Science and Education Journal
Vol 5 No 2 (2026)
E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Digitalisasi Komunikasi Organisasi Dan Proses Sensemaking Dalam Transformasi Budaya Kerja: Perspektif Karl Weick

Tabrani Sjafrizal[1], Saeful Mujab[2], Ari Sulityanto[3]
[1]Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, tabrani.sjafrizal@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah secara mendasar praktik komunikasi dalam organisasi, tidak hanya pada aspek teknologi, tetapi juga pada cara anggota organisasi membangun dan menegosiasikan makna atas realitas kerja mereka. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana digitalisasi komunikasi organisasi memengaruhi proses sensemaking dalam transformasi budaya kerja dengan menggunakan perspektif teori dari Karl Weick. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi komunikasi digital, serta analisis dokumen internal organisasi. Analisis dilakukan dengan mengacu pada tujuh karakteristik sensemaking, yaitu identitas, retrospektif, enactment, sosial, berkelanjutan, penggunaan isyarat (cues), dan plausibilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi menciptakan ketidakpastian sekaligus membuka ruang interpretasi baru dalam praktik kerja. Anggota organisasi melakukan rekonstruksi identitas profesional, menafsirkan ulang norma komunikasi, serta membentuk makna kolektif melalui interaksi digital yang berlangsung secara terus-menerus. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi budaya kerja di era digital merupakan hasil proses konstruksi makna yang dinamis, bukan sekadar adaptasi teknologis. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi organisasi digital serta implikasi praktis bagi pengelolaan komunikasi internal di tengah perubahan teknologi yang cepat.

Kata Kunci: *digitalisasi, komunikasi, organisasi, sensemaking, transformasi.*

Abstract

Digital transformation has fundamentally changed communication practices within organizations, not only in terms of technology, but also in terms of how members of the organization construct and negotiate meaning about their work reality. This study aims to analyze how the digitization of organizational communication affects the sensemaking process in work culture transformation using Karl Weick's theoretical perspective. This study uses a qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, observation of digital communication, and analysis of internal organizational documents. The analysis was conducted with reference to seven characteristics of sensemaking, namely identity, retrospective, enactment, social, sustainability, use of cues, and plausibility. The results show that the digitization of communication creates uncertainty while opening up new spaces for interpretation in work practices. Members of the organization reconstruct their professional identities, reinterpret communication norms, and form collective meanings through continuous digital interactions. These findings confirm that the transformation of work culture in the digital era is the result of a dynamic process of meaning construction, not merely technological adaptation. This research contributes theoretically to the development of digital organizational communication studies and has practical implications for internal communication management amid rapid technological change.

Keywords: *digitalization, communication, organization, sensemaking, transformation*

Corresponding Author:
Tabrani Sjafrizal
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, tabrani.sjafrizal@dsn.ubharajaya.ac.id

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak transformatif terhadap cara organisasi melakukan komunikasi internal dan eksternal, serta bagaimana makna dibentuk dalam konteks kerja modern. Era digital tidak hanya mengubah medium komunikasi dari tatap muka ke media digital seperti platform kolaboratif, pesan instan, dan konferensi video, tetapi juga menciptakan kompleksitas, ambiguitas, dan variasi interpretasi yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam praktik komunikasi organisasi (Gunarto et al., 2025). Komunikasi organisasi tradisional yang banyak menekankan struktur formal dan hierarki kini mengalami pergeseran signifikan seiring meningkatnya penggunaan media digital. Perubahan ini menuntut anggota organisasi untuk beradaptasi secara terus menerus terhadap pola interaksi baru yang bersifat lebih asinkron dan tersebar, serta mampu menjembatani kesenjangan makna yang mungkin timbul akibat informasi yang tidak lengkap atau ambigu (La Ode et al., 2025). Dalam konteks tersebut, pengelolaan makna, interpretasi bersama, dan reaksi terhadap ambiguitas menjadi elemen penting dalam dinamika komunikasi organisasi di era digital.

Dalam konteks ini, teori sensemaking dari Karl Weick menjadi sangat relevan sebagai landasan analisis. Weick menjelaskan bahwa organisasi bukanlah struktur statis, tetapi "proses sosial yang terus berulang" di mana anggota organisasi secara kolektif menciptakan, menafsirkan, dan menegosiasikan makna atas apa yang terjadi dalam lingkungan kerja mereka (Weick, 1995; didefinisikan sebagai proses di mana orang memberikan makna terhadap pengalaman kolektif mereka) melalui komunikasi dan tindakan bersama. Dalam pandangan ini, transformasi organisasi muncul bukan semata dari perubahan teknologi, tetapi dari *proses interpretasi bersama* atas informasi yang muncul dari perubahan tersebut. Sensemaking didefinisikan sebagai proses aktif di mana individu atau kelompok mengembangkan pemahaman bersama terhadap situasi yang ambigu atau baru (Weick, 1995; Weick et al., 2005). Dalam organisasi modern, digitalisasi komunikasi menciptakan *equivocality* — yaitu ketidakjelasan dan variasi interpretasi atas informasi yang sama — sehingga memaksa anggota organisasi untuk melakukan sensemaking agar dapat menyusun pemahaman yang cukup stabil untuk mengambil tindakan yang sesuai. Pendekatan sensemaking berbeda dari sekadar interpretasi karena melibatkan proses retrospektif, dialog sosial, dan penciptaan makna kolektif yang memengaruhi perilaku organisasi secara berkelanjutan.

Digitalisasi komunikasi memengaruhi seluruh aspek komunikasi organisasi, dari pola interaksi hingga struktur budaya kerja. Komunikasi digital bersifat lebih cepat, tersebar, dan multi-cuing, yang berarti setiap anggota organisasi dihadapkan pada arus informasi yang tinggi dan variasi pesan yang heterogen. Fenomena *information overload*, fragmentasi makna, serta tantangan meminta keselarasan makna antar anggota justru semakin menonjol dalam praktik komunikasi digital (Gunarto et al., 2025). Dengan demikian, digitalisasi bukan sekadar masalah teknologi, melainkan perubahan dalam proses sosial dan kognitif di mana anggota organisasi semakin harus membuat sense terhadap alur informasi yang kompleks.

Selain itu, transformasi budaya kerja yang muncul dari digitalisasi komunikasi juga tidak bisa dipahami secara terpisah dari proses sensemaking. Budaya organisasi, yang mencakup nilai, norma, pandangan bersama, dan asumsi dasar anggota organisasi, dipengaruhi oleh cara mereka menafsirkan perubahan teknologi, berinteraksi dalam ruang komunikasi digital, dan menyesuaikan diri terhadap tuntutan kerja baru (El Barqa et al., 2025). Organisasi yang mampu mengintegrasikan perubahan teknologi dan pemaknaan bersama cenderung lebih adaptif dan inovatif dalam merespons dinamika lingkungan kerja digital.

Penelitian sebelumnya juga menyoroti bahwa komunikasi digital memengaruhi keterlibatan karyawan, kolaborasi tim, dan pola hubungan kerja dengan cara yang berbeda dari komunikasi tradisional (Gunarto et al., 2025). Hal ini terjadi karena media digital tidak hanya menyediakan saluran baru untuk menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan mekanisme sosial baru di mana makna diproduksi, dinegosiasikan, dan dipertahankan secara kolektif.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Fleksibilitas media digital memungkinkan interaksi multi-arah dan dialog terbuka, namun juga memiliki risiko menimbulkan ketidakpastian makna jika tidak dikelola dengan kerangka pemahaman yang kuat. Gaps dalam literatur saat ini menunjukkan bahwa meskipun banyak penelitian telah mendeskripsikan fenomena digitalisasi komunikasi dan transformasi budaya organisasi, sedikit yang mengintegrasikan keduanya melalui perspektif sensemaking yang eksplisit. Banyak studi empiris yang fokus pada perubahan teknologi semata atau dampaknya terhadap efisiensi komunikasi, tanpa menggali bagaimana makna dibentuk dalam proses sosial yang berkembang di dalam organisasi. Karena itu, penelitian ini menempatkan teori sensemaking sebagai kerangka utama untuk memahami interaksi antara digitalisasi komunikasi dan transformasi budaya kerja secara lebih mendalam.

Dengan demikian, penelitian ini hendak menjawab dua pertanyaan utama: (1) bagaimana digitalisasi komunikasi organisasi dijalankan dan dialami oleh anggota organisasi dalam konteks era digital yang kompleks? dan (2) bagaimana proses sensemaking berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman bersama serta transformasi budaya kerja dalam organisasi? Pertanyaan ini muncul dari kebutuhan untuk memahami fenomena digitalisasi komunikasi tidak hanya sebagai perubahan struktural teknologi, tetapi juga sebagai dinamika sosial-kognitif yang memengaruhi cara organisasi menciptakan makna dan bertindak.

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus untuk mendapatkan gambaran empiris yang kaya dari pengalaman komunikasi digital di lingkungan organisasi nyata. Pendekatan ini dipandang tepat karena sifat dari sensemaking yang bersifat kontekstual, dinamis, dan berakar dalam pengalaman nyata orang-orang yang berinteraksi dalam sistem komunikasi digital organisasi. Secara teori, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kajian komunikasi organisasi digital dengan memadukan literatur tentang digitalisasi, budaya kerja, dan sensemaking. Secara praktis, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengambil keputusan organisasi untuk merancang strategi komunikasi internal yang lebih efektif dalam mendukung adaptasi budaya kerja di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam proses digitalisasi komunikasi organisasi dan dinamika *sensemaking* yang menyertainya. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menangkap makna subjektif, interpretasi, dan pengalaman sosial anggota organisasi dalam konteks perubahan digital yang kompleks (Tracy, 2020). Studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, khususnya ketika batas antara fenomena dan konteks tidak terlihat secara tegas (Yin, 2018).

Subjek penelitian terdiri atas pimpinan, manajer, dan staf pada satu organisasi yang sedang menjalankan transformasi digital komunikasi internal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif pada rapat daring dan interaksi platform komunikasi internal, serta analisis dokumen organisasi. Observasi komunikasi digital memungkinkan peneliti mengidentifikasi *extracted cues* dan pola interaksi yang relevan dengan proses *sensemaking* (Maitlis & Christianson, 2014; Sandberg & Tsoukas, 2020).

Analisis data dilakukan secara tematik dengan tahapan *open coding*, kategorisasi, dan interpretasi berbasis tujuh karakteristik *sensemaking* yang dikembangkan oleh Karl Weick. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, *member checking*, serta audit jejak penelitian (Nowell et al., 2017). Pendekatan ini memungkinkan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana makna dibentuk, dinegosiasikan, dan distabilisasi dalam praktik komunikasi digital organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi Komunikasi sebagai Pemicu Ketidakpastian Organisasi

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi tidak sekadar mengubah medium interaksi, tetapi memicu kondisi ketidakpastian struktural dan simbolik dalam organisasi. Informan menggambarkan fase awal transformasi digital sebagai periode "kebingungan kolektif" yang ditandai dengan perubahan ritme komunikasi, ekspektasi respons yang lebih cepat, serta berkurangnya kejelasan pesan nonverbal. Fenomena ini sejalan dengan temuan Waizenegger et al. (2020) yang menunjukkan bahwa transisi menuju kerja digital menciptakan ambiguitas peran dan ekspektasi komunikasi. Dalam konteks ini, digitalisasi memperbesar equivocality, yaitu kondisi ketika informasi yang sama dapat ditafsirkan secara berbeda oleh anggota organisasi (Maitlis & Christianson, 2014).

Beberapa informan menyatakan bahwa pesan dalam grup digital sering ditafsirkan secara beragam karena tidak adanya intonasi dan ekspresi wajah. Hal ini memperkuat argumen bahwa komunikasi digital meningkatkan kebutuhan akan proses interpretatif yang lebih intensif dibanding komunikasi tatap muka (Leonardi, 2021). Dalam perspektif sensemaking, ketidakpastian bukanlah kondisi yang harus dihindari, melainkan pemicu utama proses penciptaan makna. Ketika rutinitas lama terganggu, anggota organisasi terdorong untuk mencari penjelasan yang masuk akal atas perubahan tersebut. Digitalisasi komunikasi dengan demikian menjadi triggering event bagi proses sensemaking kolektif.

Rekonstruksi Identitas dalam Ruang Digital

Karakteristik pertama sensemaking adalah berbasis identitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi komunikasi mendorong anggota organisasi merekonstruksi identitas profesional mereka. Pimpinan organisasi misalnya, tidak lagi mengandalkan kehadiran fisik sebagai simbol otoritas, tetapi membangun legitimasi melalui konsistensi pesan, kejelasan arahan tertulis, dan kecepatan respons di platform digital. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas kepemimpinan mengalami redefinisi simbolik.

Gibbs et al. (2017) menjelaskan bahwa komunikasi digital mengubah dinamika kekuasaan karena visibilitas pesan lebih tinggi dan jejak digital dapat ditelusuri. Identitas profesional tidak lagi ditentukan oleh posisi formal semata, tetapi juga oleh performativitas komunikasi digital. Anggota organisasi melakukan refleksi retrospektif terhadap pengalaman komunikasi sebelumnya untuk membentuk identitas baru. Dalam wawancara, beberapa informan menyatakan bahwa mereka "belajar menjadi komunikator yang lebih eksplisit" karena kesalahan interpretasi sebelumnya. Proses ini menunjukkan bahwa identitas dibentuk melalui refleksi pengalaman, sebagaimana ditegaskan dalam teori sensemaking.

Proses Retrospektif dan Narasi Perubahan

Sensemaking bersifat retrospektif. Anggota organisasi memahami situasi saat ini dengan melihat kembali pengalaman masa lalu. Dalam penelitian ini, informan sering membandingkan komunikasi digital dengan praktik tatap muka sebelum digitalisasi. Narasi yang muncul cenderung bersifat ambivalen. Sebagian melihat digitalisasi sebagai peningkatan efisiensi, sementara sebagian lain merindukan kedekatan interpersonal yang dianggap lebih autentik. Narasi ini berfungsi sebagai mekanisme stabilisasi makna.

Sandberg dan Tsoukas (2020) menekankan bahwa retrospeksi memungkinkan individu menyusun cerita yang koheren atas pengalaman yang awalnya ambigu. Dalam konteks digitalisasi komunikasi, narasi tersebut membantu organisasi membingkai perubahan sebagai proses adaptasi, bukan disrupsi permanen. Narasi kolektif ini juga berperan dalam pembentukan budaya kerja baru. Ketika cerita tentang "fleksibilitas" dan "kolaborasi digital" diulang secara konsisten, nilai tersebut menjadi bagian dari identitas organisasi.

Enactment: Teknologi sebagai Aktor Sosial

Dimensi enactment menunjukkan bahwa individu tidak hanya menafsirkan realitas, tetapi juga menciptakan realitas melalui tindakan mereka. Dalam konteks digitalisasi, teknologi bukan alat netral, melainkan medium yang membentuk pola interaksi. Fitur seperti read receipts, notification alerts, dan activity logs menciptakan budaya respons cepat. Informan menyebut adanya tekanan implisit untuk segera membalas pesan karena status "terbaca" terlihat oleh pengirim.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Leonardi (2021) menyatakan bahwa teknologi digital memiliki affordances yang memengaruhi struktur organisasi. Dengan demikian, organisasi "mewujudkan" realitas digital melalui penggunaan fitur-fitur tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tertentu memperkuat nilai transparansi sekaligus meningkatkan persepsi pengawasan. Ambivalensi ini memperlihatkan bahwa enactment digital bersifat paradoksal.

Proses *sensemaking* dalam komunikasi digital juga memperlihatkan adanya dinamika kekuasaan yang lebih subtil dibandingkan komunikasi tatap muka. Dalam ruang digital, kontrol tidak selalu hadir melalui instruksi langsung, melainkan melalui desain sistem, algoritma notifikasi, serta visibilitas aktivitas anggota organisasi. Kondisi ini membentuk pola disiplin baru yang bersifat simbolik dan terselubung. Anggota organisasi menyesuaikan perilaku komunikasinya bukan hanya karena norma formal, tetapi karena kesadaran bahwa jejak digital mereka dapat dipantau dan dievaluasi sewaktu-waktu. Dengan demikian, makna profesionalisme, komitmen, dan produktivitas mengalami redefinisi dalam konteks digital.

Lebih lanjut, intensitas komunikasi yang tinggi di ruang digital mendorong percepatan pembentukan interpretasi kolektif, namun sekaligus meningkatkan risiko polarisasi makna apabila tidak ada mekanisme klarifikasi. Situasi ini menuntut kemampuan reflektif individu dan kepemimpinan komunikatif yang mampu mengarahkan dialog menuju pemahaman bersama. Oleh karena itu, transformasi budaya kerja digital tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada kualitas interaksi simbolik yang menopang proses penciptaan makna secara berkelanjutan dalam organisasi

Dimensi Sosial dalam Pembentukan Makna

Sensemaking bersifat sosial. Makna dibentuk melalui interaksi antaranggota organisasi. Dalam komunikasi digital, ruang diskusi formal dan informal menjadi arena negosiasi makna. Grup percakapan digital tidak hanya digunakan untuk koordinasi kerja, tetapi juga untuk berbagi humor, dukungan emosional, dan klarifikasi kebijakan. Interaksi informal ini berfungsi sebagai mekanisme reduksi ambiguitas.

Faraj et al. (2018) menekankan bahwa platform digital menciptakan ruang kolaboratif baru yang memungkinkan dialog multi-arah. Dalam penelitian ini, dialog tersebut menjadi sarana penting untuk menyamakan persepsi.

Proses sosial ini menunjukkan bahwa transformasi budaya kerja terjadi melalui percakapan sehari-hari, bukan semata-mata kebijakan formal.

Extracted Cues dalam Lingkungan Digital

Dalam komunikasi tatap muka, cues meliputi ekspresi wajah, intonasi, dan bahasa tubuh. Dalam komunikasi digital, cues berubah menjadi simbol teks, emoji, tanda baca, serta waktu respons. Informan menyatakan bahwa penggunaan emoji tertentu dapat mengurangi kesan formal dan memperkuat kedekatan interpersonal. Sebaliknya, pesan singkat tanpa tanda baca dianggap dingin atau otoriter. Maitlis dan Christianson (2014) menjelaskan bahwa extracted cues adalah potongan informasi yang dipilih individu untuk membangun interpretasi. Dalam konteks digital, pemilihan cues menjadi lebih selektif karena keterbatasan isyarat nonverbal.

Hal ini menunjukkan bahwa literasi komunikasi digital menjadi faktor penting dalam proses sensemaking organisasi. Dalam komunikasi tatap muka, *cues* meliputi ekspresi wajah, intonasi, dan bahasa tubuh. Dalam komunikasi digital, *cues* berubah menjadi simbol teks, emoji, tanda baca, serta waktu respons. Informan menyatakan bahwa penggunaan emoji tertentu dapat mengurangi kesan formal dan memperkuat kedekatan interpersonal. Sebaliknya, pesan singkat tanpa tanda baca dianggap dingin atau otoriter.

Maitlis dan Christianson (2014) menjelaskan bahwa *extracted cues* adalah potongan informasi yang dipilih individu untuk membangun interpretasi. Dalam konteks digital, pemilihan *cues* menjadi lebih selektif karena keterbatasan isyarat nonverbal. Hal ini menunjukkan bahwa literasi komunikasi digital menjadi faktor penting dalam proses *sensemaking* organisasi.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Selain itu, perbedaan generasi dan latar belakang budaya turut memengaruhi cara individu menafsirkan simbol digital. Emoji yang dimaknai ramah oleh satu kelompok dapat dipersepsikan kurang profesional oleh kelompok lain. Demikian pula, kecepatan respons sering diartikan sebagai indikator komitmen atau urgensi, padahal dapat dipengaruhi oleh beban kerja atau konteks situasional. Kondisi ini memperlihatkan bahwa organisasi memerlukan pedoman komunikasi digital yang adaptif agar proses interpretasi tidak menimbulkan miskomunikasi, serta mendukung terciptanya makna bersama yang selaras dengan nilai dan budaya organisasi.

Plausibility over Accuracy dalam Respons Digital

Karakteristik terakhir sensemaking adalah mengutamakan plausibilitas dibanding akurasi absolut. Dalam komunikasi digital yang cepat, anggota organisasi cenderung memberikan respons yang "cukup masuk akal" daripada menunggu informasi lengkap. Fenomena ini terlihat dalam pengambilan keputusan berbasis percakapan daring. Kecepatan respons menjadi indikator profesionalisme, meskipun informasi belum sepenuhnya diverifikasi.

Kniffin et al. (2021) menunjukkan bahwa dalam kerja jarak jauh, keputusan sering diambil berdasarkan informasi parsial karena tekanan waktu. Hal ini menguatkan temuan bahwa plausibilitas lebih dominan daripada presisi. Implikasinya, organisasi perlu menciptakan mekanisme klarifikasi untuk mencegah distorsi makna jangka panjang. Karakteristik terakhir *sensemaking* adalah mengutamakan *plausibility* dibanding akurasi absolut. Dalam komunikasi digital yang cepat, anggota organisasi cenderung memberikan respons yang "cukup masuk akal" daripada menunggu informasi lengkap. Fenomena ini terlihat dalam pengambilan keputusan berbasis percakapan daring. Kecepatan respons menjadi indikator profesionalisme, meskipun informasi belum sepenuhnya diverifikasi. Kniffin et al. (2021) menunjukkan bahwa dalam kerja jarak jauh, keputusan sering diambil berdasarkan informasi parsial karena tekanan waktu. Hal ini menguatkan temuan bahwa *plausibility* lebih dominan daripada presisi. Implikasinya, organisasi perlu menciptakan mekanisme klarifikasi untuk mencegah distorsi makna jangka panjang.

Lebih jauh, dominasi plausibilitas dalam komunikasi digital berpotensi menciptakan bias konfirmasi, di mana individu cenderung menerima informasi yang selaras dengan asumsi awal tanpa proses verifikasi mendalam. Dalam jangka pendek, strategi ini memang mendukung kelincahan organisasi (*organizational agility*), tetapi dalam jangka panjang dapat memunculkan kesalahan interpretasi yang terakumulasi. Oleh karena itu, diperlukan budaya komunikasi reflektif yang memberi ruang untuk revisi makna dan evaluasi ulang keputusan. Praktik seperti *follow-up clarification*, dokumentasi tertulis, serta penggunaan kanal komunikasi sinkron untuk isu strategis dapat menjadi strategi mitigasi agar keseimbangan antara kecepatan dan akurasi tetap terjaga.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa proses *sensemaking* dalam komunikasi organisasi digital mengalami transformasi signifikan akibat perubahan bentuk dan kualitas *cues*. Jika dalam komunikasi tatap muka makna dibangun melalui ekspresi wajah, intonasi, dan bahasa tubuh, maka dalam ruang digital interpretasi bergantung pada simbol teks, emoji, tanda baca, serta kecepatan respons. Perubahan ini menjadikan literasi komunikasi digital sebagai kompetensi kunci dalam membangun makna bersama (*shared meaning*) di lingkungan organisasi.

Temuan menunjukkan bahwa anggota organisasi secara aktif mengekstraksi isyarat yang tersedia untuk membangun interpretasi, meskipun informasi yang diterima bersifat parsial. Dalam konteks kerja jarak jauh dan komunikasi daring yang serba cepat, proses *sensemaking* lebih mengedepankan plausibilitas dibandingkan akurasi absolut. Respons yang "cukup masuk akal" sering kali diprioritaskan demi menjaga ritme kerja dan citra profesionalisme. Namun, kecenderungan ini juga membuka ruang bagi bias interpretasi, miskomunikasi, dan distorsi makna jangka panjang apabila tidak diimbangi dengan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

mekanisme klarifikasi. Implikasinya, organisasi perlu mengembangkan pedoman komunikasi digital yang adaptif, membangun budaya reflektif, serta menyediakan ruang klarifikasi melalui kanal sinkron maupun dokumentasi tertulis. Dengan demikian, keseimbangan antara kecepatan dan ketepatan dapat terjaga.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian sensemaking dengan menunjukkan bagaimana dinamika ekstraksi cues, interpretasi selektif, dan dominasi plausibilitas beroperasi dalam ekosistem komunikasi digital kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

El Barqa, M., Sandrawati, A., & Winadi, A. A. (2025). Transformasi Budaya Organisasi Dalam Reformasi Birokrasi Dan Digitalisasi Di Instansi Pemerintah. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ). (journal.yrpipku.com)

Gunarto, B., Sandjaya, A., Aseanty, D., & Sarfilianty, S. (2025). Komunikasi di era digital: Tinjauan literatur tentang pengaruh dan perannya dalam perilaku organisasi. Journal of Economic, Business and Accounting. (IPM2KPE Journal)

La Ode, A. M., Muslimin, K., Darwin, L. A., P, I., & Rosikah, R. (2025). Komunikasi Organisasi di Era Digital Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemimpinan Transformasional. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik. (Jurnal ITTC)

Weick, K. E., Sutcliffe, K. M., & Obstfeld, D. (2005). Organizing and the process of sensemaking.

Organization Science. (dialihkan dari rangkuman teoritis). (Wikipedia)

Fazriyati, W., & Jamil, A. (2025). Amplifying Digital Literacy Through Non-Profit Organizational Communication in a Sensemaking Perspective. Eduvest – Journal of Universal Studies. (ResearchGate)

Maitlis, S., & Christianson, M. (2014). Sensemaking in organizations: Taking stock and moving forward. Academy of Management Annals, 8(1), 57–125.

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. International Journal of Qualitative Methods, 16(1), 1–13.

Sandberg, J., & Tsoukas, H. (2020). Sensemaking reconsidered: Towards a broader understanding through phenomenology. Organization Theory, 1(1), 1–23.

Tracy, S. J. (2020). Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). Sage Publications.

Faraj, S., Jarvenpaa, S., & Majchrzak, A. (2018). Knowledge collaboration in online communities. Organization Science, 29(3), 1–15.

Gibbs, J., Rozaidi, N., & Eisenberg, J. (2017). Overcoming the “ideology of openness”. Information and Organization, 27(3), 1–16.

Kniffin, K. M., et al. (2021). COVID-19 and the workplace. American Psychologist, 76(1), 63–77. Leonardi, P. M. (2021). COVID-19 and the new technologies of organizing. Journal of Management Studies, 58(1), 247–251.

Maitlis, S., & Christianson, M. (2014). Sensemaking in organizations. Academy of Management Annals, 8(1), 57–125.

Sandberg, J., & Tsoukas, H. (2020). Sensemaking reconsidered. Organization Theory, 1(1), 1–23.

Waizenegger, L., McKenna, B., Cai, W., & Bendz, T. (2020). An affordance perspective of remote work. European Journal of Information Systems, 29(4), 429–442.

Weick, K. E. (1995). Sensemaking in Organizations. Sage Publications