

Iklm Komunikasi Organisasi PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya

Dimas Bagus Nugroho, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya
dimasn84@gmail.com.

Abstrak

Iklm komunikasi organisasi sangatlah berpengaruh dalam kehidupan sebuah organisasi, dibutuhkan iklim komunikasi organisasi yang dapat menghubungkan, mengatur dan membina organisasi tersebut, yang di dalamnya menyangkut struktur, fungsi organisasi dan hubungan antara anggota organisasi. Komunikasi organisasi didukung oleh beberapa halantara lain, kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan komunikasi, mendengarkan dalam komunikasi ke atas dan perhatian pada tujuan – tujuan berkinerja tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi di PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitaif, dan menggunakan metode survei, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan kuesioner yang disebar ke seluruh karyawan PT. Fiskaria Jaya Suara Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklm Komunikasi Organisasi PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya adalah tinggi.

Kata Kunci: Komunikasi organisasi, Iklm komunikasi organisasi

Pendahuluan

Pendahuluan ini berisi penjelasan mengenai fenomena penelitian dan teori/konsep yang digunakan. Penulis perlu membuat keterkaitan antara fenomena dan teori/konsep. Penulis juga harus menuliskan mengenai pemilihan subjek penelitian. Satu hal penting yang harus muncul dalam uraian di pendahuluan ini adalah penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan subjek maupun objek penelitian Anda. Anda tidak hanya menulis penelitian terdahulunya tetapi harus mengaitkannya dengan penelitian Anda.

Format penulisan yang digunakan dalam bagian pendhuluan sampai pada bagian kesimpulan adalah dengan menggunakan huruf TNR 12pt. Spasi yang digunakan adalah single space. Metode pengutipan yang digunakan adalah APA style. Setiap paragraf tidak memakai heading dan memiliki alignment justified. Setiap akhir paragraf harus diberi 1 spasi.

Pada bagian akhir dari pendahuluan ini, penulis membuat kalimat pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian dibuat dalam bentuk kalimat tanya dan tidak menjadi bagian sub bab pendahuluan.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana perilaku mereka di dalam organisasi, berinteraksi dan memberi makna tentang apa yang terjadi” (Pace & Faules, 2006. P33). Jadi, komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang ada di dalam organisasi yang dapat menciptakan, memelihara dan mengubah organisasi. Karena organisasi itu kompleks, masalah komunikasi pasti sering terjadi dalam proses organisasi, karena komunikasi merupakan aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam sebuah organisasi (Masmuh, 2008. p.7). Definisi komunikasi organisasi menurut Goldhaber (1986) mengemukakan bahwa terdapat tujuh konsep dasar, yaitu :

1. Proses
Dalam suatu organisasi selalu ada proses menciptakan dan saling tukar menukar pesan antar anggota, hal ini berjalan terus-menerus dan tidak ada hentinya maka hal ini disebut sebagai proses.
2. Pesan
Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat dibedakan menjadi pesan verbal dan pesan nonverbal.
3. Jaringan
Pertukaran pesan dari orang satu ke orang yang lain terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Peran tingkah laku dalam organisasi menentukan siapa yang menduduki posisi tertentu atau pun pekerjaan tertentu baik dinyatakan formal maupun informal.
4. Keadaan Saling tergantung
Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi sistem terbuka. Jika suatu bagian dalam organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian yang lain. Begitu juga dengan jaringan komunikasi dalam organisasi yang sifatnya saling melengkapi.
5. Hubungan
Hubungan manusia dalam organisasi memfokuskan kepada tingkah laku, hubungan manusia dalam organisasi mulai dari yang sederhana yaitu hubungan diantara dua orang, hubungan dalam kelompok-kelompok kecil, maupun besar dalam organisasi.
6. Lingkungan
Lingkungan dapat dibedakan menjadi 2 yaitu internal dan eksternal. Lingkungan internal terdiri dari organisasi dan kultur nya dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternal nya. Kultur organisasi yaitu pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah laku individu dan kelompok dalam organisasi. Karena lingkungan berubah-ubah maka organisasi memerlukan informasi baru, informasi baru ini harus dapat mengatasi perubahan dalam lingkungan dengan menciptakan dan pertukaran pesan baik secara internal

dalam unit-unit yang relevan maupun terhadap kepentingan umum secara eksternal.

7. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang ada dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi ketidakpastian organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi. Salah satu urusan utama dari komunikasi organisasi adalah menentukan dengan tepat berapa banyaknya informasi yang diperlukan untuk mengurangi ketidakpastian tanpa menambahkan informasi yang berlebihan.

Iklm Komunikasi Organisasi

Iklm Komunikasi adalah fungsi kegiatan yang ada di dalam organisasi yang bertujuan untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi memberi mereka kebebasan, mendorong mereka dan memberikan mereka tanggung jawab dan tugas, menyediakan informasi, mendengarkan penuh perhatian, aktif memberikan penyuluhan kepada anggota organisasi, melibatkan anggota organisasi dalam pembuatan keputusan penting, memberikan perhatian pada pekerjaan yang memiliki mutu yang baik dan memberikan tantangan (Pace & Faules, 2002, p.148). Iklm komunikasi organisasi sangat mempengaruhi kinerja dan produktivitas pegawai, terlebih lagi jika ada perubahan iklim organisasi. Iklm komunikasi berlaku sebagai penengah antara unsur sistem kerja dengan ukuran yang berbeda seperti kualitas, produktivitas, vitalitas dan kepuasan (Pace & Faules, 2006, p.148).

Dimensi Iklm Komunikasi Organisasi

Ada enam dimensi iklim komunikasi organisasi (Pace & Faules, 2006, p.159) antara lain :

1. Kepercayaan

Semua anggota organisasi di semua tingkatan harus berusaha keras mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang didalamnya yaitu kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas yang dibuktikan dengan pernyataan dan tindakan.

2. Pembuatan Keputusan Bersama

Ketika organisasi ingin membuat keputusan bersama, semua tingkatan dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen mengenai kebijakan yang akan dijalankan sesuai dengan posisi mereka di organisasi.

3. Kejujuran

Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan – hubungan dalam organisasi, dan para pegawai harus mampu mengatakan “apa yang ada di pikiran mereka” tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan maupun atasan

4. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah

Kecuali informasi yang sifatnya rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh tentang informasi yang berhubungan langsung dengan posisi dan tugas mereka di organisasi.

5. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas
Personel di setiap tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran dan laporan – laporan masalah yang dikemukakan personel di setiap tingkat bawahan dalam organisasi secara berkesinambungan dan dengan pikiran terbuka.
6. Perhatian pada tujuan – tujuan berkinerja tinggi
Personel di semua tingkat dalam organisasi haruslah menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan – tujuan berkinerja tinggi, produktivitas tinggi, biaya rendah demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

Ciri Demografis Individu

Ciri demografis individu juga mempengaruhi kinerja karyawan dalam sebuah organisasi. Selain itu, ciri demografis juga berpengaruh terhadap iklim komunikasi organisasi. (Sopiah, 2008, p.13). Untuk mengetahui secara spesifik tentang ciri-ciri demografis individu, berikut adalah penjabarannya (Sopiah, 2008, p.14):

1. Usia
Banyak penelitian yang membuktikan bahwa umur menentukan perilaku individu. Umur juga menentukan kemampuan seseorang untuk bekerja, termasuk bagaimana dia merespon stimulus yang dilancarkan individu atau pihak yang lain
2. Jenis Kelamin
Pada dasarnya Tuhan menciptakan laki – laki dan wanita berbeda baik tanggung jawab, peran dan tugas maupun fisik. Karena kodratnya wanita lebih sering tidak masuk kerja dibanding laki – laki, misalnya hamil, melahirkan. Namun wanita lebih cederung rajin, teliti dan sabar dibanding laki – laki
3. Masa Kerja
Banyak penelitian menyimpulkan semakin lama seorang bekerja, semakin rendah keinginan untuk meninggalkan pekerjaannya.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan teknik pengumpulan data kuesioner.

Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya (Radio Suara Surabaya), didalamnya termasuk manajer dan staff yang ada dibawahnya. Penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel dengan metode *total sampling* dengan sampel seluruh karyawan PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya (Radio Suara Surabaya) yang berjumlah 103 orang.

Analisis Data

Analisis dalam penelitian menggunakan Uji Validitas, Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana kuesioner akan mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengukur validitas digunakan korelasi *Product Moment Pearson*. Jika hasil korelasi *Product Moment Pearson* antara masing-masing pertanyaan dengan skor total pertanyaan menunjukkan hasil yang signifikan (r hitung $>$ r tabel), maka item pertanyaan tersebut bisa dikatakan valid (Singarimbun, 2011:124). Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai Alpha Cronbach (α). Jika koefisien Alpha Cronbach (α) lebih besar dari 0,6 maka instrument dikatakan reliabel (Singarimbun, 2011:140). Dalam penelitian analisis data yang digunakan adalah statistik deksriptif dan tabulasi silang menggunakan Inventaris Iklim Komunikasi (Pace & Faules, 2005, p.157), dan menggunakan Tabulasi silang yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel penelitian didasarkan pada karakteristik demografis responden

Temuan Data

Tanggapan Terhadap Variabel Iklim Komunikasi Organisasi

Dimensi	Pernyataan	Mean	Std	Mean	Std	
Kepercayaan	1	Pimpinan memberikan kepercayaan kepada saya untuk melakukan tugas yang diberikan	4,03	0,86	4,02	0,85
	2	Saya percaya kepada Pimpinan untuk dipimpin	4,08	0,76		
	3	Sesama staf PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya saling menaruh kepercayaan untuk menggantikan tugas apabila ada staf yang berhalangan	3,95	0,94		
	4	Pimpinan memberikan kesempatan kepada saya untuk memberikan saran kepada Pimpinan sebelum mengambil keputusan	4,10	0,81		
Pembuatan Keputusan	5	Saya berkesempatan untuk memberikan ide dalam memecahkan persoalan mengenai pekerjaan yang dihadapi Pimpinan	3,64	0,86	3,82	0,84

Dimensi	Pernyataan	Mean	Std	Mean	Std	
Kejujuran	6	Saya saling berdiskusi dan bekerjasama untuk menjalankan keputusan atau kebijakan yang diambil Pimpinan	3,71	0,85	3,94	0,76
	7	Pimpinan menjelaskan tentang keadaan yang terjadi di perusahaan kepada saya	4,00	0,82		
	8	Pimpinan berterus terang untuk mengemukakan ide dan pikirannya kepada saya	3,79	0,72		
	9	Saya dapat mengemukakan pendapat saya ketika pendapat saya berbeda dengan pimpinan	4,04	0,74		
Keterbukaan ke bawah	10	Pimpinan berterus terang kepada saya tentang pekerjaan saya yang belum terselesaikan dengan baik	4,07	0,73	3,75	0,87
	11	Pimpinan memberitahukan informasi dari luar perusahaan mengenai perusahaan kepada saya	3,62	0,92		
	12	Pimpinan menyediakan alat untuk memudahkan informasi sampai kepada pada staf (<i>e-mail internal</i> dan <i>group Whatsapp, BBM</i>)	3,57	0,97		
Mendengarkan	13	Saya terbuka untuk menceritakan kendala pekerjaan dengan pimpinan	3,67	0,90	3,78	0,90
	14	Pimpinan bersedia mendengarkan keluhan saya mengenai perusahaan.	3,64	1,02		
	15	Pimpinan menganggap penting informasi pekerjaan dari saya	4,02	0,79		
Perhatian Tujuan	16	Pimpinan mempunyai komitmen bekerja untuk mencapai target	4,05	0,77	4,04	0,79
	17	Saya bersedia melakukan pekerjaan yang tidak sesuai dengan bidang saya	3,98	0,80		
	18	Pimpinan mengajak saya untuk berinovasi mengembangkan perusahaan	4,10	0,80		

Tabel 4.26. Tabulasi Silang Tanggapan Iklim Komunikasi Organisasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
Laki-Laki	0	2	14	29	26	71
	0%	3%	20%	41%	37%	100%
Perempuan	0	1	4	14	13	32
	0%	3%	13%	44%	41%	100%
Jumlah	0	3	18	43	39	103

Tabel 4.27. Tabulasi Silang Tanggapan Iklim Komunikasi Organisasi Berdasarkan Usia

Usia	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
23-30 tahun	0	0	8	15	12	35
	0%	0%	23%	43%	34%	100%
31-38 tahun	0	0	3	12	7	22
	0%	0%	14%	55%	32%	100%
39-46 tahun	0	2	5	12	11	30
	0%	7%	17%	40%	37%	100%
47-54 tahun	0	0	2	3	7	12
	0%	0%	17%	25%	58%	100%
55-62 tahun	0	1	0	1	2	4
	0%	25%	0%	25%	50%	100%
Jumlah	0	3	18	43	39	103

Tabel 4.28. Tabulasi Silang Tanggapan Iklim Komunikasi Organisasi Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
Diploma	0	1	4	16	8	29
	0%	3%	14%	55%	28%	100%
S1	0	2	12	22	27	63
	0%	3%	19%	35%	43%	100%
SMA	0	0	2	5	4	11
	0%	0%	18%	45%	36%	100%
Jumlah	0	3	18	43	39	103

Tabel 4.29. Tabulasi Silang Tanggapan Iklim Komunikasi Organisasi Berdasarkan Lama Bekerja

Lama Bekerja	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
< 5 tahun	0	0	7	9	8	24
	0%	0%	29%	38%	33%	100%
≥ 5 tahun	0	3	11	34	31	79
	0%	4%	14%	43%	39%	100%
Jumlah	0	3	18	43	39	103

Tabel 4.30. Tabulasi Silang Tanggapan Iklim Komunikasi Organisasi Berdasarkan Divisi

Divisi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
Finance	0	0	1	4	4	9

	0%	0%	11%	44%	44%	100%
HRG/GA	0	0	4	7	7	18
	0%	0%	22%	39%	39%	100%
Marketing	0	1	3	7	4	15
	0%	7%	20%	47%	27%	100%
News	0	0	5	5	14	24
	0%	0%	21%	21%	58%	100%
On Air	0	1	1	9	6	17
	0%	6%	6%	53%	35%	100%
Promosi	0	0	2	5	3	10
	0%	0%	20%	50%	30%	100%
Teknik	0	1	2	6	1	10
	0%	10%	20%	60%	10%	100%
Jumlah	0	3	18	43	39	103

Analisis dan Interpretasi

Dimensi kepercayaan dijelaskan dari tiga indikator, nilai rata-rata paling rendah pada pernyataan bahwa pimpinan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memberikan saran kepada pimpinan sebelum mengambil keputusan dan tanggapan tertinggi pada pernyataan bahwa karyawan percaya kepada pimpinan untuk dipimpin. Berdasarkan tanggapan tersebut, bisa dijelaskan bahwa kepercayaan paling kuat dari karyawan mengenai kemampuan pimpinan untuk memimpin sehingga karyawan mempercayakannya untuk memimpin. Nilai standar deviasi paling tinggi pada pernyataan bahwa pimpinan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memberikan saran kepada pimpinan sebelum mengambil keputusan, artinya bahwa varian tanggapan responden untuk pernyataan tersebut paling tinggi diantara indikator lainnya pada dimensi kepercayaan.

Tanggapan terhadap dimensi pembuatan keputusan bersama dengan nilai rata-rata terendah pada pernyataan bahwa karyawan berkesempatan untuk memberikan ide dalam memecahkan persoalan mengenai pekerjaan yang dihadapi pimpinan dan tanggapan tertinggi pada pernyataan bahwa pimpinan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memberikan saran kepada pimpinan sebelum mengambil keputusan. Berdasarkan perbandingan tanggapan responden untuk dimensi ini, bisa dijelaskan bahwa kesempatan yang diberikan pimpinan kepada karyawan untuk memberikan saran kepada pimpinan sebelum mengambil keputusan dinilai paling baik dibandingkan indikator lainnya pada dimensi ini. Nilai standar deviasi paling tinggi pada pernyataan bahwa karyawan berkesempatan untuk memberikan ide dalam memecahkan persoalan mengenai pekerjaan yang dihadapi pimpinan, artinya bahwa pernyataan tersebut dengan variasi jawaban paling besar diantara jawaban responden untuk indikator lain pada dimensi pembuatan keputusan bersama.

Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata tanggapan responden, diketahui bahwa tanggapan paling rendah pada dimensi kejujuran ini adalah pernyataan bahwa pimpinan berterus terang untuk mengemukakan ide dan pikirannya kepada

karyawan. Sedangkan tanggapan paling tinggi pada pernyataan bahwa karyawan dapat mengemukakan pendapat ketika pendapatnya berbeda dengan pimpinan. Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata tersebut bisa dijelaskan bahwa pimpinan yang bisa menerima pendapat karyawan meskipun berbeda dengan pendapat pimpinan dinilai dengan penilaian paling tinggi pada dimensi kejujuran. Variabilitas jawaban tertinggi adalah pada pernyataan bahwa pimpinan menjelaskan tentang keadaan yang terjadi di perusahaan kepada karyawan, artinya untuk pernyataan tersebut jawaban diantara responden penelitian lebih beragam.

Tanggapan terhadap dimensi keterbukaan ke bawah, diantara tiga indikator ternyata penilaian terendah adalah pada pernyataan bahwa pimpinan menyediakan alat untuk memudahkan informasi sampai kepada pada staf (*e-mail internal* dan *group Whatsapp, BBM*), dan penilaian paling tinggi pada pernyataan bahwa pimpinan berterus terang kepada karyawan tentang pekerjaan yang belum terselesaikan dengan baik. Keterusterangan pimpinan terhadap karyawan khususnya menyangkut pekerjaan yang belum terselesaikan tersebut dinilai yang paling tinggi diantara indikator lain pada dimensi keterbukaan. Berdasarkan perbandingan nilai standar deviasi, diketahui bahwa pimpinan menyediakan alat untuk memudahkan informasi sampai kepada pada staf (*e-mail internal* dan *group Whatsapp, BBM*) dengan variabilitas jawaban paling tinggi.

Tanggapan responden terhadap dimensi mendengarkan dalam komunikasi ke atas, penilaian terendah adalah pada pernyataan bahwa pimpinan bersedia mendengarkan keluhan karyawan mengenai perusahaan, dan penilaian paling tinggi pada pernyataan bahwa pimpinan menganggap penting informasi pekerjaan dari karyawan. Perhatian terhadap pekerjaan karyawan didasarkan pada perhatian pimpinan terhadap berbagai informasi mengenai pekerjaan karyawan tersebut dinilai karyawan dengan penilaian paling tinggi diantara indikator lain. Berdasarkan perbandingan nilai standar deviasi, diketahui bahwa jawaban responden untuk pernyataan bahwa pimpinan bersedia mendengarkan keluhan karyawan mengenai perusahaan dengan variasi jawaban paling tinggi.

Penilaian terhadap dimensi perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi, dinilai oleh responden dengan tanggapan yang berbeda-beda. Tanggapan paling rendah pada pernyataan bahwa karyawan bersedia melakukan pekerjaan yang tidak sesuai dengan bidangnya, dan penilaian tertinggi pada pernyataan bahwa pimpinan mengajak karyawan untuk berinovasi mengembangkan perusahaan. Berdasarkan pada perbandingan nilai standar deviasi, diketahui bahwa standar deviasi paling tinggi pada pernyataan bahwa karyawan bersedia melakukan pekerjaan yang tidak sesuai dengan bidangnya dan pernyataan bahwa pimpinan mengajak karyawan untuk berinovasi mengembangkan perusahaan, artinya kedua pernyataan tersebut dengan variasi jawaban responden paling tinggi.

Berdasarkan pada perbandingan nilai rata-rata setiap dimensi, penilaian terendah pada dimensi mengenai keterbukaan dalam komunikasi ke bawah. Sedangkan penilaian paling tinggi pada dimensi perhatian terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Nilai standar deviasi paling tinggi pada dimensi mendengarkan dalam komunikasi ke atas, artinya bahwa dimensi tersebut dengan variasi jawaban paling tinggi dibandingkan dimensi lain pada variabel iklim komunikasi organisasi.

Berdasarkan demografis, Tanggapan Iklim Komunikasi Organisasi Berdasarkan Jenis Kelamin, sebagian besar dari Sebagian besar dari kedua

kelompok responden (laki-laki dan perempuan menyatakan setuju bahwa iklim komunikasi organisasi di perusahaan memadai, Berdasarkan pada perbandingan jawaban mengenai iklim komunikasi organisasi tersebut, bisa dijelaskan bahwa responden dengan usia yang lebih muda cenderung menjawab setuju dan kelompok usia lebih tua (47-54 tahun dan 55-62 tahun) dengan persentase terbesar sangat setuju, responden dengan pendidikan S1 cenderung lebih banyak yang menjawab sangat setuju, artinya untuk kelompok pendidikan paling tinggi cenderung bisa mengkondisikan diri dengan iklim komunikasi organisasi sehingga sebagian besar memberikan jawaban sangat setuju terhadap iklim komunikasi organisasi di perusahaan. Berdasarkan pada lama bekerja di perusahaan, untuk responden dengan lama bekerja maksimal 5 tahun jawaban paling besar adalah setuju yaitu 38% responden. Untuk responden dengan lama bekerja lima tahun ke atas dengan distribusi sama yaitu sebagian besar menyatakan setuju yaitu sebesar 43%. Sedangkan untuk jawaban sangat setuju ternyata responden dengan lama bekerja lima tahun ke atas lebih besar dibandingkan responden dengan lama bekerja maksimal 5 tahun. Responden dengan lama bekerja lima tahun ke atas 39% menjawab sangat setuju sedangkan untuk responden dengan lama bekerja maksimal lima tahun yang menjawab sangat setuju yaitu 33%. Temuan ini juga bisa dijelaskan bahwa untuk responden dengan lama bekerja lebih panjang cenderung lebih bisa menyesuaikan dengan iklim komunikasi organisasi karena persentase jawaban sangat setuju lebih besar dibandingkan jawaban sangat setuju untuk responden yang bekerja maksimal 5 tahun, dan diketahui bahwa untuk divisi Finance dan HRG/GA persentase responden yang memberikan jawaban setuju dan sgs etuju dengan persentase yang sama yaitu masing-masing sebesar 44% untuk divisi finance dan sebesar 39% untuk divisi HRG/GA. Untuk responden penelitian yang bekerja di divisi Marketing, On Air, Promosi, dan Teknik sebagian besar memberikan jawaban setuju. Sedangkan untuk responden yang bekerja di bagian News sebagian besar menjawab sangat setuju. Berdasarkan pada temuan ini, bisa dijelaskan bahwa iklim komunikasi organisasi di bagian News dinilai oleh karyawan di divisi tersebut dengan kondisi yang paling nyaman atau mendukung dibandingkan penilaian pada karyawan bagian lainnya.

Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan, maka kesimpulan mengenai iklim komunikasi organisasi di PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya bisa dijelaskan bahwa Iklim Komunikasi Organisasi PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya tinggi hal ini didasarkan pada dimensi kepercayaan, pembuatan keputusan, kejujuran, keterbukaan ke bawah, mendengarkan, dan perhatian pada tujuan. Keseluruhan dimensi diatnggapi oleh karyawan dengan penilaian yang cukup tinggi dilihat dari nilai rata-rata jawaban karyawan untuk iklim komunikasi organisasi. Meskipun demikian, jika dibandingkan antar dimensi, diketahui bahwa perhatian pada tujuan dengan penilaian paling tinggi. Temuan ini bisa dijelaskan bahwa iklim komunikasi di PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya lebih didasarkan pada komitmen bersama mengenai perhatian pada pencapaian tujuan kinerja. Hasil tabulasi silang iklim komunikasi organisasi berdasarkan karakteristik demografis karyawan, diketahui bahwa dari semua karakteristik demografis, persentase jawaban setuju paling besar dibandingkan jawaban lainnya

untuk tanggapan terhadap diklim komunikasi organisasi. Berdasarkan pada temuan ini, maka bisa dijelaskan bahwa iklim komunikasi organisasi di PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya telah menjadi budaya kerja sehingga komunikasi yang terjalin di lingkungan PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya tidak dibatasi oleh karakteristik demografis karyawan.

Daftar Referensi

- Benedicta, Y.S (2013). *Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi PT. Djatim Super Cooking Oil Terhadap Kinerja Karyawan*. Surabaya : Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Universitas Airlangga
- Felicia, P (2006). *Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Club House Dian Istana Surabaya Terhadap Kinerja Pegawai*. Surabaya : Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra.
- Mahsun, Muhammad.(2006). *Pengukuran Kinerja Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pondok Pustaka.
- Masmuh, Abdullah. (2008). *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang : UMM Press
- Muhammad, Arni. (2007). *Komunikasi organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules (2006). *Komunikasi organisasi : strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakraya Offser.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Riduwan. (2003). *Dasar-Dasar Statistika, Cetakan Ketiga*. Bandung : Alfabeta.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi* .Jakarta.Raja Grafindo Persada.
- Singarimbun Masri. (2011). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Singarimbun, Masri. (1995). *Metode Penelititan Survei*. Jakarta : LP3ES
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta : Andi
- Srimulyo, Koko. (1999). *Analisis Pengaruh Faktor – Faktor Terhadap Perpustakaan di Kotamadya Surabaya*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya : Program Pasca Sarjana Ilmu Manajemen Universitas Airlangga.
- Susanti CE dan B Tedjasuksmana, 2012, Effect Of Knowledge On Nutrition Diet Behavior With Attitude To Mediation Functional Foods For Diabetes Mellitus Patients In Surabaya. Proceedings of Conference In Business, Accounting and Management (CBAM). Vol. 1 No. 1 December. halaman. 151 - 164
- Sutrisno, Edi. (2009). *Komunikasi Dalam Organisasi*. Jakarta: KENCANA.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik praktis, riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.