

**ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA ANEKA BATA TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

CELVI SUSANTI

NIM :16612130



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2020**

**ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA ANEKA BATA TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh

CELVI SUSANTI

NIM :16612130

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2020**

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA ANEKA BATA TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh

Nama : Celvi Susanti

NIM : 16612130

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



Tubel Agusven, S.T., M.M.
NIDN. 1017087601/Lektor

Pembimbing kedua,



Evita Sandra, S.Pd.Ek., M.M.
NIDN. 1029127202/Lektor

Mengetahui,

Plt. Ketua Program Studi,



Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.
NIDN. 1002078602/ Lektor

Skripsi Berjudul

**ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
PADA ANEKA BATA TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Celvi Susanti


NIM : 16612130

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Lima Bulan Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima


Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

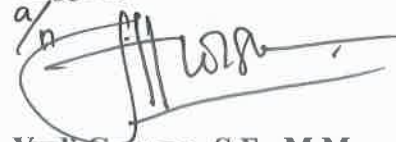


Tubel Agusven, S.T., M.M.
NIDN. 1017087601 /Lektor



Surya Kusumah, S.Si., M.Eng.
NIDN. 1022038001/Lektor

Anggota,



Yudi Carsana, S.E., M.M.
NIDN. 1016076601/Asisten Ahli

Tanjungpinang, 5 Agustus 2020

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,



Ketua,



Marlinda, SE. M. Ak. Ak. CA.
NIDN. 1029127801/Lektor

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : CELVI SUSANTI
NIM : 16612130
Tahun Angkatan : 2016
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.37
Program Studi / Jenjang : Manajemen / Strata 1
Judul Skripsi : Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Pada Aneka Bata Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap di proses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, Agustus 2020

Penyusun



CELVI SUSANTI

NIM: 16612130

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah wassyukurillah warahmatullah

Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta, yang dengan tulus mencurahkan seluruh kasih sayang kepada putrimu ini, serta bimbingan dan dukungan baik secara moril maupun materil, dan limpahan doa yang tiada henti-hentinya. Pengorbananmu tidak bisa terbalaskan dengan apapun. Ku ucapkan kata maaf dan terimakasih yang paling dalam, semoga anakmu ini kelak dapat menjadi orang yang sukses dan membahagikan bapak dan ibu. Dan terimakasih juga buat adik-adikku yang selalu mendukung dan senantiasa memberikan doa dan motivasi kepada kakaknya.

MOTTO

**Tanda engkau sedang berada dalam perjalanan naik yang tepat adalah
adanya masalah dan hambatan Be Strong!**

(Mario Teguh)

Build your own dream or someone else hire you to build theirs

(Farrah Gray)

**Ketika kita sudah rendah hati dengan ketulusan, lihat! Tidak ada lagi yang
bisa merendahkan kita**

(Celvi Susanti)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PADA ANEKA BATA TANJUNGPINANG” ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang selalu mendukung. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Ibu Charly Marlinda, SE., M. Ak. Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, SE., M. Si. Ak. CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, SE., Ak., M. Si. CA Selaku wakil ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, M.M. selaku plt wakil ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

5. Ibu Dwi Septi Haryani, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
6. Bapak Tubel Agusven, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing pertama. Dosen yang sudah membimbing selama penyusunan skripsi.
7. Ibu Evita Sandra, S.Pd.Ek., M.M. selaku dosen pembimbing kedua. Dosen yang sudah membimbing selama penyusunan skripsi.
8. Perusahaan Aneka Bata, terimakasih telah mengizinkan saya untuk meneliti di tempat ini.
9. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
10. Orang tuaku yang ku sayang ayah Hartono dan mamaku di surga yang selalu memberi aku kekuatan agar bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar.
11. Adik-adik ku terimakasih atas pengorbanannya, dukungan moral dan yang telah memberikan motivasi.
12. Seluruh teman-teman ku yang selalu memberikan ku semangat agar tidak menyerah dalam pembuatan skripsi ini dan selalu mendukungku dalam rintangan apapun yang menghambat dalam pembuatan skripsi ini.

Tanjungpinang, Agustus 2020

Penulis,

CELVI SUSANTI
NIM.16612130

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Kegunaan Penelitian	8
1.5.1. Kegunaan Ilmiah	8
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	9
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Tinjauan Teori.....	11
2.1.1. Manajemen Sumber Daya Manusia	11
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Sumber daya Manusia	11
2.1.1.2. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	12
2.1.1.3. Manfaat Manajemen Sumber Daya Manusia	12

2.1.2. Pengertian Iklim	13
2.1.2.1. Dimensi Iklim Organisasi.....	14
2.1.3. Pengertian Komunikasi	15
2.1.3.1. Fungsi Komunikasi	16
2.1.3.2. Proses Komunikasi	17
2.1.4. Pengertian Iklim Komunikasi Organisasi.....	18
2.1.4.1. Indikator Iklim Komunikasi Organiasasi	19
2.1.4.2. Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi.....	21
2.2. Kerangka Pemikiran	22
2.3. Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Jenis Data.....	30
3.2.1. Menurut Jenis	30
3.2.2. Menurut Sumber	31
3.2.2.1. Data Primer	31
3.2.2.2. Data Sekunder.....	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1. Teknik Wawancara	33
3.3.2. Teknik Observasi	33
3.4. Populasi & Sampel	34
3.4.1. Populasi.....	34
3.4.2. Sampel.....	34
3.5. Definisi Operasional Variabel	35
3.6. Teknik Pengolahan Data.....	38
3.7. Teknik Analisis Data	39
3.7.1. Uji Kredibilitas.....	40
3.7.1.1. Tringulasi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Aneka Bata Tanjungpinang	42

4.1.1.1. Visi Misi	43
4.1.1.2. Struktur Organisasi Aneka Bata Tanjungpinang.....	44
4.1.1.3. Tugas Pokok dan Fungsi	45
4.1.2. Karakteristik Informan	50
4.1.2.1. Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2.2. Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
4.1.2.3. Informan Berdasarkan Masa Kerja	52
4.1.3. Reduksi Data	53
4.1.3.1. Kepercayaan	53
4.1.3.2. Pembuatan Keputusan Bersama	57
4.1.3.3. Kejujuran.....	60
4.1.3.4. Keterbukaan Dalam Komunikasi Kebawah	65
4.1.3.5. Mendengarkan Dalam komunikasi Keatas.....	69
4.1.3.6. Perhatian Pada tujuan Berkinerja Tinggi	73
4.1.4. Penyajian data	79
4.1.5. Penarikan Kesimpulan.....	82
4.1.5.1. Kepercayaan	82
4.1.5.2. Pembuatan Keputusan Bersama	83
4.1.5.3. Kejujuran.....	83
4.1.5.4. Keterbukaan Dalam Komunikasi Kebawah	84
4.1.5.5. Mendengarkan Dalam komunikasi Keatas.....	84
4.1.5.6. Perhatian Pada tujuan Berkinerja Tinggi	85
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	85
4.2.1. Upaya Aneka Bata Tanjungpinang.....	88
4.2.1.1. Kepercayaan	88
4.2.1.2. Pembuatan Keputusan Bersama	88
4.2.1.3. Kejujuran.....	89
4.2.1.4. Keterbukaan Dalam Komunikasi Kebawah	90
4.2.1.5. Mendengarkan Dalam komunikasi Keatas.....	90
4.2.1.6. Perhatian Pada tujuan Berkinerja Tinggi	91

BAB V PENUTUP	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
<i>CURICULUM VITAE</i>	

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
Tabel 3.1	Sampel penelitian.....	35
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1	Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2	Karakteristik Informan Menurut Pendidikan.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Informan Berdasarkan Masa Kerja.....	52
Tabel 4.4	Rekapitulasi Hasil Wawancara Narasumber Pada Indikator Kepercayaan.....	53
Tabel 4.5	Rekapitulasi Hasil Wawancara Narasumber Pada Indikator Pengambilan Keputusan bersama.....	57
Tabel 4.6	Rekapitulasi Hasil Wawancara Narasumber Pada Indikator Kejujuran.....	61
Tabel 4.7	Rekapitulasi Hasil Wawancara Narasumber Pada Indikator Keterbukaan Dalam Komunikasi Kebawah.....	65
Tabel 4.8	Rekapitulasi Hasil Wawancara Narasumber Pada Indikator Mendengarkan Dalam Komunikasi Keatas.....	69
Tabel 4.9	Rekapitulasi Hasil Wawancara Narasumber Pada Indikator Perhatian pada Tujuan Berkinerja Tinggi.....	74
Tabel 4.10	Hasil Penyajian Data.....	79

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1	Bagan Model Analisis data.....	39
Gambar 3.2	Tringulasi Sumber.....	41
Gambar 3.3	Tringulasi Teknik Pengumpulan Data.....	41
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Aneka Bata Tanjungpinang.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Pedoman Wawancara
Lampiran 2	: Hasil Wawancara
Lampiran 3	: Tabel Observasi
Lampiran 4	: Dokumentasi
Lampiran 5	: Surat Izin penelitian
Lampiran 6	: <i>Plagiarism</i>

ABSTRAK

ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PADA ANEKA BATA TANJUNGPINANG

CELVI SUSANTI.16612130. S1 Manajemen. STIE Pembangunan
Tanjungpinang. Celvisusanti12@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana iklim komunikasi organisasi pada aneka bata tanjungpinang, diketahui bahwa iklim komunikasi pada aneka bata belum berjalan dengan baik dikarenakan belum ada rasa saling percaya antara atasan dan bawahan, tidak semua anggota organisasi dilibatkan dalam pengambilan keputusan bersama, bawahan tidak terbuka mengenai masalah yang dialami saat proses bekerja, dan belum ada upaya yang signifikan dari perusahaan.

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif deskriptif. Informan penelitian sebanyak 6 orang yaitu: pimpinan perusahaan, supervisor, admin, supir, abk dan tukang cetak produksi. Sumber data penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber data dan teknik pengumpulan data.

Hasil wawancara di analisis dengan uji keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data. Setelah data telah sesuai dengan hasil wawancara selanjutnya data diolah dengan teknik reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aneka bata iklim komunikasi organisasi belum berjalan dengan baik, dimana belum ada rasa saling percaya antara atasan dan bawahan, tidak semua anggota organisasi terlibat dan didengarkan sarannya dalam rapat pengambilan keputusan bersama, bawahan tidak terbuka mengenai masalah yang terjadi, sehingga komunikasi bersifat satu arah, hal ini disebabkan oleh beberapa indikator seperti kepercayaan, pengambilan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi kebawah, mendengarkan dalam komunikasi keatas, dan perhatian pada tujuan kinerja yang tinggi. berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di aneka bata tanjungpinang.

Kata kunci: Iklim, Komunikasi, Organisasi.

Dosen Pembimbing 1 : Tubel Agusven, S.T., M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Evita Sandra, S.Pd.Ek., M.M.

ABSTRAC

ANALYSIS OF CLIMATE COMMUNICATION ORGANIZATION ON VARIOUS BRICK TANJUNG PINANG

CELVI SUSANTI.16612130. *SI Manajemen*. STIE Pembangunan
Tanjungpinang. *Celvisusanti12@gmail.com*

This study aims to analyze how the organizational communication climate in various bricks in Tanjungpinang is known that the communication climate in various bricks has not gone well because there is no mutual trust between superiors and subordinates, not all members of the organization are involved in joint decision making, subordinates are not open about problems experienced during the work process, and there has been no significant effort from the company.

This type of research is descriptive qualitative research. There were 6 research informants, namely: company leaders, supervisors, admins, drivers, drivers and production printers. Sources of research data used are primary data and secondary data. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques using data validity test with data source triangulation techniques and data collection techniques.

The results of the interviews were analyzed with data validity testing with data source triangulation techniques and data collection triangulation techniques. After the data is in accordance with the results of the interview then the data is processed by data reduction techniques, data presentation and drawing conclusions.

The results showed that in various bricks the organizational communication climate was not going well, where there was no mutual trust between superiors and subordinates, not all members of the organization were involved and listened to their suggestions in joint decision-making meetings, subordinates were not open about problems that occurred, so communication is one-way, this is caused by several indicators such as trust, joint decision making, honesty, openness in downward communication, listening in upward communication, and attention to high performance goals. based on the results of research that has been done in various brick Tanjung Pinang.

Keywords: Climate, Communication, Organization

Supervisor 1 : Tubel Agusven, S.T., M.M.

Supervisor 2 : Evita Sandra, S.Pd.Ek., M.M.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen sumber daya manusia secara sederhana didefinisikan sebagai mengelola sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia merupakan satu gerakan pengakuan terhadap pentingnya unsur manusia sebagai sumber daya yang potensial, yang perlu dikembangkan sedemikian rupa sehingga mampu memberikan kontribusi yang maksimal bagi organisasi dan bagi pengembangan dirinya, pergerakan dan pengendalian dalam pencapaian sasaran yang telah ditentukan melalui sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Manajemen merupakan proses yang khas yang terdiri atas tindakan perencanaan dan pengorganisasian, untuk melaksanakan fungsi manajemen, dibutuhkan komunikasi untuk mencapai tujuan (Dr.Riinawati, 2019).

Syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial dan komunikasi. Komunikasi adalah suatu hubungan yang melibatkan proses ketika informasi dan pesan dapat tersalurkan dari satu pihak ke pihak lain Soyomukti (2010). Tanpa adanya komunikasi sejarah peradaban manusia tak akan dapat maju sebagaimana tak ada hubungan yang memungkinkan informasi/pesan dapat dibagi kepada orang lain yang membuat informasi/pesan dapat tersampaikan, sejak manusia hadir dalam kehidupan, sejak itu pula terjadi proses pertukaran ide, informasi, gagasan, keterangan, imbauan, permohonan, saran, usul, bahkan perintah, dengan itu pula informasi atau pengetahuan yang ditemukan oleh

seseorang atau kelompok manusia dapat diterima banyak orang dan pada akhirnya persepsi terhadap suatu hal mampu membuat masyarakat memahaminya secara bersama-sama.

Komunikasi berperan penting dalam menjembatani manusia untuk berhubungan antara satu dengan yang lainnya baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam bermasyarakat. Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat vital, komunikasi berperan penting bagi kehidupan manusia, karena manusia itu sendiri dikenal sebagai makhluk sosial. Komunikasi merupakan instrumen yang digunakan manusia dalam berinteraksi dengan sesama terutama didalam sebuah organisasi komunikasi merupakan alat yang berfungsi sebagai penghubung serta pembangkit motivasi antar setiap anggota sehingga sebuah organisasi dapat berjalan maju. Di dalam sebuah organisasi hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan, dan antara bawahan dengan bawahan sangat berpengaruh besar dalam terciptanya iklim komunikasi yang baik dalam organisasi tersebut. Dalam suatu organisasi, komunikasi sangatlah penting karena komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi.

Untuk membangun kerjasama yang harmonis dan sinergi maka manusia membutuhkan proses komunikasi yang baik di dalam organisasi agar terciptanya suatu pemahaman, kesatuan pengalaman, dan satu pengertian dan persepsi yang sama dalam mencapai tujuan hal ini perlu menjadi perhatian seorang pemimpin organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi pada

tingkah laku karyawan, untuk itu dalam menciptakan iklim komunikasi organisasi yang baik perlu memahami hal tersebut. Organisasi baik bisnis maupun sosial adalah suatu wadah atau tempat untuk melakukan kerjasama dalam mencapai tujuan yang diinginkan, kerjasama ini biasanya melibatkan dua orang atau lebih yang lazim disebut dengan sumber daya, dari berbagai sumber daya yang dibutuhkan bagi organisasi, faktor yang akan menentukan adalah sumber daya manusianya, sehingga sumber daya manusia ini perlu dikelola sesuai dengan visi, misi dan program dari organisasi tersebut.

Organisasi akan berjalan efektif apabila iklim komunikasi organisasi tersebut berlangsung dengan kondusif yang merupakan hal utama dalam mencapai tujuan organisasi, komunikasi dalam suatu organisasi sangat penting agar tidak terjadinya salah penyampaian informasi antar anggota dalam suatu organisasi, begitu pentingnya sebuah komunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan agar para penyimak dapat memahami apa yang disampaikan. Proses komunikasi yang efektif merupakan syarat terbinanya kerja sama yang baik, dengan adanya komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasikan perubahan organisasi, mengordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan.

Di dalam suatu organisasi selalu melakukan komunikasi timbal balik demi kepentingan semua pihak dalam berkomunikasi kita menciptakan persamaan pengertian, ide, pemikiran, dan sikap tingkah laku kita terhadap orang lain jadi, komunikator dan komunikan mempunyai kesamaan dan kesepakatan pesan

sehingga menimbulkan suatu pengertian. Dalam proses komunikasi melibatkan beberapa komponen, yaitu komunikator (sumber), pesan, saluran, komunikan (organisasi/publik), dan efek.

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks, yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program menurut Prof.Dr. Khomsahrial Romli (2014). Oleh karena itu, iklim komunikasi organisasi menjadi sebuah unsur yang penting dalam organisasi karena dapat memberikan nilai-nilai, sikap, serta meningkatkan kinerja karyawan dalam pencapaian organisasinya, karena nilai-nilai dari setiap individu yang berlainan harus diketahui oleh perusahaan agar dapat digunakan untuk menilai karyawan yang potensial dan menetapkan nilai-nilai mereka segaris dengan nilai dominan organisasi, sebab nilai-nilai dari seorang individu akan membentuk iklim komunikasi organisasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan beberapa bagian yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan dan akan berpengaruh terhadap tujuan organisasi itu sendiri kedepannya.

Melihat peranan karyawan yang sangat penting dalam iklim komunikasi organisasi, maka keberadaan karyawan harus diperhatikan, misalnya dengan membina hubungan yang lebih jauh agar tercipta saling percaya, jujur, saling terbuka dan tidak ada yang ditutupi, saling mendengarkan saran maupun pendapat satu sama lain dan saling pengertian antara pimpinan dengan karyawannya. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam sebuah organisasi karena dengan adanya komunikasi maka kejelasan masalah pun akan tercipta, adanya perhatian, dukungan dan yang terpenting adalah adanya suatu rasa kebersamaan diantara keduanya baik karyawan maupun pimpinan sehingga komunikasi antara atasan dan karyawan dapat berjalan dengan lancar.

Aneka bata tanjungpinang merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang produksi yang memproduksi batako, cincin sumur, angin-angin dan lain sebagainya, jalur distribusinya meliputi toko-toko bangunan di tanjungpinang. Perusahaan yang memiliki 8 karyawan ini berdiri sejak tahun 2006, lokasi aneka bata dulu tidak sama dengan sekarang pada awal mula berdirinya aneka bata ini hanya menyewa ruangan kecil disamping toko bangunan sindo pratama yang digunakan aneka bata sebagai kantor, dan karyawannya belum sebanyak sekarang, pada awal mula berdiri aneka bata, bapak ayong merangkap sebagai supir dan dibantu adiknya untuk mencetak bahan produksi.

Aneka bata tanjungpinang mulai mengalami perkembangan pesat didukung oleh kerja sama yang dilakukan aneka bata dengan toko- toko bangunan di tanjungpinang dimana toko bangunan tersebut bekerja sama dengan pemerintah

dalam program bedah rumah yang memilih bekerja sama dengan aneka bata. Dalam melaksanakan aktifitasnya aneka bata membutuhkan iklim komunikasi yang baik agar dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab berjalan sesuai dengan tugasnya, namun hal itu berbeda dengan yang terjadi di aneka bata tanjungpinang dimana komunikasi antara atasan dengan bawahan kurang terjalin dengan baik. Hal ini diindikasikan dengan tidak adanya saling percaya antara atasan dengan karyawan atau bawahan, karyawan kurang terbuka mengenai masalah yang terjadi dalam proses bekerja, dan tidak semua terlibat dalam pembuatan keputusan bersama, serta pendapat maupun saran dari karyawan kurang diperhatikan oleh pimpinan, hal ini menjadikan komunikasi menjadi terhambat dan iklim komunikasi organisasi menjadi kurang kondusif.

Hal tersebut juga diasumsikan adanya keterkaitan pimpinan dalam melakukan pengarahan kerja yang hanya melalui media dan jarang sekali terjadi interaksi langsung antara atasan dan bawahan. Media komunikasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, menyebarkan, mengolah dan juga menyajikan dan menyampaikan informasi. Berdasarkan observasi di awal aneka bata sendiri memiliki media informasi berupa papan tulis dimana atasan memberikan arahan melalui media tersebut, tujuannya adalah sebagai perantara dalam penyampaian suatu informasi dari atasan (komunikator) terhadap bawahan (komunikan) supaya lebih efisien untuk menyebarkan informasi atau pesan, media saja belumlah cukup untuk mengarahkan tugas yang harus dikerjakan, diperlukan interaksi langsung agar komunikasi tidak bersifat satu arah saja, dengan kesibukan pimpinan, pimpinan jarang berada ditempat

sehingga komunikasi tidak dapat dilakukan secara langsung antara atasan dan bawahan.

Komunikasi yang dilakukan bersifat formal, atasan lebih sering bersikap sebagai atasan dibandingkan rekan dalam bekerja, untuk hal di luar pekerjaan sekalipun, hal ini membuat karyawan tidak berani atau segan jika ingin mengungkapkan apa yang ada didalam isi pikiran mereka, sehingga proses komunikasi menjadi kurang lancar dikarenakan tidak adanya umpan balik dalam proses komunikasi.

Iklm komunikasi yang baik adalah ketika para anggota memiliki rasa persaudaraan yang tinggi agar mendorong para anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota lainnya. Sedangkan iklim yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan. Tujuan komunikasi dalam organisasi adalah untuk membentuk saling pengertian sehingga terjadi kesetaraan dan kesamaan pengalaman diantara anggota organisasi.

Untuk itu peneliti tertarik untuk mengkaji masalah masalah yang sudah diuraikan diatas. Penelitian ini dilakukan untuk melihat dan mengamati bagaimana **Iklim Komunikasi Organisasi Pada Aneka Bata Tanjungpinang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana iklim komunikasi organisasi di aneka bata Tanjungpinang?

2. Bagaimana upaya aneka bata Tanjungpinang dalam mengelola iklim komunikasi organisasi?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih terarah dan tidak meluas maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah pada salah satu tempat produksi aneka bata tanjungpinang yang beralamat di Kota Piring Km.8 atas.

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi aneka bata tanjungpinang dari berbagai dimensi serta upaya aneka bata tanjungpinang dalam mengelola iklim komunikasi organisasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka kegunaannya adalah sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan perkembangan ilmu , khususnya tentang iklim organisasi kerja, komunikasi kerja, dan tingkah laku

karyawan, serta sebagai sumbangan pemikiran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dan pertimbangan yang berarti dalam membuat keputusan bagi pemimpin dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini mengemukakan tentang teori-teori pengertian iklim organisasi, komunikasi organisasi, review penelitian-penelitian terdahulu, kerangka teoritis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik populasi dan sampling, definisi operasi variabel dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mengemukakan kesimpulan yang diambil dari hasil pembahasan masalah sebelumnya, serta saran-saran mengenai perbaikan yang mungkin akan dilakukan oleh manajemen perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Semua orang yakin, jika ada yang menyatakan bahwa tanpa manusia tidak satu pun perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya artinya manusia sangat dibutuhkan sekalipun jumlahnya sangat minimal misalnya teknologi mesin yang makin canggih sekalipun. Manusia ditempatkan Tuhan sebagai makhluk yang paling cerdas diantara makhluk yang lainnya masalahnya diantara manusia itu sendiri kecerdasannya berbeda antara satu sama lainnya demikian pula dengan sifat dan tingkah laku juga sangat berbeda akan tetapi jika memiliki visi dan misi yang sama, maka manusia dengan mudah untuk dikelola sekalipun memiliki perbedaan-perbedaan seperti yang dikemukakan diatas.

Menurut Yani (2012) menyatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dapat diartikan sebagai ilmu yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja secara efektif dan efisien sehingga tercapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Menurut Simamora dalam Sutrisno (2015) manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja.

Manajemen sumber daya manusia dapat diartikan dengan sudut pandang yang berbeda, hanya saja sekalipun berbeda dari sudut pandang, tujuan utamanya adalah tetap sama yaitu memanusiakan manusia dan memberikan kesejahteraan secara professional dan adil sesuai dengan porsi masing-masing karyawan.

2.1.1.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Kasmir (2013) dalam praktiknya fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia terdiri dari :

1. Analisis jabatan.
2. Perencanaan Sumber Daya Manusia.
3. Penarikan Pegawai.
4. Seleksi.
5. Pelatihan dan pengembangan.
6. Evaluasi kinerja.
7. Kompensasi.
8. Jenjang karier.
9. Keselamatan dan kesehatan.
10. Hubungan industrial.
11. Pemutusan Hubungan kerja.

2.1.1.3 Manfaat MSDM

Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia akan memberikan manfaat yang baik pada organisasi. Berikut adalah manfaat manajemen sumber daya manusia menurut Nawawi dalam Yani (2012):

1. Organisasi atau perusahaan akan memiliki sistem informasi SDM.
2. Organisasi atau perusahaan akan memiliki hasil analisis pekerjaan atau jabatan.
3. Organisasi atau perusahaan akan memiliki kemampuan dalam menyusun dan menetapkan perencanaan SDM.
4. Organisasi atau perusahaan akan mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas rekrutmen dan seleksi tenaga kerja.
5. Organisasi atau perusahaan akan dapat melaksanakan pelatihan secara efektif dan efisien.
6. Organisasi atau perusahaan akan dapat melakukan penilaian kerja secara efisien dan efektif.
7. Organisasi atau perusahaan akan dapat melaksanakan program dan pembinaan karier secara efisien dan efektif.
8. Organisasi atau perusahaan akan dapat menyusun skala upah dan mengatur kegiatan berbagai keuntungan/manfaat lainnya dalam mewujudkan sistem balas jasa bagi para pekerja.

2.1.2 Pengertian Iklim

Mengungkapkan istilah iklim disini merupakan kiasan (metafora), fase iklim komunikasi organisasi menggambarkan suatu kiasan bagi iklim fisik. Sama seperti cuaca membentuk iklim fisik untuk suatu kawasan, sedangkan cara orang berinteraksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi, maksudnya yaitu sebuah kiasan yang menggambarkan suasana dan apa yang

dirasakan nyata dalam diri orang-orang yang berhubungan dengan organisasi sehingga memungkinkan orang bereaksi dengan bermacam-macam cara terhadap organisasi melalui proses komunikasi, (Waworuntu, 2016).

Pengertian Iklim menurut Rousseau dalam Sedarmayanti (2010) mengatakan bahwa iklim adalah persepsi dan bersifat deskriptif. Persepsi adalah suatu sensasi atau realisasi yang dialami oleh seseorang. Deskripsi adalah apa yang dilaporkan orang mengenai sensasi ini. Sekumpulan persepsi secara relatif bersifat konstan yang dimiliki anggota organisasi mengenai karakteristik dan kualitas budaya organisasi. Mereka membedakan antara situasi aktual (yakni budaya) dan persepsi dari itu (iklim).

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia, struktur ini didesain oleh manusia dan karena itu tidak sempurna, organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui suatu skema yang didesain dan sebagian lagi melalui keadaan yang tidak teratur, elemen pertumbuhan yang didesain adalah suatu respons rasional terhadap tekanan dari dalam untuk memperluas atau untuk membentuk hubungan kembali karena diperlukan secara fungsional (Muhammad, 2014).

2.1.2.1 Dimensi Iklim Organisasi

Menurut Sedarmayanti (2010) dimensi iklim organisasi adalah sebagai berikut:

1. Struktur

Perasaan mengenai hambatan dan kebebasan untuk bertindak dan tingkat formalitas atau informalitas dalam suasana kerja.

2. **Tanggung Jawab**
Perasaan dipercaya untuk melaksanakan tugas yang penting.
3. **Resiko**
Perasaan akan keadaan berisiko dan tantangan dalam pekerjaan dan dalam organisasi.
4. **Kehangatan**
Adanya kelompok sosial yang bersahabat dan informal.
5. **Dukungan**
Sifat suka membantu manajer dan rekan kerja yang dirasakan penekanannya (ketiadaan penekanan) pada dukungan bersama.
6. **Standar Kegunaan**
Yang dirasakan dari tujuan implisit dan eksplisit serta standar kerja.
7. **Konflik Perasaan**
Bahwa manajer dan pekerja lain ingin mendengar opini yang berbeda.
8. **Identitas Perasaan bahwa milik perusahaan**
Bahwa Anda adalah anggota yang bernilai untuk suatu tim kerja.

2.1.3 Pengertian Komunikasi

Komunikasi menjadi kebutuhan mendasar bagi manusia, karena menjadi salah satu cara untuk berinteraksi dengan orang lain, komunikasi dapat terjadi

apabila dalam interaksi tersebut terdapat komunikator (orang yang menyampaikan pesan/informasi), pesan/informasi, media yang digunakan, komunikan (orang yang menerima pesan/informasi), dan efek atau umpan balik, dua orang atau lebih yang melakukan komunikasi tidak selalu berjalan seperti yang diharapkan karena dalam berkomunikasi terdapat gangguan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar.

Menurut Effendy (2011) istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama di sini bermaksud sama makna.

Percakapan dua orang atau lebih dapat dikatakan komunikatif apabila mereka, selain mengerti bahasa yang digunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercekapkan.

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2013).

Komunikasi memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakan sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi, komunikasi selanjutnya menghasilkan konsep diri, konsep diri adalah pandangan mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat

informasi yang diberikan orang lain kepada kita, manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia, sama halnya dengan sebuah perusahaan, ia tidak dapat mengukur, menilai, atau merefleksikkan sejauh mana eksistensi atau dampak perusahaan jika tidak diukur melalui opini. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), dan perilaku (*behavior*), baik secara langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media massa (Effendy, 2011)

2.1.3.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Badrudin (2013) :

1. Pengirim

Pengirim atau komunikator adalah orang yang berinisiatif dan menyiapkan pesan untuk disampaikan, komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, organisasi dan sebagainya.

2. *Enconding*

Enconding adalah proses penerjemahan informasi ke dalam simbol-simbol tertentu yang akan disampaikan kepada penerima informasi.

3. Pesan

Pesan merupakan bentuk fisik hasil proses *enconding*. Kata merupakan pesan dalam komunikasi lisan, sedangkan tulisan merupakan pesan dalam komunikasi tertulis.

4. Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan metode penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Jika komunikasi lisan maka udara atau alat penyampai pesan merupakan media komunikasi, dan jika komunikasi tertulis, maka kertas dan pensil merupakan media komunikasi kata.

5. *Decoding*

Decoding merupakan proses dimana penerima menerjemahkan atau mengartikan pesan yang diterima. Penerima akan memahami dan kemudian mengartikan pesan tersebut.

6. Penerima

Penerima merupakan pihak yang menerima dan diharapkan mengerti pesan yang disampaikan oleh pengirim. Penerima dapat terdiri atas beberapa orang.

7. Umpan Balik

Umpan balik adalah reaksi pihak penerima terhadap komunikasi yang dikirimkan oleh pengirim. Umpan balik dengan demikian merupakan kebalikan dari proses komunikasi dan dapat dipandang sebagai proses komunikasi yang baru yaitu penerima berubah menjadi pengirim dan pengirim berubah menjadi penerima.

2.1.4 Pengertian Iklim Komunikasi organisasi

Menurut Pace & Faules (2010) iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon

pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi.

2.1.4.1 Indikator Iklim Komunikasi Organisasi

Hasil penelitian yang dilakukan Pace & Faules (2010) menunjukkan bahwa paling sedikit ada enam faktor besar yang mempengaruhi iklim komunikasi organisasi

Indikatornya yaitu :

1. Kepercayaan

Personal di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang didalamnya terdapat kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan.

2. Pengambilan keputusan bersama

Para pegawai di semua tingkat dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka.

3. Kejujuran

Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan – hubungan dalam organisasi, dan para

pegawai mampu mengatakan “apa yang ada dalam pikiran mereka” tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan, atau atasan.

4. Keterbukaan dalam bentuk komunikasi kebawah

Kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relative mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpin, dan rencana-rencana.

5. Mendengarkan dalam komunikasi keatas

Personel disemua tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan yang dikemukakan personal di setiap tingkat bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dengan pikiran terbuka.

6. Perhatian dan tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Personel di semua tingkat dalam organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan –tujuan berkinerja tinggi produktivitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

2.1.4.2 Fungsi komunikasi dalam organisasi

Pace & Faules menyatakan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit - unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit - unit komunikasi dalam hubungan - hubungan hirarki antara yang satu dengan yang lainnya, dan berfungsi dalam suatu lingkungan dalam (Manurung, 2012).

Redding menyebutkan situasi demikian sebagai suatu iklim komunikasi, yang lebih jauh lagi ia menyebutkan lima faktor ideal yang melekat dalam iklim komunikasi dalam (Astuti, 2012).

1. *Supportiveness* / Dukungan

Karyawan memandang bahwa hubungan komunikasinya dengan atasan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran diri tentang makna dan kepentingan perannya.

2. *Participation Decision Making* / Pengambilan Keputusan yang Partisipatif

Kesadaran dalam diri karyawan bahwa komunikasinya dengan atasan memiliki manfaat dan pengaruh untuk didengarkan dan diperhitungkan.

3. *Trust, Confidence, Credibility* / Kejujuran, Percaya Diri dan Kredibilitas

Anggapan karyawan bahwa sumber pesan atau peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi dapat di percaya.

4. *Openness and candor* / Keterbukaan dan keterusterangan.

Adanya keterbukaan dan keterusterangan penyampaian dan penerimaan pesan dalam komunikasi formal maupun informal.

5. *High performance goals* / Tujuan kerja yang tinggi.

Tingkat kejelasan uraian dan penjelasan tentang tujuan-tujuan kinerja yang dikomunikasikan dan dirasakan oleh karyawan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada dasarnya merupakan arahan penalaran untuk sampai pada pemberian sementara atas dasar masalah yang telah di rumuskan yang berguna mewedahi teori-teori yang seolah-olah terlepas satu sama lain menjadi rangkaian yang utuh mengarah pada jawaban sementara.

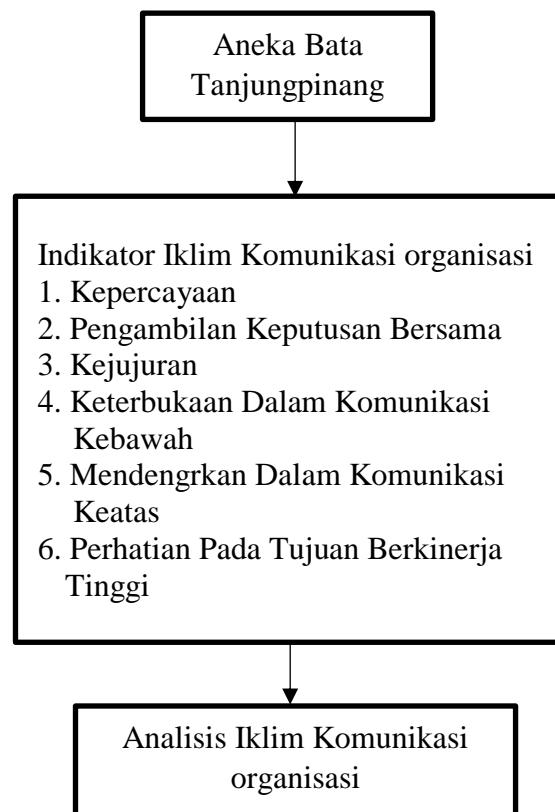
Berdasarkan pada landasan teori yang telah di tetapkan terdapat gambaran bahwa suatu organisasi perlu adanya komunikasi. Komunikasi organisasi adalah suatu proses penyampaian berita yang terjadi dalam suatu organisasi tertentu sesuatu yang terjadi dalam proses kerja sama sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu dan dalam rangka mencapai tujuan organisasi tertentu. Maka berdasarkan iklim komunikasi secara umum, maka dapat di ketahui iklim komunikasi organisasi untuk pencapaian tujuan yang baik. Persepsi atas kondisi-kondisi kerja karyawan, saling percaya, partisipasi dalam membuat keputusan, pemberian dukungan, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, kerelaan mendengarkan komunikasi dari bawahan, keprihatinan untuk kinerja yang tinggi, yang membangun iklim komunikasi organisasi.

Tidak mungkin dalam suatu organisasi dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien tanpa adanya komunikasi dengan bawahan. Selain komunikasi antar pimpinan dengan bawahan perlu juga bagi suatu organisasi untuk menciptakan komunikasi yang baik di antara sesama karyawan supaya terjadi ke kompakkan kerja.

Agar tujuan organisasi dapat tercapai, iklim komunikasi yang terbuka perlu juga untuk meningkatkan komunikasi sesama rekan kerja, iklim komunikasi organisasi di aneka bata tanjungpinang di tinjau dari beberapa dimensi, sebagai berikut: kepercayaan, pengambilan keputusan, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi keatas, perhatian pada berkinerja tinggi.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2020)

2.3 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang Analisis iklim komunikasi organisasi (Studi Kasus pada Uma Sri Hotel Bandung) Universitas Pendidikan Ganesha volume 5 no 1 . 2015 yang dilakukan oleh Ni Putu Dessy Ariawati bertujuan untuk mengetahui (1) iklim komunikasi organisasi, (2) penyebab terjadinya masalah iklim komunikasi organisasi, dan (3) upaya menanggulangi masalah iklim komunikasi organisasi pada Uma Sri Hotel, penelitian ini termasuk penelitian studi kasus. Subjek penelitian adalah manajer umum dan seluruh karyawan Uma Sri Hotel yang berjumlah 31 orang, sedangkan objek penelitian adalah iklim komunikasi organisasi pada Uma Sri Hotel. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan dianalisis menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan (1) iklim komunikasi organisasi pada Uma Sri Hotel masih mengalami permasalahan, (2) penyebab terjadinya masalah iklim komunikasi organisasi pada Uma Sri Hotel yaitu minimnya komunikasi antara atasan dan bawahan, miss communication berkaitan dengan job description antara karyawan lama dan karyawan baru, dan miss communication berkaitan dengan schedule kerja maupun libur karyawan, (3) upaya menanggulangi masalah iklim komunikasi organisasi adalah atasan lebih intensif dalam berkomunikasi pada karyawan, memberikan briefing dan mempertegas peraturan terkait schedule karyawan.

2. Penelitian terdahulu

Penelitian tentang Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Perusahaan Manado Post yang dilakukan oleh Nur Fadilah, Adelin Walandouw, Herry Moelyono bertujuan untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan Manado Post. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan menggunakan teori iklim komunikasi. Hasil Deskripsi Tentang Iklim Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Perusahaan Manado Post. Disarankan untuk dapat meningkatkan kinerja karyawan sebaiknya memperhatikan komunikasi organisasi yang efektif agar pekerjaan dapat diminimalisir untuk mencapai tujuan karena terbukti mempunyai iklim komunikasi yang signifikan terhadap kinerja karyawan Manado Post.

3. Penelitian Terdahulu

Penelitian Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Childhood Cancer Care (Studi Deskriptif Kualitatif Iklim Komunikasi Organisasi pada Komunitas Childhood Cancer Care di Rumah Sakit Dr. Moewardi Surakarta) yang dilakukan oleh Elisa Dwi Wulan Hapsari bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi dalam melaksanakan fungsi dan mencapai tujuan komunitas Childhood Cancer Care di Rumah Sakit Dr. Moewardi Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, kepercayaan

orang yang akan diteliti dan kesemuanya tidak dapat di ukur dengan angka. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pembentukan nilai iklim komunikasi dari *Childhood Cancer Care* secara keseluruhan kondusif. Setiap elemen organisasi berusaha untuk menciptakan komunikasi yang baik antara diri kita sendiri dan kebersamaan yang terlihat dari nilai-nilai ini.

4. Penelitian Terdahulu

Organizational Communication Climate and Conflict Management: Communications Management in an Oil and Gas Company, Shahrina Md Nordin, Subarna Sivapalan, Ena Bhattacharyya, Hezlina Hashim Wan Fatimah Wan Ahmad, Azrai Abdullah Fokus instrumen ini sejalan dengan tujuan penelitian ini yang juga berupaya mengeksplorasi hubungan antara strategi konflik komunikasi dan iklim komunikasi dalam suatu organisasi. Keandalan dari instrumen mapan dan telah tinggi secara konsisten seperti yang dilaporkan dalam banyak penelitian lain dalam literatur. Seratus lima puluh kuesioner dibagikan kepada personel di perusahaan. Itu tingkat pengembalian kuesioner lebih dari delapan puluh persen sebagai seratus dua puluh lima menanggapi kuesioner.

Responden terdiri dari manajer, eksekutif administrasi, insinyur, staf teknis dan non-eksekutif. Kuesioner dibagi menjadi tiga bagian yaitu iklim komunikasi organisasi, konflik bagian manajemen dan demografi. Temuan keseluruhan manajemen konflik terkait dengan peran yang dimainkan personel dalam organisasi. Dalam mengasumsikan peran

kepemimpinan, pendekatan manajemen puncak untuk konflik mencakup konfrontasi dan kompromi, bukannya non-konfrontasi dan kontrol, yang memiliki tingkat dampak pada iklim yang mendukung komunikasi. Para eksekutif, teknis staf, staf non-teknis memiliki pendekatan berbeda dalam strategi manajemen konflik. Dalam menganalisis persepsi terhadap iklim komunikasi oleh tingkat personil yang berbeda, kelompok manajemen puncak ditemukan memiliki pandangan yang berbeda dari iklim komunikasi keseluruhan dalam organisasi. Berbeda dengan kelompok lain, mereka menemukan bahwa iklim keseluruhan lebih defensif daripada mendukung di mana item dalam skala adalah evaluatif, terkontrol, strategi, netral, bukan empati, lebih unggul dan dengan kepastian. Iklim evaluatif yang dirasakan oleh eksekutif manajemen menunjukkan orang-orang di organisasi mereka hampir jarang menggambarkan secara verbal perasaan orang lain yang mencoba untuk mengungkapkan, menyatakan kembali untuk klarifikasi sebelum menyampaikan poin mereka, mengatakan dengan jelas apa harapan mereka dan memberikan umpan balik objektif tanpa menjadi evaluatif. Iklim komunikasi dikendalikan di mana orang-orang dalam organisasi terlihat hampir jarang meminta orang lain untuk mengulangi apa yang mereka katakan untuk pemahaman yang lebih baik dan jarang menghadapi ketidaksepakatan secara langsung untuk memahami perbedaan yang mendasarinya. Tim Manajemen melihat iklim sebagai strategis daripada spontan di mana orang-orang dalam organisasi dipandang jarang berbagi perasaan dengan cara yang jelas dan tidak

mengancam, jarang memberikan dukungan dan dorongan dalam diskusi untuk mengeksplorasi masalah secara mendalam, dan membantu mengeksplorasi suatu masalah secara mendalam tanpa mencoba untuk mendorong ide-ide mereka.

5. Penelitian terdahulu

Osabiya Babatunde, *Importance of Effective Communication in Public Organisations*, 2015 Untuk tujuan penelitian ini menilai dampak komunikasi organisasi pada persepsi birokrasi dengan membandingkan komunikasi internal dengan komunikasi eksternal, terutama yang berorientasi klien, baik di organisasi publik maupun nirlaba. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dan sumber data dikumpulkan melalui buku teks, jurnal, dan dokumen dan data sekunder ini dianalisis melalui analisis konten, Studi ini merangkum semakin pentingnya komunikasi organisasi, perspektif teoritis dasar yang memandu studi komunikasi dan perbedaan utama yang memandu studi komunikasi organisasi, fungsi utama komunikasi dalam organisasi. Karena komunikasi organisasi telah menjadi topik besar, penelitian ini terbatas pada komunikasi organisasi internal dan eksternal. merasa penting bahwa ada investasi besar dari sisi organisasi terhadap pertumbuhan kepuasan pada level-level tersebut di mana telah terbukti paling sedikit kepuasannya. Penting untuk mengembangkan kesadaran tentang pentingnya komunikasi yang ditunjukkan melalui pertumbuhan individu, kepuasan kerja, dan motivasi karyawan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena iklim komunikasi adalah suatu hal yang perlu diamati dengan mengenal pasti iklim komunikasi, menganalisis iklim komunikasi, dan merencanakan upaya dalam mengelola iklim komunikasi organisasi.

Menurut Usman dan Akbar metodologi penelitian adalah suatu pengkajian dalam memperoleh peraturan-peraturan yang terdapat dipenelitian, sedangkan menurut Winarno Surachmad menyatakan bahwa “Metodologi merupakan ilmu tentang cara-cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan teknik-teknik serta alat tertentu” dalam (Tutik, 2011).

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang akan mendeskripsikan hasil analisis iklim komunikasi organisasi

Menurut Lexy J. Moleong dalam Tutik (2011) menyatakan bahwa “Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Sedangkan menurut Lexy J. Moleong dalam Tutik (2011) mendefinisikan bahwa “Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial

yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya”.

Menurut Iskandar yaitu metodologi penelitian pendidikan dan sosial kualitatif dan kuantitatif dalam Tutik (2011) bahwa “Pentingnya penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan data-data yang berbentuk lisan maupun tulisan, peneliti dapat memahami lebih mendalam tentang fenomena-fenomena atau peristiwa-peristiwa sosial yang berhubungan dengan fokus masalah yang diteliti”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek peneliti, misalnya : perilaku, persepsi, tindakan dan lain-lain secara holistik atau menyeluruh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata, pada konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan secara menyeluruh dan tidak membuktikan suatu hipotesis.

3.2 Jenis Data

3.2.1 Menurut Jenis

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan), yang mana penelitian ini menitik beratkan pada hasil pengumpulan data dari informan atau narasumber yang telah ditentukan, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian sosiologis atau empiris yaitu mengamati langsung apa yang terjadi dalam masyarakat, selain itu, dalam penelitian ini juga dikemukakan

fenomena-fenomena sosial tentang pembahasan yang diteliti, sehingga obyek yang diteliti dapat diamati dan difahami secara jelas jadi, dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan tentang obyek yang diteliti dengan mencatat semua hal yang terkait dalam obyek yang diteliti.

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan peneliti dalam menggunakan data penelitiannya dan dibandingkan dengan standart ukuran yang telah ditentukan adapun pendekatan yang digunakan, dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

3.2.2 Menurut Sumber

Berdasarkan sumber perolehan data, maka data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi:

3.2.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli informan yang dapat peristiwa tertentu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, hasil observasi terhadap suatu objek benda, kejadian atau kegiatan, dan data. Sunyoto (2011) menyatakan bahwa data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data yang biasanya melalui wawancara.

3.2.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012) mendefinisikan data sekunder adalah sebagai “Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian”.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sumber data sekunder merupakan suatu cara membaca, mempelajari dan memahami dengan tersedianya sumber-sumber lainnya sebelum penelitian dilakukan.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh penulis adalah sumber data primer dan sekunder, dimana sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang dikumpulkan melalui survey langsung ke aneka bata tanjungpinang melalui wawancara kepada karyawan, sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber lain yang sudah tersedia sebelum penulis melakukan penelitian, yaitu melalui buku-buku mengenai tema yang akan diteliti.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dibutuhkan beberapa metode pengumpulan data menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut:

3.3.1 Teknik Wawancara

Teknik wawancara dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu wawancara terstruktur, semi-terstruktur dan wawancara mendalam. Untuk pengumpulan data dengan teknik wawancara mendalam peneliti harus memperhatikan hal-hal dasar seperti tidak mengajukan pertanyaan yang dapat membuat responden marah, penggunaan kata ganda/ambigu, pertanyaan yang terlalu panjang, dan pewawancara harus dapat mengajukan pertanyaan konkrit sesuai pengalaman responden.

Pada saat sebelum dilakukan wawancara, peneliti akan memberikan sekilas gambaran serta latar belakang mengenai topik penelitian, kaitannya proses yang dilakukan dengan kontribusi dalam penelitian, peneliti menggunakan daftar panduan wawancara yang berisi beberapa pertanyaan yang diajukan kepada masing-masing responden.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab antara interviewer dengan interviewee secara langsung.

Dalam penelitian ini wawancara dilaksanakan secara berencana dan terbuka artinya mereka tahu tujuan dari wawancara baik secara formal maupun informal sehingga dapat memberikan informasi secara bebas dan objektif tanpa adanya tekanan.

3.3.2 Teknik Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan yang dilakukan dengan

sengaja terhadap aktivitas atau kegiatan objek, teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi non partisipan (observasi tak berperan), yaitu peneliti tidak ikut berpartisipasi langsung dalam populasi atau tidak menjadi bagian dari populasi, adapun yang diamati oleh penulis adalah sarana prasarana dan keadaan pada aneka bata tanjungpinang.

3.4 Populasi & Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain, populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu, pada objek yang peneliti lakukan ada pemimpin, supervisor, admin, supir, karyawan cetak produksi, dan kernet semua berjumlah 8 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti

menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti memilih sampel dengan menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah ditentukan peneliti. Disini peneliti mengambil sampel dari jumlah populasi sebanyak 6 orang 1 pimpinan perusahaan, 1 supervisor, 1 admin, 1 supir, 1 tukang cetak produksi, 1 kernet.

Tabel 3.1
Sampel Penelitian

No.	Jabatan	Jumlah (orang)
1.	Pimpinan	1
2.	Supervisor	1
3.	Admin	1
4.	Cetak Produksi	1
5.	Supir	1
6.	Kernet	1
Jumlah		6 orang

Sumber : Data Primer (2020)

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau dapat mengubah nilai, nilai dapat berbeda pada waktu yang berbeda untuk obyek atau orang yang sama, atau nilai dapat berbeda dalam waktu yang sama untuk orang atau obyek yang berbeda, definisi operasional variabel ini digunakan oleh peneliti sebagai indikator atau acuan dalam menggali informasi tentang fokus penelitian atau permasalahan yang sedang diteliti, variabel yang digunakan dalam

penelitian ini adalah Iklim Komunikasi Organisasi. Definisi operasional variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	DIMENSI
Iklm Komunikasi Organisasi	Iklm komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan Konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklm komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi. (Pace & Faules, 2010).	1. Kepercayaan	Personal di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdapat kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan.
		2. Pengambilan keputusan	Para pegawai di semua tingkat dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka.
		3. Kejujuran	Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan-hubungan dalam organisasi, dan para pegawai mampu mengatakan yang sebenarnya tanpa mengindahkan apakah

			mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan, atau atasan.
		4. Keterbukaan dalam komunikasi kebawah	Kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpin, dan rencana-rencana.
		5. Mendengarkan dalam komunikasi keatas	Personel di semua tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan yang dikemukakan personal di setiap tingkat bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dengan pikiran terbuka.
		6. Perhatian pada kinerja Tinggi	Personel di semua tingkat dalam organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan – tujuan berkinerja tinggi produktivitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah dan demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya. (Pace & Faules, 2010)

Sumber : Data yang diolah (2020)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dilakukan setelah data dikumpulkan dari hasil wawancara dan observasi kepada informan yaitu pemimpin dan karyawan aneka bata tanjungpinang. Terdapat beberapa tahapan dalam pengolahan data, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan Sugiyono (2016) Berikut adalah teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini :

1. Reduksi data

Reduksi data terdiri dari tiga tahap meliputi editing, pengelompokkan, dan meringkas data. Penyusunan kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenan dengan aktivitas serta proses sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola data. Menyusun rancangan konsep serta penjelasan berkenan dengan tema, pola, atau kelompok data bersangkutan.

2. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data melibatkan pengorganisasian data yaitu menyalin atau mengaitkan satu data dengan data lainnya sehingga data dapat dianalisis secara utuh.

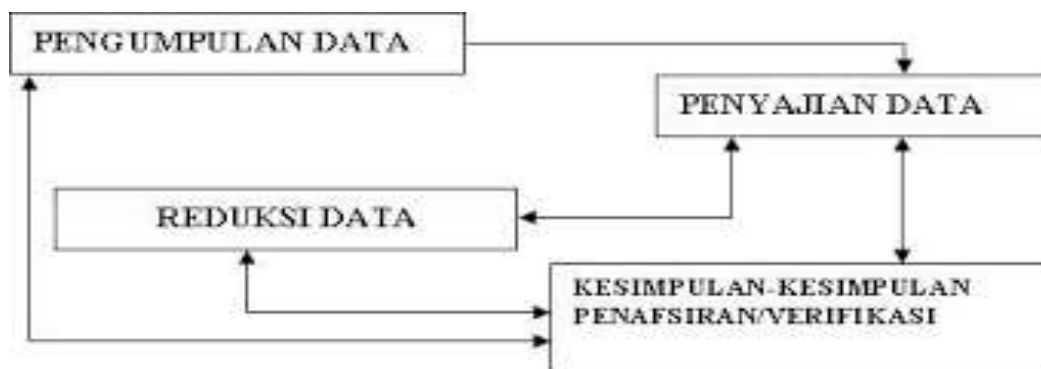
3. Penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola data yang telah dibuat.

Ketiga komponen tersebut berjalan bersama pada waktu kegiatan pengumpulan data, setelah memperoleh data, reduksi data segera dibuat dan dengan penyajian data, dari sajian data tersebut dapat dipergunakan untuk menyusun kesimpulan sementara, kesimpulan ini masih bersifat sementara karena jika ada data baru maka kesimpulan tersebut dapat berubah, untuk memperjelas, peneliti sajikan model analisis interaktif mengalir sebagai berikut:

Gambar 3.1

Bagan Model Analisis Data



Sumber: Miles dan Huberman (Sustiyo, Tri, & Agus, 2013)

3.7 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

3.7.1 Uji Kredibilitas

Menurut Sugiyono (2015) bermacam macam cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman, analisis kasus negatif, dan membercheck. Pada penelitian ini peneliti memilih menggunakan triangulasi, untuk menguji keabsahan data.

3.7.1.1 Triangulasi

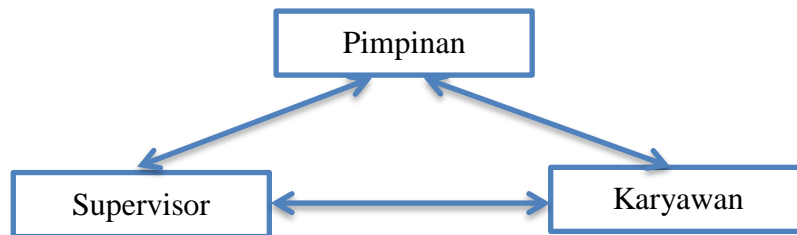
Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data.

Berdasarkan uji triangulasi peneliti mengambil dua cara dari triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik pengumpulan data:

1. Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono (2015) triangulasi sumber merupakan uji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, sebagai contoh, menguji kredibilitas data tentang kinerja seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang diperoleh dilakukan keatasan yang menguasai, bawahan yang dipimpin, keteman kerja yang merupakan kelompok kerjasama dan terlibat dalam penelitian.

Gambar 3.2
Tringulasi sumber

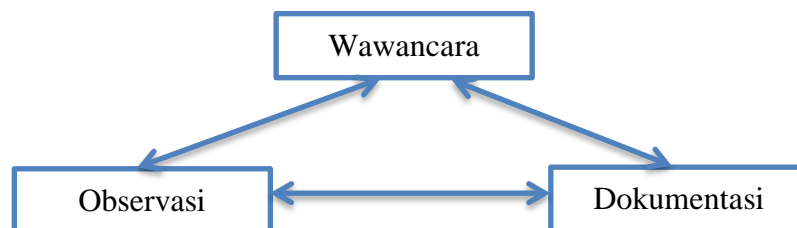


Sumber : (Sugiyono, 2015)

2. **Tringulasi Teknik Pengumpulan Data**

Tringulasi teknik pengumpulan data merupakan uji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Gambar 3.3
Tringulasi Teknik Pengumpulan Data



Sumber : (Sugiyono, 2015)

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. K. (2012). *Iklm Komunikasi Organisasi , Reward Dan Program Studi Ilmu Komunikasi*.
- Badrudin. (2013). *Dasar Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Dessy, N. P., Jurusan, A., & Ekonomi, P. (2015). ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI (STUDI KASUS PADA UMA SRI HOTEL BADUNG). *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, 5, 11.
- Dr.Riinawati, M. P. (2019). *MANAJEMEN KOMUNIKASI DAN ORGANISASI*. Yogyakarta: PT.PUSAKA BARU.
- Effendy. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kasmir. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis (Sembilan)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Manurung, L. (2012). Iklm Komunikasi Organisasi Dan Kepuasan Kerja. *Iklm Komunikasi Organisasi Dan Kepuasan Kerja*, 81.
- Muhammad, A. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyana. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, W. R. and, & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Prof.Dr. Khomsahrial Romli, Ms. (2014). *KOMUNIKASI ORGANISASI LENGKAP*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sedarmayanti. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi Dana Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT.Refika Aditama.

- Soyomukti, N. (2010). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (4th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS center for academicpublishing service.
- Sustiyo, W., Tri, N., & Agus, R. (2013). *Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang*. 2(8), 524–535.
- Sutrisno, E. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Pertama; Jeffry, ed.). Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA GROUP.
- Tutik, D. P. (2011). *Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Di Kejaksaan Klaten Tahun 2010*.
- Waworuntu, B. (2016). *Perilaku Organisasi Beberapa Model dan Submodel*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Yani, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

CURICULUM VITAE



Nama : CELVI SUSANTI

Tempat/Tanggal Lahir : Tanjungpinang/ 08-07-1998

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Nomor HP : 083801215030

Email : Celvisusanti12@gmail.com

Alamat : Jl. Hanjoyo putro Prum.Rajawali Km.IX

Nama Orang tua : Ayah Hartono
Ibu Ima

Riwayat Pendidikan : SDN 006 Tanjungpinang
SMPN 07 Tanjungpinang
SMAN 02 Tanjungpinang
STIE Pembangunan Tanjungpinang.