

# LOA Jurnal

## Budaya Organisasi sebagai Strategi Membangun Reputasi melalui Employee Advocacy

Laurentius Iwan Pranoto

Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si.

Dr. Nuria Astagini, S.Sos, M.Si.

**WARTA**  
IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA

Vol. 00 (0).2024  
E-ISSN 2686-0724  
P-ISSN 0853-3370

**Budaya Organisasi sebagai Strategi Membangun Reputasi melalui Employee Advocacy**

<http://dx.doi.org/10.25008/>

**Laurentius Iwan Pranoto<sup>1</sup>, Bertha Sri Eko Murtiningsih<sup>2</sup>, Nuria Astagini<sup>3\*</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Multimedia Nusantara  
Jl. Scientia Boulevard, Curug Sangereng, Tangerang 15810 – Indonesia  
\*e-mail korespondensi: [iwan\\_pranoto@student.umn.ac.id](mailto:iwan_pranoto@student.umn.ac.id), [bertarsi@umn.ac.id](mailto:bertarsi@umn.ac.id), [nuria.astagini@umn.ac.id](mailto:nuria.astagini@umn.ac.id)

Submitted: dd/mm/yyyy, Revised: dd/mm/yyyy, Accepted: dd/mm/yyyy  
Accredited by Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

**Abstract**  
Employees increasingly act as spokespersons for organizations through social media, highlighting the importance of communication strategies based on employee advocacy (EA). This study aims to analyze how the organizational culture at Asuransi Astra serves as a strategic foundation for implementing EA and how the communication strategy impacts employee engagement and corporate reputation building. The study is supported by organizational culture theory (Schein), strategic communication models (Smith), and employee advocacy approaches by Thelen and Men & Yue. This research employs a qualitative case study design. Data were collected through in-depth interviews with 11 participants comprising steering committee members, project leaders, daily coordinators, employee influencers (POMfluencers), and one expert informant. The thematic descriptive analysis explored the relationships between organizational culture, communication strategy, and employees' emotional engagement. The findings reveal that EA at Asuransi Astra is not merely a promotional tool but a manifestation of a supportive, open, and inclusive organizational culture. Employees feel emotionally empowered, are given space to express corporate values through their styles and receive active support from management. Employee advocacy bridges internal communication and organically and sustainably builds an external reputation. This study affirms that the success of EA does not depend on the technical aspects of message distribution but on the consistent enactment of values through daily practices and relationship building. The findings contribute to the study of organizational communication related to EA based on a participative and authentic organizational culture.

**Keywords:** corporate reputation; employee advocacy; employee engagement; organizational behaviour; strategic communication



Prof. Dr. Rajab Ritonga  
To You

02/05/2025

mr Laurentius Iwan Pranoto:

Thank you for submitting the manuscript, "Budaya Organisasi sebagai Strategi Membangun Reputasi melalui Employee Advocacy" to Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. With the online journal management system that we are using, you will be able to track its progress through the editorial process by logging in to the journal web site:

Manuscript URL:

[https://warta-  
iski.or.id/index.php/WartaISKI/author/submission/  
358](https://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/author/submission/358)

Username: ipranoto

If you have any questions, please contact me.

Thank you for considering this journal as a venue for your work.

Prof. Dr. Rajab Ritonga

**Warta**  
Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

e-ISSN: 2686-0724  
p-ISSN: 0853-4470  
Terakreditasi Sinta-4  
Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES

#358 Summary

**Submission**

**Authors** Laurentius Iwan Pranoto  
**Title** Budaya Organisasi sebagai Strategi Membangun Reputasi melalui Employee Advocacy  
**Original file** 2024-05-02  
**Supp. files** 2023-05-02  
**Submitter** Mr Laurentius Iwan Pranoto  
**Date submitted** May 2, 2023 - 02:41 AM  
**Section** Articles  
**Editor** Rajab Ritonga  
**Author comments** Semangat pagi, saya Iwan, sedang memenuhi S2 UMN untuk sampaikan thesis, mengajukan jurnal tentang Budaya Organisasi dalam membangun reputasi melalui strategi komunikasi Employee Advocacy, studi kasus di Asuransi Astra.  
**Status**  
**Status** In Review  
**Initiated** 2023-05-02  
**Last modified** 2023-05-09

**Submission Metadata**

**Authors**  
**Name** Laurentius Iwan Pranoto  
**ORCID ID** <https://orcid.org/0009-2162-3534>  
**URL** [http://warta-  
iski.or.id/index.php/WartaISKI/author/submission/  
358](http://warta-iski.or.id/index.php/WartaISKI/author/submission/358)  
**Affiliation** Universitas Multimedia Nusantara  
**Country** Indonesia  
**Bio Statement** Praktika komunikasi sejak 1997, yg ingin belajar lebih dalam tentang komunikasi agar bisa share ke lebih banyak orang dimengerti baik. Selain berkarir di Asuransi Astra, aktif juga di Perhimpunan, dan internet beberapa pengakuan dari media atas kiprah di dunia PR.  
**Principal contact for editorial correspondence**

**Title and Abstract**  
**Title** Budaya Organisasi sebagai Strategi Membangun Reputasi melalui Employee Advocacy  
**Abstract** Fenomena meningkatnya peran karyawan sebagai jasa bicara organisasi melalui media sosial merupakan pentingnya strategi komunikasi berbasis employee advocacy (EA). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana budaya organisasi di Asuransi Astra dapat menjadi strategi bagi perusahaan untuk membangun reputasi positif. Penelitian ini dilakukan dengan mendekati karyawan dan pemimpin reputasi perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan teori budaya organisasi (Schein), strategi komunikasi (Smith), dan pendekatan employee advocacy dari Thelen dan Men & Yue. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam berhadapan dengan 11 partisipan yang terdiri dari steering committee, project leader, pelaksana tugas, dan employee influencer (POMfluencer) dan 1 informan ahli. Analisis dilakukan melalui teknik deskripsi untuk menggali hubungan antara budaya organisasi, strategi komunikasi, dan keterlibatan emosional karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EA yang diperlakukan Asuransi Astra bukan hanya alat promosi, tetapi perwujudan dan budaya organisasi yang supportif, terbuka, dan inklusif. Karyawan ini dapat berbicara dengan empati, dibentuk rasa empati, dan rasa hormat terhadap rekan kerja dan juga perusahaan, serta memperoleh dukungan alih dari manajemen. Employee advocacy berfungsi sebagai perekat antara komunikasi internal dan reputasi eksternal yang dibentuk secara organik dan berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan EA tidak bergantung pada teknologi pesan, tetapi pada konsistensi nilai yang dijalankan dalam praktik dan relasi yang dilakukan. Temuan ini memperkuat kajian komunikasi organisasi terkait EA yang berbasis pada budaya organisasi yang partisipatif dan autentik.

**Keywords:** asuransi; karyawannya; budaya organisasi; keterlibatan karyawannya; reputasi perusahaan; strategi komunikasi

**Indexing**

**Language** id

**Supporting Agencies** Bertha Sri Eko Murtiningsih, UMN; Nuria Astagini, UMN

**References**