



**SENSEMAKING DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI RANTAI
PASOK GULA: STUDI KASUS ID FOOD**

TESIS

**DHIFANABILA
2310422019**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM
MAGISTER
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Dhifa Nabila
NIM : 2310422019
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juli, 10 2026

Yang menyatakan,
(materai asli bu)



Dhifa Nabila

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGESAHAN TESIS

NAMA : Dhifa Nabila
NIM : 2310422019
PROGRAM STUDI : S2 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Sensemaking Komunikasi Organisasi Rantia Pasok Gula:
Studi Kasus ID FOOD

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi S2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing 1



Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si., Ph.D

Pembimbing 2



Dr. Witanti Prihatningsih, M.I.Kom

Penguji 1



Dr. Rini Rhyantini, M.Si

Penguji 2



Dr. Drina Intyaswati, M.Si

Ketua Program Studi
S2 Ilmu Komunikasi



Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 22 Juli 2026

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhifa Nabila
NIM : 2310422019
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S2 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta, Januari, 10

Yang menyatakan,



(Dhifa Nabila)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas proses sensemaking dalam komunikasi organisasi pada konteks rantai pasok gula di ID FOOD, khususnya dalam menghadapi

informasi yang kompleks, berlapis, dan berada dalam struktur birokrasi yang hierarkis. Latar belakang penelitian ini berangkat dari persoalan lambatnya alur komunikasi internal dan pengambilan keputusan yang berdampak pada

efisiensi koordinasi, respons organisasi, serta persepsi publik terhadap kinerja lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami bagaimana aktor-aktor organisasi membangun makna, menafsirkan informasi, dan merespons dinamika birokrasi dalam proses komunikasi internal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui

wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur, sedangkan analisis data diarahkan untuk mengidentifikasi pola komunikasi, hambatan birokrasi, serta proses pemaknaan yang terjadi di berbagai level organisasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana struktur komunikasi formal, prosedur berlapis, dan perbedaan kewenangan memengaruhi proses sensemaking dalam organisasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menghasilkan gambaran framework komunikasi yang lebih ideal untuk mendukung efisiensi alur informasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan meningkatkan koordinasi internal organisasi.

Kata kunci: komunikasi organisasi, sensemaking, birokrasi, rantai pasok, ID FOOD

ABSTRACT

This study examines the process of sensemaking in organizational communication within the sugar supply chain context at ID FOOD, particularly in dealing with complex, layered information within a hierarchicalbureaucraticstructure. Thebackgroundofthisresearchisrooted in the problem of slow internal communication flow and decision-making processes,whichaffectcoordinationefficiency,organizationalresponsivene ss, and public perception of institutional performance. This research employs a qualitative approach with a case study method to understand how organizational actors construct meaning, interpret information, and respond to bureaucratic dynamics in internal communication processes. Data were collected through in-depth interviews, observation, and literature review, while data analysis was directed at identifying communication patterns, bureaucratic barriers, and meaning-making processes occurring across differentorganizationallevels. Thefindingsofthisstudyareexpectedtoshow howformalcommunicationstructures,layeredprocedures,anddifferencesin authority influence the sensemaking process within the organization. In addition, this research is expected to produce an ideal communication framework that can support more efficient information flow, accelerate decision-making, and improve internal organizational coordination.

Keywords:organizationalcommunication,sensemaking,bureaucracy,suppl y chain, ID FOOD

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat

Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Sensemaking dalam Komunikasi Organisasi Rantai Pasok Gula: Studi Kasus ID FOOD" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Penyusunan tesis ini merupakan sebuah perjalanan panjang yang penuh dengan proses pembelajaran, tantangan, serta pengalaman yang sangat berharga. Selama proses penelitian hingga penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaiannya tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, nikmat kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang senantiasa diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Yani Hendrayani, S.Sos., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan selama proses penyusunan tesis ini.
3. Ibu Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran, serta dukungan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh informan penelitian serta pihak PT Rajawali Nusantara Indonesia (ID FOOD) yang telah memberikan kesempatan, bantuan, serta informasi yang sangat berharga sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
5. Kedua orang tua tercinta, keluarga besar, serta seluruh anggota

keluarga yang selalu memberikankasih sayang, doa, semangat, dan dukungan tanpa henti kepada penulis dalam setiap langkah perjalanan pendidikan ini.

6. Suamitercintayangselalumenjaditempatbersandar,memberikandoa,

semangat, kesabaran, dukungan, dan kepercayaan kepada penulis. Terima kasih telah menemani setiap proses, menguatkan di setiap tantangan, serta menjadi penyemangat terbesar hingga tesis ini dapat diselesaikan.

7. Sahabat, teman-teman Program Magister Ilmu Komunikasi, rekan-rekan, sertasemuapihakyangtidakdapat penulis sebutkansatupersatu,yangtelah memberikan bantuan, dukungan, doa, dan semangat selama proses penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar tesis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi organisasi dan sensemaking, maupun bagi praktisi dan peneliti yang memiliki ketertarikan pada bidang komunikasi organisasi dan rantai pasok.

Jakarta, Juli 2026
Hormat Penulis, Dhifa Nabila

DAFTAR ISI

HALAMANSAMPUL.....	i
PERNYATAANORISINALITAS.....	ii
LEMBARPERSETUJUANSIDANGTESIS.....	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATAPENGANTAR.....	vii
DAFTARISI.....	ix
DAFTARTABEL.....	xii
DAFTARGAMBAR.....	xiii
DAFTARLAMPIRAN.....	xiv
BABIPENDAHULUAN.....	1
1.1. LatarBelakangPenelitian.....	1
1.2. RumusanMasalah.....	11
1.3. TujuanPenelitian.....	12
1.4. ManfaatPenelitian.....	12
1.5. SistematikaPenulisan.....	12
BABIITINJAUANPUSTAKA.....	14
2.1. PenelitianTerdahulu.....	14
2.2. TeoridanKonsep.....	21
2.2.1. KomunikasiOrganisasisebagaikonsep.....	21
2.2.2. ArusKomunikasiInternal.....	21
2.2.3. MediadanMekanismeKomunikasi.....	23
2.2.4. TeoriSensemaking sebagaiLensaTeoritisUtama.....	23
2.2.5. KonsepDasarSensemaking.....	24
2.2.6. SensemakingdalamOrganisasiBirokratis.....	24
2.3. KerangkaPemikiran.....	26
BABIIIMETODOLOGIPENELITIAN.....	29
3.1. PendekatanPenelitian.....	29
3.2. ParadigmaPenelitian.....	30

3.3. Metode Penelitian.....	31
3.4. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.5. Lokasi Penelitian.....	35
3.6. Waktu Penelitian.....	35
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7.1. Data Primer.....	36
3.8. Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1. Reduksi Data (Data Reduction).....	37
3.8.2. Penyajian Data (Data Display).....	38
3.8.3. Menarik Kesimpulan & Verifikasi.....	38
3.9. Teknik Keabsahan Data (Uji Validitas Data Kualitatif).....	39
3.9.1. Triangulasi Data.....	39
3.9.2. Triangulasi Sumber.....	40
3.9.3. Triangulasi Metode.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1. Profil Perusahaan.....	44
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.2. Hasil Penelitian.....	46
4.2.1. Proses Sensemaking dalam Komunikasi Organisasi pada Pengelolaan Rantai Pasok Gula di ID FOOD.....	46
4.2.2. Pemaknaan Aktor Organisasi terhadap Kompleksitas Birokrasi dalam Framework Komunikasi ID FOOD.....	50
4.2.3. Peran Framework Komunikasi Organisasi dalam Mendukung Proses Sensemaking dan Alur Komunikasi Internal.....	55
4.2.4. Dampak yang Terjadi Terhadap Pengelolaan Rantai Pasok Gula.....	64

4.2.5. Studi Kasus Kesenjangan Implementasi Framework Komunikasi pada Rantai Pasok Gula ID FOOD	69
4.3. Pembahasan	73
4.3.1. Proses Sensemaking dalam Memahami Perubahan dan Ketidakpastian	75
4.3.2. Pemaknaan Aktor Organisasi terhadap Kompleksitas Birokrasi	79
4.3.3. Peran Framework Komunikasi Organisasi dalam Mendukung Proses Sensemaking dan Alur Komunikasi Internal	83
4.3.4. Perbedaan Identitas Aktor Membentuk Perbedaan Interpretasi	87
4.3.5. Model Sensemaking Komunikasi Organisasi pada Rantai Pasok Gula ID FOOD	91
BAB V PENUTUP	96
5.1. Kesimpulan	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. Informan.....	33
Tabel 3. Waktu Rencana Penelitian.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar1. Penyerapan Gula Petani.....	4
Gambar2. Klarifikasi ID FOOD.....	4
Gambar3. Model Komunikasi Miller.....	22
Gambar4. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	27
Gambar5. Struktur Organisasi ID FOOD Updates.....	45
Gambar6. Flow Chart Approval Project ID FOOD.....	47
Gambar7. Framework Antar Divisi ID FOOD Hasil Coding NVivo.....	55
Gambar8. Hasil Coding NVivo Tema Hambatan dalam Alur Komunikasi & Informasi.....	59
Gambar 9. Dampak Hambatan Komunikasi terhadap Pengelolaan Rantai Pasok Gula.....	64
Gambar 10. Hasil Coding NVivo Tema Studi Kasus Implementasi Framework Komunikasi.....	69
Gambar11. Model Sensemaking Komunikasi Organisasi pada Rantai Pasok Gula ID FOOD.....	93

DAFTARLAMPIRAN

Lampiran1.Pedomani/DraftWawancaraPenelitian.....	106
Lampiran2.Transkrip WawancaraInforman1.....	107
Lampiran3.Transkrip WawancaraInforman2.....	108
Lampiran4.Transkrip WawancaraInforman3.....	109
Lampiran5.Transkrip WawancaraInforman4.....	110
Lampiran6. Matriks/CodingDataNVIVOWawancara.....	111
Lampiran7. MatriksNVIVOHasilPenelitian.....	112
Lampiran8.SuratIzinPenelitian.....	113
Lampiran9. DokumenPendukungPenelitian.....	114
Lampiran10.DaftarRiwayatHidup.....	115