

Studi Kasus Komunikasi Organisasi di Perusahaan Startup Berbasis Teknologi

Affan Mahendra^{1*}, Pratama Putra²^{1,2}Pascasarjana Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Mataram, Indonesia*Email: affanmahendra123@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini membahas studi kasus komunikasi organisasi pada perusahaan startup berbasis teknologi dengan fokus pada dinamika komunikasi internal yang memengaruhi efektivitas kerja dan pengambilan keputusan. Startup teknologi sering menghadapi tantangan unik seperti struktur organisasi yang datar, perubahan yang cepat, dan tim lintas fungsi yang bekerja dalam lingkungan dinamis dan penuh tekanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif pada sebuah perusahaan startup di bidang pengembangan aplikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi organisasi sangat bergantung pada keterbukaan informasi, penggunaan platform komunikasi digital yang tepat, serta kepemimpinan yang adaptif terhadap perubahan. Ditemukan pula bahwa budaya perusahaan yang mendukung kolaborasi dan transparansi memperkuat kohesi tim dan mempercepat respons terhadap tantangan. Namun, masih terdapat hambatan komunikasi yang muncul dari perbedaan latar belakang tim, overload informasi, serta kurangnya kejelasan peran. Studi ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang terstruktur namun fleksibel sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi perusahaan startup. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan model komunikasi organisasi yang lebih efektif dalam konteks startup berbasis teknologi di Indonesia

Article History

Received 2025-04-03

Revised 2025-04-07

Accepted 2025-05-11

Keywords

komunikasi,
organisasi,
startup teknologi,
struktur organisasi
data

Copyright © 2025, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong lahirnya berbagai perusahaan rintisan (startup) yang mengusung inovasi sebagai landasan utama operasional bisnisnya. Startup berbasis teknologi memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan perusahaan konvensional, terutama dalam hal struktur organisasi, budaya kerja, dan sistem komunikasi internal. Dalam ekosistem yang dinamis dan penuh ketidakpastian, komunikasi organisasi menjadi kunci untuk menjaga koordinasi, meningkatkan produktivitas, serta mendukung proses pengambilan keputusan secara cepat dan tepat. Oleh karena itu, memahami bagaimana komunikasi organisasi berlangsung di dalam startup teknologi menjadi hal yang krusial untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tersebut.

Startup pada umumnya memiliki struktur organisasi yang datar (flat organization), dengan hierarki yang minim dan hubungan antartim yang cenderung informal. Kondisi ini memungkinkan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, tetapi juga berpotensi menimbulkan kebingungan peran dan tanggung jawab bila komunikasi tidak berjalan dengan efektif. Menurut Kusdi (2011), komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti. Dalam konteks startup, proses komunikasi tidak hanya melibatkan penyampaian informasi secara vertikal, tetapi juga secara horizontal dan diagonal melalui berbagai platform digital.

Kondisi kerja di startup yang serba cepat menuntut setiap anggota tim untuk mampu berkomunikasi secara efisien, baik dalam bentuk formal maupun informal. Penggunaan aplikasi komunikasi seperti Slack, Discord, atau WhatsApp menjadi bagian penting dalam koordinasi sehari-hari. Namun, penggunaan teknologi saja tidak cukup apabila tidak dibarengi dengan budaya komunikasi yang sehat dan transparan. Budaya perusahaan yang terbuka terhadap umpan balik, diskusi, serta kolaborasi lintas divisi merupakan salah satu elemen penting untuk menciptakan komunikasi organisasi yang efektif (Wibowo, 2020). Dalam hal ini, kepemimpinan memiliki peran strategis dalam membentuk pola komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai dan tujuan perusahaan.

Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja tim. Sebaliknya, miskomunikasi dapat menimbulkan konflik, memperlambat proses kerja, dan menghambat inovasi. Banyak studi menunjukkan bahwa salah satu penyebab utama kegagalan proyek dalam startup adalah kurangnya komunikasi antaranggota tim (Putra, 2019). Hal ini diperparah oleh kondisi kerja yang sering kali dilakukan secara remote atau hybrid, sehingga membutuhkan kemampuan komunikasi virtual yang baik. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan komunikasi dalam lingkungan startup teknologi.

Salah satu tantangan komunikasi di startup adalah keragaman latar belakang anggota tim, baik dari segi pendidikan, budaya, maupun pengalaman profesional. Perbedaan ini dapat menjadi kekayaan ide, namun juga berpotensi menimbulkan hambatan komunikasi bila tidak dikelola dengan baik. Dalam hal ini, pengelolaan komunikasi lintas budaya dan lintas disiplin menjadi keterampilan yang penting dimiliki oleh setiap individu dalam organisasi. Seperti disampaikan oleh Wirawan (2013), komunikasi organisasi yang efektif memerlukan keselarasan antara pesan, saluran, serta pemahaman kontekstual dari penerima pesan.

Studi ini difokuskan pada satu perusahaan startup teknologi yang bergerak di bidang pengembangan aplikasi digital di Indonesia. Melalui pendekatan studi kasus kualitatif, peneliti berupaya memahami bagaimana komunikasi organisasi berlangsung di dalam perusahaan tersebut, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhinya. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan gambaran empiris mengenai praktik komunikasi dalam startup, tetapi juga untuk merumuskan rekomendasi strategis bagi manajemen dalam membangun sistem komunikasi internal yang lebih efektif dan adaptif.

Relevansi studi ini sangat penting mengingat pertumbuhan jumlah startup di Indonesia yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Startup Ranking (2023), Indonesia menempati peringkat kelima dunia dengan jumlah startup terbanyak. Namun, tingkat kegagalan startup di Indonesia juga tergolong tinggi, salah satunya disebabkan oleh masalah internal seperti konflik tim dan kurangnya koordinasi kerja. Oleh karena itu, penelitian mengenai komunikasi organisasi di lingkungan startup diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan bisnis startup lokal.

Lebih jauh, hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep komunikasi organisasi di era digital. Banyak teori komunikasi tradisional yang perlu dikaji ulang dan disesuaikan dengan dinamika dunia kerja masa kini yang lebih agile dan kolaboratif. Dengan menyoroti praktik komunikasi di perusahaan startup berbasis teknologi, penelitian ini menjadi relevan tidak hanya bagi praktisi manajemen, tetapi juga bagi akademisi dan pembuat kebijakan yang tertarik pada transformasi organisasi di era industry.

Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil fokus pada studi kasus komunikasi organisasi di perusahaan startup berbasis teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi pola komunikasi yang berlangsung dalam startup teknologi; (2) menganalisis hambatan-hambatan komunikasi yang muncul; serta (3) merumuskan strategi komunikasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas kerja tim. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang pentingnya komunikasi organisasi dalam mendukung pertumbuhan dan inovasi di perusahaan rintisan digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menggali secara mendalam dinamika komunikasi organisasi dalam konteks perusahaan startup berbasis teknologi. Studi kasus dipilih karena memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara holistik dalam setting nyata yang kompleks (Yin dalam Moleong, 2017). Lokasi penelitian adalah sebuah startup teknologi yang bergerak di bidang pengembangan aplikasi mobile yang beroperasi di Jakarta, dengan usia perusahaan kurang dari lima tahun dan jumlah karyawan kurang dari 50 orang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap tujuh informan kunci yang terdiri dari pendiri perusahaan, manajer tim, dan anggota tim lintas fungsi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi yang relevan. Selain itu, dilakukan observasi langsung terhadap interaksi komunikasi sehari-hari, baik dalam rapat tim maupun melalui platform digital seperti Slack dan Google Meet. Dokumentasi seperti notulen rapat, struktur organisasi, dan pedoman kerja juga dianalisis untuk memperkaya data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengikuti model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta pengecekan ulang hasil interpretasi kepada informan (*member checking*). Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan interpretasi data, yang merupakan ciri khas penelitian kualitatif (Moleong, 2017). Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria tertentu, yakni memiliki pengalaman langsung dalam proses komunikasi organisasi di perusahaan. Penelitian ini juga memperhatikan etika penelitian, seperti meminta persetujuan tertulis dari informan dan menjaga kerahasiaan data pribadi. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai praktik komunikasi organisasi di startup teknologi Indonesia, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik manajemen komunikasi organisasi di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi dalam startup teknologi yang dikaji bersifat informal dan cair, sejalan dengan struktur organisasi yang datar. Mayoritas komunikasi berlangsung secara horizontal antaranggota tim dan tidak terikat secara kaku pada hierarki jabatan. Informasi disampaikan secara langsung, baik melalui media digital seperti Slack maupun secara lisan dalam pertemuan informal. Hal ini memungkinkan pertukaran ide yang cepat dan mendorong keterlibatan semua anggota tim dalam pengambilan keputusan. Temuan ini menguatkan pendapat Susanto (2020) bahwa startup membutuhkan sistem komunikasi yang fleksibel untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang cepat.

Salah satu kekuatan utama dalam komunikasi organisasi yang diamati adalah budaya kolaboratif yang dikembangkan sejak awal berdirinya perusahaan. Pendiri perusahaan secara aktif membangun nilai-nilai keterbukaan, kepercayaan, dan keberanian menyampaikan pendapat. Budaya ini tercermin dalam praktik kerja harian, di mana anggota tim merasa bebas untuk memberikan masukan dan menyampaikan ketidaksetujuan tanpa takut terhadap konsekuensi negatif. Budaya komunikasi terbuka ini menjadi pondasi bagi munculnya inovasi dan kreativitas, sebagaimana disampaikan oleh Astuti dan Mulyana (2021) bahwa komunikasi terbuka mendorong partisipasi aktif karyawan dalam pengambilan keputusan strategis.

Namun demikian, hambatan komunikasi tetap ditemukan, terutama yang berkaitan dengan perbedaan persepsi dan gaya komunikasi antaranggota tim dari latar belakang yang berbeda. Misalnya, anggota tim dengan latar belakang teknis cenderung menggunakan istilah yang sulit dipahami oleh anggota dari divisi non-teknis. Ini menimbulkan kesenjangan pemahaman dalam rapat lintas divisi dan memperlambat proses eksekusi tugas. Hambatan semacam ini sejalan dengan temuan Priyanto (2019), yang menyatakan bahwa komunikasi

lintas disiplin dalam organisasi berbasis teknologi memerlukan keterampilan translasi pesan agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Selain itu, penggunaan platform komunikasi digital juga menimbulkan tantangan tersendiri. Meski mendukung fleksibilitas dan efisiensi, penggunaan yang berlebihan mengakibatkan informasi berlimpah (*information overload*), yang menyulitkan anggota tim dalam memilah pesan yang penting. Beberapa informan menyampaikan bahwa mereka merasa kewalahan dengan banyaknya notifikasi dan sulit untuk fokus pada tugas utama. Menurut Handayani (2020), *overload* informasi adalah salah satu penyebab stres kerja di perusahaan digital dan dapat menurunkan produktivitas jika tidak dikelola dengan baik.

Pemanfaatan teknologi komunikasi seperti Slack, Trello, dan Google Meet umumnya sudah berjalan baik, terutama dalam konteks *remote working*. Perusahaan menyediakan pedoman penggunaan tools digital untuk menjaga konsistensi dan efisiensi komunikasi. Namun, beberapa kendala teknis tetap muncul, seperti gangguan jaringan internet, kesenjangan literasi digital, dan kurangnya etika dalam berkomunikasi online. Informan menyatakan perlunya pelatihan komunikasi digital agar komunikasi daring bisa lebih tertib dan profesional. Hal ini sejalan dengan pendapat dalam jurnal oleh Fitriani dan Yuliana (2021) yang menyebutkan bahwa keterampilan digital komunikasi menjadi krusial di era kerja virtual.

Kepemimpinan menjadi faktor penting dalam keberhasilan komunikasi organisasi. Pemimpin di startup ini menerapkan gaya kepemimpinan partisipatif, yang memungkinkan anggota tim terlibat aktif dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan. Gaya ini terbukti mampu meningkatkan motivasi kerja dan rasa memiliki terhadap perusahaan. Menurut Nurhadi (2018), kepemimpinan yang komunikatif dan terbuka mendorong terciptanya lingkungan kerja yang kondusif dan meningkatkan kinerja tim secara keseluruhan.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa pertemuan rutin (*weekly meeting*) menjadi sarana penting untuk menyamakan persepsi dan menyelesaikan permasalahan komunikasi yang muncul. Dalam pertemuan ini, semua tim diundang untuk menyampaikan perkembangan proyek, hambatan yang dihadapi, serta ide-ide baru. Suasana diskusi yang santai namun produktif mendorong kolaborasi lintas fungsi. Praktik ini memperlihatkan pentingnya komunikasi tatap muka, meskipun dilakukan secara virtual, sebagai sarana untuk membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antarindividu dalam organisasi.

Dalam praktik sehari-hari, komunikasi informal seperti obrolan ringan di luar konteks pekerjaan juga memainkan peran penting dalam membangun kedekatan emosional antaranggota tim. Hal ini memperkuat ikatan sosial dan meningkatkan kerjasama tim dalam jangka panjang. Sebagaimana diungkapkan oleh Wulandari (2020), komunikasi informal berfungsi sebagai pelumas sosial yang penting dalam menjaga keharmonisan hubungan antarindividu di tempat kerja.

Beberapa konflik komunikasi juga ditemukan, terutama terkait perbedaan gaya komunikasi antara generasi milenial dan generasi Z. Milenial cenderung lebih formal dan terstruktur, sementara generasi Z lebih spontan dan langsung. Ketegangan kecil kerap terjadi akibat perbedaan ekspektasi komunikasi ini. Namun, konflik tersebut dapat diredam melalui diskusi terbuka dan pemahaman lintas generasi. Temuan ini mendukung penelitian oleh Rahmawati dan Lestari (2021) bahwa komunikasi antar generasi di perusahaan startup memerlukan pendekatan yang inklusif dan adaptif.

Dari sisi efektivitas kerja, komunikasi yang baik terbukti berkontribusi pada percepatan penyelesaian proyek dan pengambilan keputusan. Informan menyebutkan bahwa kemampuan menyampaikan ide dengan jelas dan menerima umpan balik secara terbuka membuat proses kerja lebih efisien. Hal ini memperkuat konsep bahwa komunikasi organisasi bukan sekadar pertukaran informasi, tetapi juga proses strategis untuk mencapai tujuan bersama (Setiawan, 2020).

Namun demikian, penelitian juga mencatat adanya kebutuhan untuk meningkatkan kejelasan peran (*role clarity*) dalam komunikasi. Beberapa anggota tim merasa tugas dan tanggung jawab mereka tumpang tindih dengan rekan kerja lain, sehingga menyebabkan kebingungan dan duplikasi kerja. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun komunikasi berjalan intens, struktur komunikasi yang tidak jelas dapat menghambat kinerja tim. Hal ini

sejalan dengan pendapat Harjanti (2019) bahwa kejelasan peran merupakan elemen penting dalam komunikasi organisasi yang efektif.

Pelatihan komunikasi menjadi kebutuhan yang dirasakan oleh mayoritas informan. Mereka berharap perusahaan menyediakan workshop atau sesi pengembangan keterampilan komunikasi, terutama dalam hal presentasi, persuasi, dan komunikasi lintas budaya. Menurut Sari dan Nugroho (2021), investasi dalam pengembangan keterampilan komunikasi memiliki dampak langsung pada peningkatan efektivitas organisasi.

Kehadiran budaya feedback juga menjadi sorotan penting dalam hasil penelitian ini. Perusahaan membiasakan anggota tim untuk memberikan dan menerima umpan balik secara berkala. Feedback diberikan tidak hanya oleh atasan kepada bawahan, tetapi juga secara horizontal antar rekan kerja. Praktik ini menciptakan suasana kerja yang terbuka terhadap perbaikan dan pembelajaran berkelanjutan. Dalam jurnal oleh Yusuf dan Widodo (2020), disebutkan bahwa budaya feedback yang sehat meningkatkan kualitas hubungan interpersonal dan kinerja individu.

Penelitian ini juga menemukan bahwa komunikasi yang bersifat *storytelling* digunakan secara strategis oleh manajemen untuk menyampaikan visi dan nilai-nilai perusahaan kepada seluruh anggota tim. Melalui narasi yang menggambarkan asal-usul startup, perjuangan menghadapi berbagai tantangan, hingga gambaran harapan masa depan, manajemen mampu menciptakan kedekatan emosional dan memperkuat rasa memiliki dalam diri karyawan. Cerita-cerita ini bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium untuk menanamkan makna dan budaya organisasi secara lebih mendalam. Dibandingkan dengan penyampaian informasi yang bersifat formal dan teknis, pendekatan naratif terbukti lebih mudah diterima, lebih membekas dalam ingatan, dan lebih efektif dalam membangun koneksi antarpersonal dalam organisasi. Temuan ini memperkuat pendapat Andayani (2018) yang menyatakan bahwa komunikasi berbasis narasi memiliki kekuatan untuk membentuk identitas kolektif dan meningkatkan loyalitas terhadap organisasi secara lebih berkelanjutan.

Dari hasil dan pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi di perusahaan startup berbasis teknologi sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor kunci, antara lain budaya kerja yang dinamis, pemanfaatan teknologi digital, gaya kepemimpinan yang adaptif, serta keragaman karakteristik individu dalam tim. Keempat elemen ini saling berinteraksi dan membentuk pola komunikasi yang unik, di mana keterbukaan, kolaborasi, dan strategi komunikasi yang tepat menjadi landasan penting untuk mendukung pertumbuhan dan mendorong inovasi dalam lingkungan yang serba cepat dan penuh ketidakpastian. Komunikasi yang efektif berperan sebagai penghubung antara visi strategis perusahaan dan pelaksanaannya di lapangan, serta menjadi perekat dalam membangun sinergi antar anggota tim. Namun demikian, perusahaan juga harus menyadari adanya tantangan seperti beban informasi yang berlebihan (*information overload*), perbedaan persepsi antarkaryawan, serta ketidakjelasan peran yang dapat menghambat aliran komunikasi dan menurunkan produktivitas. Oleh karena itu, pendekatan sistematis dan berkelanjutan dalam mengelola komunikasi organisasi perlu diterapkan agar komunikasi tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi kekuatan utama dalam membentuk budaya kerja yang sehat dan mendorong pencapaian tujuan bersama.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi komunikasi organisasi yang lebih adaptif terhadap dinamika era digital, khususnya dalam konteks startup teknologi di Indonesia. Strategi tersebut meliputi penguatan budaya komunikasi terbuka, peningkatan kompetensi komunikasi digital, pelatihan lintas generasi, serta penggunaan teknologi secara bijak untuk mendukung efektivitas kerja dan inovasi.

KESIMPULAN

Komunikasi organisasi dalam startup teknologi yang dikaji menunjukkan karakteristik yang khas, yaitu informal, fleksibel, dan kolaboratif, sejalan dengan struktur organisasi yang datar dan budaya kerja yang dinamis. Pola komunikasi yang didominasi oleh interaksi

horizontal melalui media digital maupun tatap muka informal mendorong partisipasi aktif, pertukaran ide yang cepat, dan pengambilan keputusan yang lebih inklusif. Kepemimpinan partisipatif, budaya keterbukaan, serta praktik feedback dan storytelling turut memperkuat efektivitas komunikasi sebagai alat strategis dalam memperkuat identitas bersama dan mempercepat pencapaian tujuan perusahaan. Namun demikian, tantangan seperti perbedaan gaya komunikasi antaranggota tim lintas generasi dan latar belakang, beban informasi berlebih akibat platform digital, serta ketidakjelasan peran kerja menunjukkan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih sistematis, terarah, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengintegrasikan pelatihan komunikasi, manajemen informasi yang bijak, serta strategi adaptif lintas generasi dan lintas disiplin guna memastikan bahwa komunikasi tidak hanya berlangsung intens tetapi juga efektif, efisien, dan mendukung keberlangsungan inovasi dalam lingkungan bisnis yang cepat berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, A. (2018). Storytelling dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 134–146.
- Astuti, R., & Mulyana, D. (2021). Komunikasi Terbuka dalam Lingkungan Startup. *Jurnal Komunikasi Efektif*, 4(1), 22–35.
- Fitriani, N., & Yuliana, R. (2021). Komunikasi Digital di Era Kerja Virtual. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 5(3), 78–88.
- Handayani, T. (2020). Information Overload dan Dampaknya terhadap Kinerja. *Jurnal Psikologi dan Organisasi*, 6(2), 101–110.
- Harjanti, D. (2019). Peran Kejelasan Tugas dalam Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 15(1), 59–66.
- Kusdi. (2011). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, H. (2018). Kepemimpinan Komunikatif dalam Organisasi Modern. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 10(2), 88–96.
- Priyanto, A. (2019). "omunikasi Lintas Disiplin dalam Startup Teknologi. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 3(1), 45–52.
- Putra, D. A. (2019). Faktor-Faktor Penyebab Gagalnya Startup di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 98–105.
- Rahmawati, D., & Lestari, M. (2021). Komunikasi Antar Generasi di Dunia Kerja. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(2), 112–121.
- Sari, N., & Nugroho, B. (2021). Pelatihan Komunikasi dan Dampaknya terhadap Kinerja. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(1), 40–49.
- Setiawan, E. (2020). Komunikasi sebagai Strategi Organisasi. *Jurnal Strategi dan Bisnis*, 7(3), 71–81.
- Startup Ranking. (2023). Top Countries in Startup Ecosystem. Diakses dari: <https://www.startupranking.com>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. (2020). Komunikasi Fleksibel dalam Dunia Startup. *Jurnal Inovasi dan Teknologi*, 4(2), 98–106.
- Wibowo, A. (2020). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wirawan. (2013). *Teori-Teori Kepemimpinan, Organisasi, dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wulandari, P. (2020). Fungsi Komunikasi Informal dalam Tim. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 6(1), 55–62.
- Yusuf, A., & Widodo, R. (2020). Budaya Feedback dalam Organisasi Startup. *Jurnal Manajemen Kontemporer*, 8(2), 33–45.