



ANALISIS PENGARUH FAKTOR FAKTOR IKLIM ORGANISASI DAN KEPUASAN ORGANISASI TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI

Adrianus Trigunadi Santoso¹⁾

Prodi Administrasi Perkantoran, Universitas Bina Insani

Corresponding author: E-mail: adrianus@binainsani.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by the fact that the number of applicants to enter higher education at Higher Education X Jakarta has been decreasing since the last few years. This is of course influenced by many aspects, both internal aspects and external aspects. Factors of communication climate, organizational satisfaction, are examples of internal aspects while the number of similar universities, both public and private, that open similar majors, economic aspects, interests, job opportunities, and so on are external aspects.

Background: Background: The problem raised in this study is whether there is a positive and significant relationship between Organizational Communication Climate Factors and Organizational Satisfaction on Organizational Communication Effectiveness. **Subject and method:** the value of R Square is 0.684. This means that 68.4% of the variance of the effectiveness of organizational communication can be explained by changes in the variables of organizational communication climate and organizational satisfaction. The rest is influenced by other elements. The greater the value of the two independent variables, the higher the value of the effectiveness of organizational communication. **Result:** the value of R Square is 0.684. This means that 68.4% of the variance of the effectiveness of organizational communication can be explained by changes in the variables of organizational communication climate and organizational satisfaction. The rest is influenced by other elements. This means that together the variables of organizational communication climate and organizational satisfaction have an influence on the effectiveness of organizational communication. The greater the value of the two independent variables, the higher the value of the effectiveness of organizational communication. **Conclusion:** This means that together the variables of organizational communication climate and organizational satisfaction have an influence on the effectiveness of organizational communication. **Keywords:** Effectiveness, Organizational Climate, Organizational Satisfaction and Organizational Communication.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa jumlah peminat masuk perguruan tinggi di Perguruan Tinggi X Jakarta semakin rendah sejak beberapa tahun terakhir. Hal ini tentu dipengaruhi banyak aspek baik aspek internal (*internal aspects*) maupun aspek eksternal (*external aspects*). Faktor-faktor iklim komunikasi, kepuasan organisasi, merupakan contoh aspek internal sedangkan banyaknya perguruan tinggi sejenis, baik negeri maupun swasta yang membuka jurusan yang sejenis, aspek ekonomi, minat, peluang kerja, dan sebagainya merupakan aspek eksternal.

Latar belakang: Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Faktor-faktor Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Organisasi terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi. **Subjek dan metode:** nilai R Square adalah 0,684. Ini berarti bahwa 68,4% dari varians efektivitas komunikasi organisasi dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi. Sisanya dipengaruhi oleh unsur lainnya.. Semakin besar nilai kedua variabel bebas akan semakin tinggi pula nilai efektivitas komunikasi organisasi. **Hasil:** nilai R Square adalah 0,684. Ini berarti bahwa 68,4% dari varians efektivitas komunikasi organisasi dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi. Sisanya dipengaruhi oleh unsur lainnya. Artinya bahwa secara bersama-sama variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi memberikan pengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Semakin besar nilai kedua variabel bebas akan semakin tinggi pula nilai efektivitas komunikasi organisasi. **Kesimpulan:** Artinya bahwa secara bersama-sama variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi memberikan pengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi.

Kata Kunci: Efektivitas, Iklim Organisasi, Kepuasan Organisasi dan Komunikasi Organisasi

A. PENDAHULUAN

Mengamati jumlah peminat masuk perguruan tinggi di Perguruan Tinggi X Jakarta yang semakin rendah sejak beberapa tahun terakhir yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Hal ini tentu dipengaruhi banyak aspek baik aspek internal (internal aspects) maupun aspek eksternal (external aspects). Faktor-faktor iklim komunikasi, kepuasan organisasi, merupakan contoh aspek internal sedangkan banyaknya perguruan tinggi sejenis, baik negeri maupun swasta yang membuka jurusan yang sejenis, aspek ekonomi, minat, peluang kerja, dan sebagainya merupakan aspek eksternal.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh aspek internal organisasi. Apakah para karyawan baik kependidikan maupun non kependidikan memiliki kepuasan organisasi dalam bekerja? Aspek apa saja yang mempengaruhi iklim komunikasi organisasi serta kepuasan organisasi yang mempengaruhi jalannya pemberian

pelayanan kepada para mahasiswa yang merupakan *core business* suatu perguruan tinggi.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Faktor-faktor Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Organisasi terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi? Dan tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan sekaligus mengukur pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat yang telah ditetapkan.

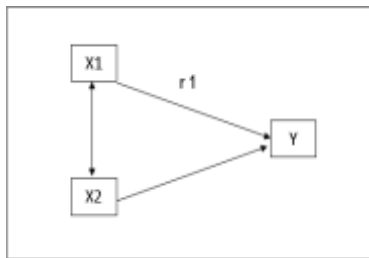
B. SUBJEK DAN METODE

1. Desain penelitian

Pola pikir yang akan digunakan adalah paradigma ganda dengan dua variabel independen dan satu variabel dependen.

X1 adalah iklim komunikasi organisasi
X2 adalah kepuasan organisasi (karyawan)

Y adalah efektivitas komunikasi organisasi (variabel dependen).



Gambar Model Teoritis Efektivitas Komunikasi Organisasi

Untuk mencari besar hubungan X1 dengan Y, X2 dengan Y, dan X1 dengan X2 digunakan korelasi sederhana dan untuk mencari hubungan X1 dan X2 terhadap Y, serta X1 dan X2 secara bersama-sama dengan Y digunakan regresi sederhana.

2. Populasi dan sampel

Data yang diperoleh dari 53 responden dengan populasi seluruh karyawan dan dosen (kependidikan dan non kependidikan) Perguruan Tinggi X Jakarta.

3. Variabel penelitian

Variabel dependen (Y) efektivitas komunikasi organisasi dengan variabel independen X1 adalah iklim komunikasi organisasi dan variabel X2 adalah kepuasan organisasi (karyawan).

4. Definisi operasional

Penelitian ini akan mencari jawaban dari hipotesis di bawah ini. Kemudian hipotesis ini dipecah-pecah menjadi empat (4) hipotesis lainnya. Hipotesis penelitian:

Ho: Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara faktor-faktor iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi terhadap efektivitas komunikasi organisasi.

H1: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi terhadap efektivitas komunikasi organisasi.

Hipotesis statistik:

Ho: $\beta_1 = \beta_2 = 0$ tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara X1 dan X2 terhadap Y

H1: $\beta_1 = \beta_2 \neq 0$ terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara X1 dan X2 terhadap Y

5. Instrumen penelitian

Data diperoleh dari responden yang disebarkan kepada keseluruhan populasi yang berjumlah 56 orang dan yang mengembalikan berjumlah 53 responden. Dengan jumlah butir pertanyaan 50 pertanyaan. Iklim komunikasi organisasi berjumlah 25 butir dan Kepuasan organisasi berjumlah 25 butir pertanyaan.

6. Analisis data

Dalam menganalisis data Penulis menggunakan beberapa uji statistik:

1. Analisis korelasi Product Moment. Analisis Korelasi Product Moment (uji r) (Sugiyono, 2021). Analisis ini untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat; hubungan antara X1 dengan Y; X2 dengan Y; X1 dengan X2. Untuk itu digunakan analisis dengan menggunakan perangkat lunak (software) SPSS.

2. Analisis Korelasi berganda. Analisis Korelasi berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel terikat; hubungan antara X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y (Sugiyono, 2021).

3. Analisis Regresi Sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan

untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel dependen (Y) dengan suatu atau beberapa variabel independen (X). Hubungan matematis digunakan sebagai suatu model regresi yang digunakan untuk meramalkan atau memprediksi nilai output (Y) berdasarkan nilai input (X) tertentu.

4. Analisis regresi berganda. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X1 dan X2 secara bersama-sama dan parsial terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Selain itu, analisis regresi berguna untuk memprediksi bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. ini menjelaskan metode dari analisis data.

7. Etika penelitian (jika ada)

Seluruh responden tidak menggunakan nama, responden diberi kode oleh peneliti dengan responden 1 sampai responden 53 sesuai dengan daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian disampaikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

1. Karakteristik responden

Karakteristik responden merupakan keseluruhan populasi dari obyek yang diteliti (populasi penelitian), sedang variable yang diteliti berbentuk 3 dimesi Iklim komunikasi organisasi, Kepuasan organisasi, dan Kinerja organisasi yang masing-masing diketahui dari butir-butir pertanyaan yang berjumlah 50 butir pertanyaan.

2. Analisis bivariat

Uji statistik

1. Uji F. Uji F digunakan untuk melihat linieritas hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel

dependen (Y). Kriteria Uji F: menolak Ho jika nilai signifikansi value F test < 0.05 untuk menguji apakah keseluruhan variabel independent mempunyai hubungan linier dengan variabel dependen.

2. Uji t. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Kriteria: Uji t, menolak Ho jika nilai signifikansi value t-test < 0.05 . Model persamaan regresi tetap masih melibatkan variabel independent yang tidak berpengaruh atau memiliki pengaruh.

Berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis:

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor-faktor iklim komunikasi organisasi (X1) dan kepuasan organisasi (X2) secara bersama-sama terhadap efektivitas komunikasi organisasi (Y).

H1: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor-faktor iklim komunikasi organisasi (X1) dan kepuasan organisasi (X2) secara bersama-sama terhadap efektivitas komunikasi organisasi (Y).

Interpretasi hasil

Tabel *Model Summary* menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,684. Ini berarti bahwa 68,4% dari varians efektivitas komunikasi organisasi dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi. Sisanya dipengaruhi oleh unsur lainnya. Artinya bahwa secara bersama-sama variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi memberikan pengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Semakin besar nilai kedua variabel bebas akan semakin tinggi pula nilai efektivitas komunikasi organisasi.

Nilai uji statistik Durbin-Watson = 1.890 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala autocorrelation (antar variabel independen)

Tabel Correlations secara rinci menunjukkan kuat hubungan masing-masing variabel bebas (iklim komunikasi dan kepuasan organisasi) terhadap variabel terikat (efektivitas komunikasi organisasi). Iklim komunikasi memiliki hubungan positif 0,827 signifikan terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai korelasi 1,0 dan signifikansi $0.000 < 0.05$ dan kepuasan organisasi (karyawan) memiliki hubungan positif 0,169 lemah terhadap efektivitas komunikasi organisasi dengan nilai korelasi 0.827 dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Secara bersama-sama kedua variabel menunjukkan hubungan positif sangat kuat dan sangat signifikan namun secara terpisah kepuasan organisasi memiliki hubungan paling lemah kemudian iklim komunikasi memiliki hubungan lebih kuat dan yang paling kuat adalah faktor-faktor iklim komunikasi organisasi.

Table ANOVA mengindikasikan bahwa regresi berganda secara statistik sangat signifikan dengan uji statistik F -2,1212E1 dan p-value $0.000 < 0.05$. Ini membuktikan bahwa secara bersama-sama kedua variabel bebas memiliki hubungan linier terhadap variabel terikat.

Uji F menguji hipotesis $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ terhadap $H_1: \beta_1 = \beta_2$ tidak semuanya nol. Dari p-value = 0.000 lebih kecil dari 0.05 terlihat bahwa $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ ditolak secara signifikan. Ini berarti bahwa koefisien β_1 dan β_2 tidak semuanya nol. Tabel Coefficients memberikan nilai uji t 10,501 dan signifikansi masing-masing variabel. Variabel efektivitas komunikasi organisasi memiliki nilai signifikansi P-

value $0.000 < 0.05$ dan iklim komunikasi P-value $0.04 < 0.05$ dan kepuasan organisasi P-value $0.005 < 0.05$.

Untuk menguji apakah masing-masing koefisien regresi signifikan digunakan uji t:

a. Variabel Iklim komunikasi organisasi: $H_0: \beta_1 = 0$ terhadap $H_1: \beta_1 \neq 0$. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai uji t = p-value -2.061 dan p-value $0.040 < 0.05$. Hal ini sebagai bukti bahwa H_0 ditolak. Artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara iklim komunikasi organisasi dan efektivitas komunikasi organisasi.

b. Variabel kepuasan organisasi: $H_0: \beta_2 = 0$ terhadap $H_1: \beta_2 \neq 0$. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai uji t = p-value 2.788 dan p-value $0.005 < 0.05$. hal ini sebagai bukti menolak H_0 . Artinya, terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan organisasi dan efektivitas komunikasi organisasi. Dari kedua uji t tersebut dan dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tidak ada yang bernilai nol.

Persamaan regresi berganda yang diperoleh adalah:

$$\hat{Y} = \text{p-value } -66.455 + \text{p-value } 1,249 * X_1 + \text{p-value } -0,041 * X_2$$

\hat{Y} : Efektivitas komunikasi organisasi

X_1 : Iklim komunikasi organisasi

X_2 : Kepuasan organisasi

Tabel Coefficients juga menunjukkan nilai VIF yaitu p-value 1.142 yang lebih kecil dari 10 dengan toleransi p-value 0.876, artinya tidak terdapat gejala multikolinieritas (*low collinearity*).

Grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik-titik data berada disekitar garis lurus melintang membentuk pola linier sehingga residu konsisten dengan distribusi normal.

Sama halnya dengan grafik Scatterplot. Scatterplot antara ZRESID dan ZPRED tidak membentuk suatu pola tertentu

sehingga dianggap residual mempunyai varians konstan (*homoscedasticity*).

Tabel dan Gambar

Empat (4) pertanyaan penelitian telah dianalisis dengan data yang diperoleh dari 53 responden dengan populasi seluruh karyawan dan dosen (kependidikan dan non kependidikan) Perguruan Tinggi X Jakarta. Adapun analisis disusun menggunakan program perangkat lunak SPSS. Analisis yang dilakukan adalah analisis korelasi untuk melihat arah hubungan, kuat lemahnya hubungan sedangkan analisis regresi sederhana untuk Analisis regresi digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel dependen (Y) dengan satu atau beberapa variabel independen (X). Hubungan matematis digunakan sebagai suatu model regresi yang digunakan untuk memprediksi nilai output (Y) berdasarkan nilai input (X) tertentu dan analisis regresi berganda untuk proses analisis dengan beberapa variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dan bertujuan untuk memperkirakan perubahan nilai pada variabel terikat terhadap variabel.

No

Hasil analisis Korelasi Sederhana	Hasil	Regresi
-----------------------------------	-------	---------

1 H1: X1 → Y (moderat)	r = 0.334	p-value 0.334 (R ² = 0.111)
------------------------	-----------	----------------------------------------

2 H2: X2 → Y (lemah)	r = 0.283	p-value 0.283 (R ² = 0.08)
----------------------	-----------	---------------------------------------

3 H3: X1 → X2 (sangat kuat)	r = 0.786	p-value 0.786 (R ² = 0.618)
-----------------------------	-----------	----------------------------------------

Hasil Regresi berganda

4 H4: X1 dan X2 → Y	R = 0.335	p-value 0.335 (R ² = 0.112)
---------------------	-----------	----------------------------------------

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel bebas dan variabel

terikat tidak bisa ditolak. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai korelasi maupun besarnya nilai R dalam analisis regresi. Berikut adalah ringkasan analisis SPSS:

1. Apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara Iklim komunikasi organisasi terhadap efektivitas komunikasi organisasi (Karyawan Perguruan Tinggi X Jakarta)? Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Iklim komunikasi organisasi dan efektivitas komunikasi organisasi dengan nilai korelasi r = p-value 0.334 dan nilai R² = p-value 0.111 dengan nilai signifikansi p-value 0.05. Dari kedua analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi dipengaruhi oleh iklim komunikasi organisasi walaupun iklim komunikasi pengaruhnya lemah.

2. Apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara Kepuasan organisasi terhadap efektivitas komunikasi organisasi karyawan Perguruan Tinggi X Jakarta? Hasil analisis korelasi dan regresi sederhana diperoleh nilai r = p-value 0.283 dan nilai R² = p-value 0.08 membuktikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepuasan organisasi dengan efektivitas komunikasi organisasi namun dilihat dari nilai r dan R² dapat disimpulkan bahwa pengaruhnya tidak kuat. Artinya, efektivitas organisasi tidak secara langsung dipengaruhi oleh tingkat kepuasan organisasi.

3. Apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara Iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi bersama-sama terhadap efektivitas komunikasi organisasi karyawan Perguruan Tinggi X Jakarta? Tabel Summary menunjukkan bahwa nilai R² (X1, X2 terhadap Y) adalah p-value 0.112. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi secara bersama-sama terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Hal ini

diartikan bahwa iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi namun tidak begitu kuat pengaruhnya.

Dari analisis regresi sederhana dan analisis korelasi diperoleh informasi bahwa semua hipotesis nol ditolak. Artinya semua variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Namun, hanya variabel Kepuasan organisasi (Hipotesis 3) yang memberikan pengaruh positif yang sangat kuat terhadap efektivitas organisasi di Perguruan Tinggi X Jakarta ($r=0.944$). Hipotesis lain yang memberikan kontribusi pengaruh besar lainnya adalah hipotesis 4 dimana nilai korelasi dan regresi sederhana menunjukkan nilai yang tinggi ($r=0.786$ dan $R^2= 0.618$).

Dari data tersebut dapat diinterpretasikan bahwa variabel iklim komunikasi organisasi akan sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Temuan lainnya adalah ternyata kepuasan organisasi (karyawan) tidak memberikan pengaruh kuat terhadap kualitas layanan.

Hipotesis 4: $X_1 \rightarrow X_2$ $r =$ p-value
 0.786 (sangat kuat) $R= 0.786$ ($R^2 = 0.618$)

Hipotesis 3: $X_1 \rightarrow Y$ $r =$ p-value
 0.944 (sangat kuat) $R= 0.944$ ($R^2 = 0.890$)

Analisis regresi berganda yang menguji lebih dari dua variabel bebas terhadap variabel terikat diperoleh temuan bahwa hanya hipotesis yang menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel iklim komunikasi dan kepuasan organisasi memberikan pengaruh yang sangat kecil terhadap efektivitas organisasi. Nilai $R^2 = 0.335$ memberi bukti bahwa kedua variabel memberikan pengaruh sangat kecil terhadap efektivitas komunikasi organisasi. Iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi tidak memberikan pengaruh langsung terhadap efektivitas organisasi (karyawan). Hal ini terbukti dengan melihat

hasil regresi yang melibatkan variabel kepuasan organisasi. Diperoleh hasil yang sangat berbeda $R^2 = 0.944$. Kepuasan organisasi dan efektivitas komunikasi organisasi memberikan nilai regresi yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi secara langsung ditentukan oleh besarnya kepuasan organisasi dan iklim organisasi.

Temuan lain adalah bahwa hasil regresi variabel kepuasan organisasi dan iklim komunikasi organisasi terhadap efektivitas komunikasi organisasi diperoleh hasil regresi yang tinggi ($R^2 = 0.891$) yang mengisyaratkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan jika nilai variabel kepuasan organisasi dan iklim komunikasi diubah, maka dapat diprediksikan akan meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi.

Demikian pula dengan variabel lainnya. Secara bersama-sama ternyata iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi memberikan nilai nilai regresi efektivitas komunikasi organisasi sangat tinggi atau sangat kuat. Jika nilai kedua variabel tersebut diubah maka dapat diprediksikan akan memberikan peningkatan terhadap efektivitas komunikasi organisasi (R^2) 0.891

Kutipan dan Rujukan

Beberapa penelitian terdahulu yang mengamati hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Kemudian ada juga penelitian yang berhubungan dengan iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja. Selanjutnya penelitian yang mengamati hubungan antara komunikasi organisasi dengan semangat kerja. Dan yang terakhir yaitu penelitian mengenai hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja dan kepuasan pelanggan.

Pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Arina Actavia Simanjuntak yang

melakukan penelitian mengenai pengaruh iklim komunikasi, komunikasi interpersonal dan kepemimpinan terhadap kepuasan kerja dan merupakan studi kasus di PT Mega Eltra. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi dan path analysis. Dari hasil penelitian juga didapat bahwa faktor usia memberikan indikasi telah menciptakan iklim komunikasi dan komunikasi interpersonal yang positif. Data diperoleh dengan menggunakan metode survei kepada 109 responden, mulai dari tingkat staf sampai dengan manajer, dengan status karyawan tetap dari 13 kantor cabang dan 15 proyek konstruksi yang tersebar di seluruh Indonesia.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Nena Ratty yang meneliti pengaruh iklim komunikasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan PT Asuransi Jasa Indonesia dengan menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan metode sensus. Populasi penelitian ini adalah semua karyawan PT Asuransi Jasa Indonesia kantor pusat. Sampel penelitian diambil menggunakan proportional stratified Random sampling karena responden terdiri dari strata atau tingkatan. Sedangkan data diperoleh dengan penelitian lapangan dan kepustakaan dan kuesioner digunakan untuk mendapatkan data dari responden terpilih. Uji statistik yang digunakan adalah uji korelasi sederhana dan berganda, uji T, dan uji F serta regresi sederhana dan berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kemudian salah satu penelitian lagi yaitu mengenai studi korelasional atau hubungan antara iklim organisasi dan motivasi berprestasi dengan kepuasan kerja guru. Penelitian ini mengambil populasi guru-guru Sekolah Menengah Kejuruan SMK di kota Samarinda Kalimantan Timur tahun (2003). Dengan jumlah 307 orang responden terlibat

di dalam studi kasus ini. Metode pengumpulan datanya ialah dengan menggunakan kuesioner Kepuasan Komunikasi Organisasi oleh Downs & Hazen (1997) dan kuesioner Komitmen Keorganisasian oleh Meyer dan Allen (1990). Dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara iklim organisasi dengan kepuasan kerja dan terdapat hubungan positif antara motivasi berprestasi dengan kepuasan kerja. Selanjutnya juga terdapat hubungan yang signifikan antara iklim organisasi dan motivasi berprestasi terhadap kepuasan kerja.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Lisa Ayu Kusumastuti dengan mengamati dan meneliti apakah ada hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan semangat kerja. Penelitian dilakukan di Radio PTPN Rasiandia Surakarta. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap dan dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara konsensus. Cara mendapatkan data dengan cara pengisian kuesioner oleh responden dan kemudian data diolah menggunakan tabulasi silang. Hasil tabulasi silang antara iklim komunikasi organisasi terhadap semangat kerja karyawan menunjukkan adanya hubungan yang cukup signifikan. Pada kondisi iklim komunikasi organisasi berkategori sedang juga terdapat adanya semangat kerja yang berkategori sedang, yaitu sebesar 34,8%. Hasil tabulasi silang antara kesejahteraan karyawan dengan semangat kerja karyawan menunjukkan adanya hubungan yang tidak begitu kuat antara kesejahteraan karyawan terhadap semangat kerja sebesar 26,15%.

Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Khalifah Rakhmawati yang meneliti hubungan iklim komunikasi organisasi dan kepuasan komunikasi di CV Jaya Mandiri Waru Sidoarjo Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kuantitatif dengan metode survei dan tipe

analisis deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh seluruh karyawan (*total sampling*). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi CV Jaya Mandiri cenderung kondusif dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Hal ini dapat dilihat dari persepsi dan sikap karyawan yang memiliki respon yang baik atas segala aktifitas dan peristiwa komunikasi yang berlangsung didalamnya.

Kemudian penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Agustinus Rustanta di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari (STIKS) Tarakanita Jakarta, menjawab sejumlah pertanyaan. Dari hasil analisis data disimpulkan bahwa teori yang menyatakan bahwa iklim komunikasi organisasi, kepuasan kerja dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (mahasiswa). Teori ini tetap berlaku juga di STIKS Tarakanita. Kepuasan mahasiswa tergantung pada seberapa memuaskan kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan serta fasilitas yang disediakan di STIKS Tarakanita untuk para mahasiswa sebagai pelanggannya. Berdasarkan hasil analisis data dari keseluruhan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa teori yang menyatakan bahwa iklim komunikasi organisasi, kepuasan kerja dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dalam hal ini adalah mahasiswa sebagai *core business*.

D. PENUTUP

Simpulan

Dari Tabel indikator-indikator frekuensi dapat disimpulkan bahwa kinerja organisasi sangat ditentukan oleh faktor-faktor iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi. Tinggi rendahnya kinerja organisasi sangat tergantung pada seberapa besar usaha seluruh anggota organisasi untuk menciptakan faktor-faktor yang mendukung faktor-faktor iklim organisasi serta kepuasan organisasinya.

Unsur apapun yang akan ditambahkan terhadap faktor-faktor iklim komunikasi organisasi dan kepuasan organisasi akan tetap memberikan nilai lebih tinggi terhadap kinerja organisasi. Sebagai contoh dimensi iklim komunikasi organisasi yang tinggi akan diperoleh kinerja organisasi yang tinggi. Hasil dari frekuensi masing-masing indikator dibandingkan dengan indikator lainnya.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ternyata ada pengaruh faktor-faktor iklim organisasi dan kepuasan organisasi terhadap kinerja organisasi. Jadi ketiga variabel tersebut saling mempengaruhi satu dengan lainnya. Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya didapatkan pengaruh yang cukup kuat dari iklim organisasi dan kepuasan organisasi terhadap kinerja organisasi dan hal ini juga berlaku di Perguruan Tinggi X, Jakarta

Saran

Dari hasil penelitian ini diperoleh gambaran bahwa ternyata kedua variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat, yaitu kinerja organisasi. Oleh karena itu sangat baik memerhatikan beberapa saran dan rekomendasi:

1. Semua variabel yaitu iklim komunikasi, kepuasan organisasi, dan kinerja organisasi harus terus menerus dijaga dan ditingkatkan sehingga seluruh karyawan yang terlibat baik karyawan kependidikan dan non kependidikan bekerja secara aktif dan pada akhirnya akan memberikan pelayanan yang semakin baik kepada para mahasiswa sebagai pengguna jasa pendidikan (*end-user*)
2. Perlu selalu diingatkan kepada seluruh karyawan dan pimpinan bahwa semua pihak sangat penting tanpa kecualinya dalam upaya memberikan kinerja yang baik yang berupa pelayanan kepada mahasiswa. Tidak seorangpun boleh merasa lebih penting dari yang lain. Apapun sumbangsuhnya atau kontribusinya, siapapun orang tersebut dalam organisasi

itu tetap mempunyai andil dalam seluruh rangkaian pelayanan yang baik kepada mahasiswa maupun kepada karyawan lainnya sehingga semua pihak dapat bekerja secara efektif dan menghasilkan pelayanan yang prima kepada para mahasiswa. Oleh karena itu perlu selalu ditekankan akan kekuatan dari kerjasama tim (teamwork).

3. Kesamaan visi dan misi serta kejelasan tugas masing-masing anggota organisasi sangat penting dan perlu ditingkatkan secara terus menerus. Baik itu kerjasama antara pimpinan dan bawahan, pimpinan dengan pimpinan, bawahan dengan rekan sejawat. Pimpinan tanpa bawahan akan sia-sia dan tidak dapat berbuat banyak. Bawahan tanpa atasan juga tidak akan memberikan hasil maksimal. Oleh karena itu pimpinan harus terus menerus dan mampu mengupayakan dan menggerakkan serta memotivasi dan menggunakan seluruh sumber daya manusia yang ada sehingga setiap orang merasa dibutuhkan, dan merasa bahwa keberadaan mereka penting di dalam sebuah organisasi.

4. Kepercayaan atasan kepada bawahan sangat perlu. Sumber daya yang baik, berpengalaman, dan terlatih akan kurang memiliki arti dan perannya jika tidak diberikan kepercayaan untuk melakukan tugasnya masing-masing. Pemberian kepercayaan yang setengah hati akan menghambat semua pihak untuk berpikir kreatif, inovatif, proaktif dan produktif.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Perguruan Tinggi X Jakarta. Pimpinan beserta seluruh staf dan jajaran pimpinan, tenaga tendik maupun non tendik yang telah meluangkan waktu untuk membantu mengisi kuesioner yang telah disebarkan.

Secara khusus disampaikan terima kasih atas izin yang telah diberikan oleh pimpinan serta jajaran pimpinan di Perguruan Tinggi X Jakarta untuk dapat melakukan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, Vincent. 2013. Total Quality Management. PT Gramedia Pustaka Utama
- Goldhaber, Gerald M. 2018. Organizational Communication. tenth Edition. McGraw Hill Company
- Hardjana, Andre. 2020. Audit Komunikasi. Penerbit PT Grasindo
- Jablin, Fredric M. 2021. The New Handbook of Organizational Communications. Sage Publications Inc.
- Mintorogo, Ant. 1996. Kepemimpinan dalam Organisasi. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Press.
- Neuman, Lawrence.W. 2016. Social research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches. Pearson International edition
- Rangkuti, Feddy. 2013. Measuring Customer Satisfaction. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Robbins, Stephen P. 2021. Perilaku Organisasi. Pearson Education Asia Pte. Ltd.
- Sofyandi, Herman. 2017. Perilaku Organisasional. Graha Ilmu Yogyakarta
- Supranto, J. 2021. Statistik: Teori dan Aplikasi. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, Dr. Prof. 2018. Statistika untuk Penelitian. Penerbit CV Alfabeta. Bandung.
- Wayne, Pace R & Faules, Don F. 2020. Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. (Terjemahan Deddy Mulyana). Penerbit PT Remaja Rosdakarya Bandung.