁵ M. Rahmah, A. Uljannah, N. Fauziah, dan M. Musyafa, *Peranan Komunikasi Antarpribadi dalam Manajemen Organisasi*, 2023. Hlm 15

dengan mengkaji dan membandingkan konsep serta pandangan para ahli terkait komunikasi persuasif dan manajemen perubahan. Proses analisis dilakukan secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang utuh. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian naratif yang runtut dan logis. Metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai peran komunikasi persuasif dalam manajemen perubahan organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Komunikasi Persuasif dalam Organisasi

Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan mempengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku individu secara sukarela. Pendekatan persuasif menekankan upaya membangun kesadaran dan pemahaman tanpa menggunakan paksaan. Pesan persuasif disusun berdasarkan pertimbangan rasional dan emosional audiens. Proses ini melibatkan kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara jelas dan meyakinkan. Keberhasilan komunikasi persuasif sangat bergantung pada kredibilitas komunikator.⁶ Kredibilitas mencakup kepercayaan, keahlian, dan integritas pihak yang menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator yang kredibel cenderung lebih mudah diterima. Komunikasi persuasif memungkinkan terjadinya perubahan sikap secara bertahap. Perubahan tersebut terjadi melalui proses pemahaman dan penerimaan pesan.

Komunikasi persuasif memiliki karakteristik utama berupa kejelasan pesan, relevansi isi, dan kesesuaian dengan kebutuhan audiens. Kejelasan pesan membantu menghindari kesalahpahaman dalam proses komunikasi. Relevansi isi pesan meningkatkan daya tarik dan perhatian audiens. Penyesuaian pesan dengan kondisi psikologis dan sosial audiens memperbesar efektivitas komunikasi. Komunikasi persuasif juga menekankan adanya umpan balik.⁷ Umpan balik memungkinkan komunikator memahami respon audiens terhadap pesan yang disampaikan. Proses komunikasi yang bersifat dua arah memperkuat hubungan antara komunikator dan audiens. Hubungan yang baik mendukung terciptanya suasana komunikasi yang terbuka. Kondisi tersebut mempermudah pencapaian tujuan komunikasi persuasif.⁸

Dalam konteks organisasi, komunikasi persuasif berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku anggota. Organisasi terdiri dari individu dengan latar belakang dan kepentingan yang beragam. Perbedaan tersebut mempengaruhi cara individu menafsirkan pesan organisasi. Komunikasi persuasif membantu menyatukan persepsi anggota terhadap tujuan bersama. Penyampaian pesan yang persuasif mendorong munculnya rasa memiliki terhadap organisasi. Rasa memiliki meningkatkan keterlibatan dan partisipasi anggota.⁹ Partisipasi aktif berkontribusi terhadap efektivitas pelaksanaan kebijakan organisasi. Komunikasi persuasif juga membantu memperkuat nilai dan budaya organisasi. Nilai yang dipahami bersama menjadi pedoman perilaku anggota. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif memiliki fungsi strategis dalam dinamika organisasi.

Manajemen Perubahan Organisasi

Manajemen perubahan merupakan proses terencana yang bertujuan mengarahkan organisasi dari kondisi yang ada menuju kondisi yang diharapkan. Proses ini dilakukan untuk menyesuaikan organisasi dengan tuntutan lingkungan yang terus berkembang.¹⁰ Manajemen perubahan mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap perubahan yang diterapkan. Setiap tahapan perubahan membutuhkan koordinasi yang baik antarbagian organisasi. Keberhasilan perubahan tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang matang. Keterlibatan sumber daya manusia menjadi faktor utama dalam proses perubahan. Anggota organisasi berperan sebagai pelaksana sekaligus penerima perubahan. Perubahan yang tidak dipahami oleh anggota organisasi berpotensi menimbulkan

⁶ Epsilandri Septyarini, *Memperkuat Solidaritas Sosial melalui Peran Komunikasi Persuasif dan Kualitas Pelayanan: Psychological Well Being sebagai Moderasi*, Derivatif: Jurnal Manajemen, Vol. 15 No. 1, 2021.

⁷ Fujriani Wasngadiredja dan D. Prayugo Wibowo, *Efektivitas Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Perubahan Perilaku Mahasiswa Farmasi*, Journal of Education Research, Vol. 5 No. 1, 2024.

⁸ La Ode Abdul Musawir, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi* (Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024).

⁹ La Ode Abdul Musawir, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi* (Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), hlm. 20

¹⁰ Ayu Intan Pratiwi, N. A., *Peran Kepemimpinan dalam Manajemen Perubahan di Dalam Organisasi*, Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA), Vol. 3 No. 1, 2022.

penolakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa manajemen perubahan memiliki dimensi struktural dan manusiawi.¹¹

Tujuan utama manajemen perubahan adalah meningkatkan efektivitas dan kinerja organisasi. Perubahan diarahkan untuk memperbaiki sistem kerja, struktur organisasi, atau budaya organisasi. Manajemen perubahan juga bertujuan menciptakan kesiapan organisasi dalam menghadapi tantangan masa depan. Kesiapan tersebut berkaitan dengan kemampuan organisasi untuk beradaptasi secara berkelanjutan. Proses perubahan diharapkan mampu meningkatkan daya saing organisasi. Pencapaian tujuan perubahan membutuhkan dukungan dari seluruh anggota organisasi. Dukungan tersebut muncul ketika anggota memahami manfaat perubahan. Pemahaman yang baik mendorong sikap positif terhadap kebijakan baru. Sikap positif memperkuat komitmen terhadap pelaksanaan perubahan.

Proses manajemen perubahan sering menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Resistensi merupakan salah satu tantangan utama dalam perubahan organisasi. Resistensi muncul sebagai respon individu terhadap ketidakpastian dan rasa tidak aman. Perubahan dapat dipersepsikan sebagai ancaman terhadap posisi atau peran individu. Persepsi negatif memperkuat sikap penolakan terhadap perubahan. Hambatan komunikasi juga memperbesar potensi resistensi. Informasi yang tidak jelas menimbulkan kesalahpahaman di lingkungan organisasi. Kesalahpahaman tersebut menghambat proses implementasi perubahan. Manajemen perubahan yang efektif membutuhkan strategi untuk mengelola resistensi. Pengelolaan resistensi menjadi kunci keberhasilan perubahan organisasi.

Pelaksanaan manajemen perubahan memerlukan kepemimpinan yang kuat dan arah yang jelas. Pimpinan berperan dalam menetapkan visi perubahan serta mengarahkan anggota organisasi untuk mencapainya. Kejelasan visi membantu anggota memahami tujuan dan arah perubahan. Proses perubahan yang disertai arahan yang konsisten cenderung lebih mudah diterima. Manajemen perubahan juga membutuhkan evaluasi berkelanjutan untuk menilai efektivitas kebijakan yang diterapkan. Evaluasi memungkinkan organisasi melakukan penyesuaian jika ditemukan kendala. Fleksibilitas menjadi aspek penting dalam menghadapi dinamika perubahan. Organisasi yang mampu belajar dari proses perubahan memiliki peluang keberhasilan yang lebih besar. Pendekatan yang terencana dan adaptif memperkuat keberlanjutan perubahan organisasi.

Peran Komunikasi Persuasif dalam Proses Manajemen Perubahan

Komunikasi persuasif memiliki peran strategis dalam menyampaikan visi dan tujuan perubahan organisasi. Penyampaian visi perubahan membutuhkan kejelasan pesan agar dapat dipahami oleh seluruh anggota organisasi. Pesan yang disampaikan secara persuasif membantu anggota memahami alasan dan urgensi perubahan. Pemahaman tersebut mendorong penerimaan terhadap kebijakan yang diterapkan. Komunikasi persuasif memungkinkan pimpinan menjelaskan manfaat perubahan secara rasional. Penjelasan yang meyakinkan membantu mengurangi ketidakpastian di lingkungan organisasi. Ketidakpastian yang berkurang berdampak pada meningkatnya rasa aman anggota organisasi. Rasa aman memperkuat kesiapan individu dalam menghadapi perubahan. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berfungsi sebagai sarana penyelarasan tujuan organisasi dan individu.¹²

Komunikasi persuasif berperan penting dalam mengelola resistensi terhadap perubahan. Resistensi sering muncul akibat kurangnya informasi dan pemahaman. Penyampaian pesan yang terbuka dan persuasif membantu mengklarifikasi kesalahpahaman. Klarifikasi pesan mengurangi persepsi negatif terhadap perubahan. Komunikasi persuasif juga memberikan ruang dialog antara pimpinan dan anggota organisasi. Dialog memungkinkan anggota menyampaikan kekhawatiran dan pendapat. Keterlibatan dalam dialog meningkatkan rasa dihargai. Rasa dihargai mendorong sikap yang lebih terbuka terhadap perubahan. Pengelolaan resistensi melalui komunikasi persuasif memperbesar peluang keberhasilan perubahan organisasi.¹³

Komunikasi persuasif turut berperan dalam membangun kepercayaan dan partisipasi anggota organisasi. Kepercayaan menjadi fondasi penting dalam proses perubahan. Pesan yang disampaikan secara jujur dan konsisten memperkuat kepercayaan terhadap pimpinan. Kepercayaan mendorong keterlibatan aktif anggota dalam pelaksanaan perubahan. Partisipasi anggota meningkatkan efektivitas

¹¹ Fischasia Menda, J., B. Tewal, dan G. M. Sendow, *Pengaruh Manajemen Perubahan dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil (Studi pada RSUD Bitung)*, Jurnal EMBA, Vol. 6 No. 4, 2023, hlm. 2578–2587.

¹² Rahman Munandar, D., *Manajemen Perubahan Organisasi Sekolah Luar Biasa (Studi Kasus Implementasi Peran SLB Negeri Citeureup sebagai Resource Centre dalam Layanan Pendidikan Inklusif)*, Jurnal Wahana Karya Ilmiah Pascasarjana (S2) PAI Unsika, Vol. 3 No. 1, 2019.

¹³ Y. Rosnaeni, H. Hayadi, dan F. A. Yusuf, *Manajemen Perubahan dan Faktor-Faktor Penyebab dalam Perubahan Organisasi*, Jurnal Manajemen Strategis, Vol. 1 No. 2, 2024.

implementasi kebijakan. Komunikasi persuasif juga membantu menciptakan rasa memiliki terhadap perubahan. Rasa memiliki memperkuat komitmen individu terhadap tujuan organisasi. Komitmen yang kuat mendukung keberlanjutan perubahan. Komunikasi persuasif menempatkan manusia sebagai pusat proses perubahan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip manajemen perubahan organisasi modern.

Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif dalam Manajemen Perubahan

a. Faktor Pendukung Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif dalam manajemen perubahan didukung oleh kepemimpinan yang kredibel. Pimpinan yang memiliki integritas dan konsistensi mampu membangun kepercayaan anggota organisasi. Kepercayaan meningkatkan keterbukaan dalam proses komunikasi. Keterbukaan mempermudah penyampaian pesan perubahan secara efektif. Budaya organisasi yang mendukung dialog dan partisipasi juga menjadi faktor pendukung utama. Budaya yang terbuka mendorong anggota untuk menyampaikan pendapat dan masukan. Kondisi tersebut memperkaya proses komunikasi persuasif. Dukungan manajemen terhadap keterlibatan karyawan memperkuat penerimaan terhadap perubahan. Partisipasi aktif meningkatkan rasa memiliki terhadap kebijakan perubahan.

Kejelasan pesan perubahan menjadi faktor pendukung penting dalam komunikasi persuasif. Pesan yang disampaikan secara jelas dan terstruktur memudahkan pemahaman anggota organisasi. Pemahaman yang baik mengurangi kesalahpahaman dan spekulasi. Media komunikasi yang tepat turut mendukung efektivitas penyampaian pesan. Pemanfaatan media yang sesuai dengan karakteristik audiens meningkatkan daya jangkauan komunikasi. Konsistensi pesan antara pimpinan dan manajemen memperkuat kredibilitas komunikasi. Kredibilitas tersebut memperbesar peluang diterimanya pesan perubahan. Komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan menjaga kesinambungan informasi. Kesinambungan informasi memperkuat kesiapan organisasi dalam menghadapi perubahan.

b. Faktor Penghambat Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif sering menghadapi hambatan berupa resistensi dari anggota organisasi. Resistensi muncul akibat rasa tidak aman dan ketidakpastian terhadap perubahan. Persepsi negatif terhadap perubahan memperkuat sikap penolakan. Kurangnya informasi yang transparan memperbesar potensi resistensi. Informasi yang tidak lengkap menimbulkan kesalahpahaman. Kesalahpahaman menghambat proses penerimaan pesan persuasif. Sikap tertutup terhadap dialog juga menjadi penghambat komunikasi. Ketertutupan membatasi pertukaran gagasan antara pimpinan dan anggota. Kondisi tersebut melemahkan efektivitas komunikasi persuasif.¹⁴

Struktur organisasi yang kaku dapat menghambat proses komunikasi persuasif. Struktur yang hierarkis membatasi arus komunikasi dua arah. Keterbatasan komunikasi mengurangi peluang partisipasi anggota organisasi. Minimnya partisipasi menurunkan rasa memiliki terhadap perubahan. Gaya kepemimpinan yang otoriter juga menjadi faktor penghambat. Kepemimpinan yang mengandalkan instruksi tanpa dialog menurunkan kepercayaan. Kurangnya keterampilan komunikasi pimpinan mempengaruhi kualitas penyampaian pesan. Pesan yang disampaikan tanpa empati sulit diterima secara positif. Hambatan tersebut menunjukkan pentingnya kesiapan organisasi dalam membangun komunikasi persuasif yang efektif.

KESIMPULAN

Komunikasi persuasif memiliki peran yang sangat penting dalam proses manajemen perubahan organisasi. Pendekatan komunikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku anggota organisasi. Pemahaman terhadap tujuan dan manfaat perubahan menjadi lebih mudah tercapai melalui komunikasi persuasif. Penerimaan terhadap perubahan yang dilakukan secara sukarela meningkatkan efektivitas implementasi kebijakan organisasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif menjadi unsur strategis dalam keberhasilan perubahan organisasi. Manajemen perubahan organisasi membutuhkan keterlibatan aktif sumber daya manusia. Komunikasi persuasif membantu mengurangi resistensi yang muncul akibat ketidakpastian dan persepsi negatif terhadap perubahan. Kejelasan pesan, keterbukaan dialog, dan

¹⁴ M. R. Saputra dan F. Hidayat, *Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat*, Jurnal Al-Nahyan, Vol. 2 No. 1, 2025, hlm. 62–73, <https://doi.org/10.58326/jan.v2i1.152>

kredibilitas pimpinan memperkuat kepercayaan anggota organisasi. Kepercayaan mendorong partisipasi dan komitmen terhadap proses perubahan. Faktor pendukung seperti budaya organisasi yang terbuka dan kepemimpinan yang komunikatif memperkuat efektivitas komunikasi persuasif. Hambatan berupa struktur organisasi yang kaku dan gaya kepemimpinan otoriter perlu dikelola secara tepat.

Kajian ini menegaskan bahwa keberhasilan manajemen perubahan tidak dapat dipisahkan dari kualitas komunikasi yang diterapkan. Komunikasi persuasif menempatkan manusia sebagai pusat dalam proses perubahan organisasi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip manajemen organisasi modern yang menekankan kolaborasi dan keterbukaan. Penerapan komunikasi persuasif secara konsisten diharapkan mampu menciptakan perubahan yang berkelanjutan. Hasil kajian ini dapat menjadi referensi bagi pimpinan dan praktisi organisasi. Pengembangan penelitian lanjutan diperlukan untuk memperkaya kajian komunikasi persuasif dalam konteks organisasi yang lebih beragam.

REFERENSI

- Ayu Intan Pratiwi, N. A. (2022). Peran Kepemimpinan Dalam Manajemen Perubahan Di Dalam Organisasi. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, Volume 3 no 1.
- Epsilandri Septyarini. (2021). Memperkuat Solidaritas Sosial Melalui Peran Komunikasi Persuasif Dan Kualitas Pelayanan : Psychological Well Being Sebagai Moderasi. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, Vol. 15. No 1.
- Fernando, L. (2025). *Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia 134 Peran Komunikasi Dalam Organisasi: Konsep, Proses, Teknik, Dan Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitasnya*. 2(3), 134–139.
- Fischasia Menda, J., Tewal, B., Sendow, G. M., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen, J. (2023). Pengaruh Manajemen Perubahan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil (Studi Pada Rsud Bitung) The Influence Of Change Management And Organizational Culture Towards The Performance Of Civil Servants (Studies In The Provincial Hospital Of Bitung). *Jurnal EMBA*, 6(4), 2578–2587.
- Fujriani Wasngadiredja, P., & Prayugo Wibowo, D. (2024). Efektifitas Komunikasi Persuasif dalam Mendorong Perubahan Perilaku Mahasiswa Farmasi. In *Journal of Education Research* (Vol. 5, Issue 1).
- La Ode Abdul Musawir. (2024). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah .
- Martoatmodjo, G. W. (2023). MANAJEMEN PERUBAHAN DALAM ORGANISASI PENDIDIKAN. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 113–118. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.58>
- Rahmah, M., Uljannah, A., Fauziah, N., & Musyafa, Mh. (2023). *Peranan Komunikasi Antrapribadi Dalam Manajemen Organisasi*.
- Rahman Munandar, D. (2019). MANAJEMEN PERUBAHAN ORGANISASI SEKOLAH LUAR BIASA (Study Kasus Tentang Implementasi Peran SLB Negeri Citeureup sebagai Resource Centre Dalam Layanan Pendidikan Inklusif). In *Jurnal Wahana Karay Ilmiah_Pascasarjana (S2) PAI Unsika* (Vol. 3, Issue 1).
- Rosnaeni, Y., Hayadi, H., Yusuf, F. A., Bangsa, U. B., & Coresponding, S.-B. (2024). MANAJEMEN PERUBAHAN, DAN FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB DALAM PERUBAHAN ORGANISASI. In *Jurnal Manajemen Strategis* (Vol. 1, Issue 2).
- Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Al-Nahyan*, 2(1), 62–73. <https://doi.org/10.58326/jan.v2i1.152>
- Syafitri, V. P., Toni, A., Komunikasi, M. I., Komunikasi, F., Kreatif, D., Luhur, U. B., Kota, J., Selatan, D., Khusus, I., & Jakarta, I. (2024). Komunikasi Organisasi dalam Proses Pembentukan Budaya Organisasi Melalui Agent Of Change. In *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK)* (Vol. 5, Issue 2). <https://journal.stmiki.ac.id>
- Wambrau, N. R., Randang, J. R. K., & Kalesaran, E. (2019). *Peran Komunikasi Persuasif Customer Service Dalam Menarik Simpati Pada Pelanggan Di Pt.Bank Papua Cabang Biak Kota Oleh*.