

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS BUMI SURABAYA DI SURABAYA

by Saifuddin Zuhri

Submission date: 15-Jan-2023 10:02AM (UTC+0700)

Submission ID: 1992818872

File name: 1416-4423-1-PB.pdf (919.05K)

Word count: 3880

Character count: 26365

**IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS BUMI SURABAYA
DI SURABAYA**
(Studi Deskriptif Iklim Komunikasi Komunitas Bumi Surabaya Peduli Lingkungan
Di Surabaya)

Saifuddin Zuhri¹, Ach. Muhammad Fadilah²
Dosen Program Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim
Email : saifuddin.upn@gmail.com

ABSTRAK

1 Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil, kurang atau tidak adanya komunikasi dalam organisasi dapat menyebabkan kemacetan atau tidak berjalan secara efektif. Cara seseorang membangun reaksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi di *Bumi Surabaya (Peduli Lingkungan)* di Surabaya.

Untuk mengukur variabel Iklim Komunikasi Organisasi yaitu kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas, Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Populasi penelitian ini adalah para anggota *Bumi Surabaya* di Surabaya yang berjumlah 50 orang (*Bumi Surabaya Community*) dan teknik untuk menentukan sampel menggunakan metode *total sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Iklim Komunikasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Nilai Iklim Komposit sebesar 0,1158. dari hasil tersebut menunjukkan iklim komunikasi pada *Bumi Surabaya Community (Peduli Lingkungan)* di Surabaya berada pada koefisien yang nilainya kurang dari 0,79, sehingga dikatakan *Bumi Surabaya Community (Peduli Lingkungan)* di Surabaya mempunyai iklim komunikasi yang negatif.

Kata kunci: *Iklim Komunikasi Organisasi*

PENDAHULUAN

Setiap organisasi selalu ingin terus mengembangkan organisasinya, untuk selalu dapat mengembangkan organisasi, tentu harus dapat meningkatkan komunikasi di dalam organisasinya dengan cara mengeluarkan semua ide yang ada pada dirinya untuk kemajuan organisasi. Komunikasi adalah suatu proses untuk menyampaikan (ide, pesan, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain agar saling mempengaruhi di antara keduanya, komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau ferbal yang dapat dimengerti oleh kedua pihak.

Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil, kurang atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat tidak berjalan secara efektif. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Komunikasi dalam organisasi justru timbul

dari adanya kebutuhan anggota organisasi untuk saling mempengaruhi di dalam kehidupan bermasyarakat guna mencapai hasil tertentu komunikasi dalam organisasi justru timbul dari adanya kebutuhan anggota organisasi untuk saling mempengaruhi dalam kehidupan masyarakat.

Cara seseorang membangun reaksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi. Iklim komunikasi merupakan keadaan karakteristik yang terjadi dilingkungan kerja yang dianggap mempengaruhi perilaku orang yang dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi juga merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi secara makro mengenai peristiwa komunikasi perilaku seseorang, harapan-harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan organisasi.

Bumi Surabaya Community (peduli Lingkungan) di Surabaya merupakan salah

satu bagian dari *Bumi Surabaya Community*(Peduli Lingkungan) Indonesia. Anggota komunitas sebagai pondasi utama organisasi, dituntut memiliki pengetahuan tentang Lingkungan yang cukup baik dan mampu berkomunikasi dengan baik sesama anggota dan ketuanya serta jajarannya, karena dengan komunikasi yang lancar maka iklim komunikasi yang ada dalam komunitas tersebut juga baik. Pada kenyataannya dari hasil pengamatan peneliti diketahui bahwa iklim komunikasi yang terjadi di *Bumi Surabaya Community*(Peduli Lingkungan) Surabaya kurang berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat diketahui dengan berbagai permasalahan yang ada di dalam *Bumi Surabaya Community (Peduli Lingkungan)*Surabaya seperti kurang berjalannya komunikasi antara ketua komunitas dengan para anggota serta jajarannya, hal itu di indikasikan dari kurangnya waktu untuk bertemu dan berdiskusi dengan anggota lainnya beserta pengurus dan kurang kekompakan antara anggota dengan pengurusnya dalam mengadakan kegiatan baik internal maupun eksternal.

Jika terjadi persoalan internal antara anggota komunitas itu sendiri yang menyangkut nama baik komunitas di masyarakat maupun *Bumi Surabaya Community*, (Peduli Lingkungan) para anggota tidak dapat menyelesaikan masalah tersebut sehingga masalah tersebut tidak ada titik temunya dan berlarut-larut karena tidak adanya jalinan komunikasi yang baik antara para anggota dengan ketua dan pengurus anggota, maupun dengan sesama anggota yang lain. Seperti penyampaian informasi yang tidak transparan kepada seluruh anggota dalam mengadakan kegiatan sehingga terkadang terjadi kesalah pahaman antara pengurus dengan para anggota, selain itu yang terjadi pada *Bumi Surabaya Community Peduli lingkungan* adalah terjadinya gap di dalam komunitas tersebut dimana gap tersebut dilakukan oleh beberapa anggota tertentu misalkan, anggota yang memiliki latar belakang orang kaya membuat satu kelompok tersendiri, selain itu anggota yang pandai dalam memodifikasi mobil membuat kelompok tersendiri. Dampak dari masalah tersebut menyebabkan munculnya

perpecahan dan antar anggota di dalam *Bumi Surabaya Community*(*peduli Lingkungan*) tersebut. Dengan adanya perpecahan tersebut, berbagai informasi penting yang menyangkut kelangsungan organisasional dari komunitas tersebut menjadi terganggu. Proses komunikasi serta terciptanya iklim komunikasi organisasi yang baik memegang peranan sangat penting dalam suatu organisasi. Proses-proses interaksi yang terlibat dalam perkembangan iklim komunikasi organisasi juga memberi andil pada beberapa pengaruh penting dalam restrukturisasi, reorganisasi, dan dalam menghidupkan kembali unsur-unsur dasar organisasi. Iklim komunikasi yang kuat dan positif seringkali menghasilkan praktik-praktik pengelolaan dan pedoman organisasi yang lebih mendukung. Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi secara makro mengenai peristiwa komunikasi perilaku seseorang, harapanharapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan organisasi (Sudianto, 2005:10).

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Komunikasi interpersonal didefinisikan oleh Joseph A. Devito (1989) dalam Effendy (2003:59) sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". Komunikasi interpersonal dengan masing-masing orang berbeda tingkat kedalaman komunikasinya, tingkat intensifnya dan tingkat ekstensifnya. Berkat komunikasi itu mereka terlibat dapat semakin mengenal, semakin mendalam sifatnya dan seorang kenalan pada akhirnya dapat menjadi sahabat (Hardjana, 2003:85)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikandi atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah iklim komunikasi organisasi *Bumi Surabaya Community Peduli Lingkungan* di Surabaya"?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi di *Bumi Surabaya Community Peduli Lingkungan* di Surabaya

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi

Menurut Djamarah (2004:11), secara etimologi atau menurut asal katanya istilah komunikasi bersasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio*, yang mengakar katanya adalah *communis*, tetapi bukan partaikomunis dalam kegiatan politik. Arti *communis* disini adalah sama, dalam arti sama kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal.

Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai "berbagi pengalaman" sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman (Mulyana, 2001:42).

Agar komunikasi berlangsung dengan baik, pesan yang merupakan perangsang bagi seorang penerima, harus dikirim dan diterima. Pesan-pesan tersebut dapat berupa hal yang dapat didengar, dilihat, dirasakan, dibau, atau gabungan dari hal-hal tersebut. Komunikasi tidak harus menggunakan mulut, melainkan juga dapat menggunakan gerak isyarat, sentuhan, bau-bauan, salam halnya dengan menggunakan suara (Winarso, 2005:9)

Komunikasi Interpersonal

Sebagai makhluk social, kita merasa perlu berhubungan dengan orang lain. Kita memerlukan hubungan dan ikatan emsional dengan mereka. Komunikasi interpersonal dengan masing-masing orang berbeda tingkat kedalaman komunikasinya, tingkat intensifnya dan tingkat ekstensifnya. Komunikasi interpersonal antara dua orang kenalan tentu berbeda dari komunikasi interpersonal antara sahabat atau pacar. Berkat komunikasi itu mereka terlibat dapat semakin mengenal. Karena itu juga komunikasi dapat semakin mendalam sifatnya. Berkat komunikasi interpersonal, seorang kenalan pada akhirnya dapat menjadi sahabat. (Hardjana, 2003:85).

Komunikasi interpersonal didefinisikan oleh Joseph A. Devito (1989) dalam Effendy (2003:59) sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika".

5

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi tatap muka. Karena itu, kemungkinan umpan balik (*feedback*) besar sekali. Dalam komunikasi itu, penerima pesan dapat langsung menanggapi dengan menyampaikan umpan balik. Dengan demikian, di antara pengirim dan penerima pesan terjadi interaksi yang satu mempengaruhi yang lain, dan kedua-duanya saling mempengaruhi dan memberi serta menerima dampak. Pengaruh itu terjadi pada dataran kognitif-pengetahuan, efektif-perasaan, dan behavioral-perilaku. (Hardjana, 2003:88).

Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi yang ada dalam suatu organisasi biasanya adalah komunikasi antar personal. Komunikasi antar personal itu sendiri adalah komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa orang (Depari dan Mac Andrew, 1978). Jadi, komunikasi antar personal itu merupakan suatu proses pemberitahuan sesuatu dari satu orang kepada orang lain atau beberapa orang. Komunikasi antar personal mempunyai arti yang sangat penting didalam suatu organisasi, karena dengan adanya komunikasi maka apa yang menjadi keinginan atau kebutuhan baik itu dari pimpinannya atau pegawainya dapat diketahui, selain itu dengan adanya komunikasi antar personal yang baik maka jalinan pengertian antara pihak yang satu dengan pihak yang lain akan terjalin dengan baik sehingga apa yang dikomunikasikan dapat dimengerti, dan dilaksanakan.

Kegiatan komunikasi antar personal daapt dibagi menjadi 2 (dua), yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horisontal:

Komunikasi Vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas, adalah komunikasi dari pimpinan ke bawahan dan dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik, komunikasi dua arah. Dalam komunikasi vertikal tersebut pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan dan lain-lain kepada bawahannya. Dalam hal ini bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan dan sebagainya

kepada pimpinan. Komunikasi dua arah secara timbal balik sangat penting bagi manajemen, karena jika hanya satu arah saja dari atas ke bawah, maka manajemen tidak akan berlangsung dengan baik. Ketua komunitas Bumi Surabaya Peduli Lingkungan di Surabaya memberi informasi serta arahan kepada anggota komunitas Bumi Surabaya mengenai kegiatan yang akan di selenggarakan.

Komunikasi Horizontal, adalah komunikasi antar para karyawan dengan karyawan dan antar para karyawan dengan pemimpin-pemimpin bagian atau seksi. Jadi komunikasi horisontal ini juga bersifat komunikasi bersilang, sebab bukan saja melebar antara para karyawan dengan karyawan, tetapi juga secara diagonal antar pimpinan kelompok dengan para karyawan secara timbal balik. Adanya komunikasi antar personal, baik secara vertikal maupun horisontal yang berjalan dengan baik, akan memberikan motivasi bagi seorang karyawan untuk bekerja dengan baik guna mencapai tujuan organisasi. Selain itu, komunikasi antar personal yang berjalan dengan baik, juga akan memotivasi seseorang untuk ikut bergabung dalam organisasi tersebut. seorang anggota komunitas Bumi Surabaya (Peduli Lingkungan) memberikan informasi kepada anggota lain, dalam hal kegiatan yang akan diselenggarakan komunitas Bumi Surabaya

Iklm Komunikasi Organisasi

Iklm komunikasi organisasi merupakan situasi dalam lingkungan kerja di suatu organisasi secara keseluruhan. Perusahaan yang memiliki iklm komunikasi organisasi yang baik dapat digunakan sebagai indikasi bahwa perusahaan tersebut memiliki citra yang baik. Iklm ini dibentuk dari pola interaksi yang intens antar anggota organisasi (semua pegawai) dengan lingkungan yang penuh persahabatan, saling mendengarkan, menghargai dan kepercayaan yang tinggi akan menuju ke arah iklm yang baik.

Iklm komunikasi organisasi dibentuk dari interaksi karyawan dalam mempersepsi aturan, kebijakan dan nilai yang akan ada dalam organisasi tersebut. Iklm organisasi yang akan dilihat dari 6 faktor, yaitu: kepercayaan, pengambilan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam

komunikasi ke bawah dan mendengarkan dalam komunikasi ke atas serta perhatian pada tujuan berkinerja tinggi.

Iklm komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi secara makro mengenai peristiwa komunikasi perilaku seseorang, harapan-harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan organisasi. Pentingnya iklm komunikasi karena berhubungan dengan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi serta membantu memahami perilaku anggota organisasi. (Sudianto, 2005:10).

Frantz (1988) Mohammed (2007) mengutarakan bahwa iklm komunikasi adalah salah satu unsur organisasi yang menyumbang kepada produktivitas, dan akan juga menentukan tahap "usaha" atau dorongan kepada seseorang anggota kerja.

Enam faktor yang mempengaruhi iklm komunikasi organisasi berdasarkan Peterson dan Pace (1976), sebagai berikut :

Kepercayaan. Kepercayaan yang dimaksud adalah personel di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan.

Pembuatan keputusan bersama. Pembuatan keputusan bersama yang dimaksud adalah bagaimana personal berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai permasalahan yang dihadapi dan mencari jalan keluar, sehingga semua personel organisasi diberikan kesempatan untuk berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penetapan tujuan.

Kejujuran. Kejujuran yang dimaksud adalah bagaimana personel dapat atau mampu mengtakan dan menyampaikan ide yang ada secara terbuka kepada manajemen atau sebaliknya. Sehingga tidak ada kesalahpahaman di masing-masing anggota.

Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah yang dimaksud adalah bagaimana personel mampu secara terbuka mengkoordinasi dan suatu kegiatan atau personel yang lainnya supaya informasi yang

diterima dapat di sebarluaskan dengan terbuka.

Mendengarkan dalam komunikasi ke atas. Mendengarkan dalam komunikasi ke atasan yang dimaksud adalah bagaimana personel merasa bahwa informasi yang dimiliki dianggap penting oleh manajemen, sehingga manajemen berkenan untuk mendengarkan masukan dari personel dengan pikiran yang terbuka.

Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Perhatian pada tujuan berkinerja tinggi yang dimaksud adalah bagaimana personel menunjukkan komitmen pada organisasi untuk menciptakan suasana organisasi yang nyaman.

Kerangka Berfikir



Hipotesis

Diduga bahwa ¹ Iklim Komunikasi Organisasi pada Komunitas Djarum Bumi Surabaya Di Surabaya Negatif.

METODE PENELITIAN

Pengukuran Variabel

Indikator yang digunakan untuk mengukur dari keenam variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan dari Peterson dan Pace (1976), sebagai berikut :

Kepercayaan

Indikator :

Kepercayaan: sejauhmana bentuk kepercayaan anggota kepada organisasi sehingga anggota tersebut memiliki loyalitas yang tinggi terhadap organisasi.

Keyakinan: sejauhmana tingkat keyakinan anggota terhadap organisasi dalam membangun hubungan dengan pihak manajemen organisasi

Kredibilitas: sejauhmana kredibilitas yang ditunjukkan oleh anggota kepada organisasi.

Pembuatan keputusan bersama

Indikator :

Komitmen anggota dalam pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Komitmen anggota yang tinggi menghasilkan suasana organisasi yang nyaman dalam hubungannya dengan pencapaian tujuan organisasi.

Komitmen anggota yang tinggi menghasilkan keakraban yang baik dalam pencapaian tujuan organisasi.

Kejujuran

Indikator :

Penyampaian ide secara terbuka kepada anggota dalam pelaksanaan kegiatan.

Penyampaian ide secara terbuka dari anggota kepada pihak manajemen

Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah

Indikator :

Penyebarluasan atau penyampaian informasi kepada seluruh anggotamulai dari tingkat ketua sampai anggota.

Pihak manajemen mengkomunikasikan setiap kebijakan yang dikeluarkan yang menyangkut organisasi.

Mendengarkan dalam komunikasi ke atas

Indikator :

Tanggapan dari pihak manajemen mengenai informasi yang disampaikan oleh anggota kepada pihak manajemen.

Penerimaan pihak manajemen atas gagasan yang disampaikan oleh anggota dalam kaitannya dengan pembuatan keputusan.

Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Indikator :

Komitmen anggota dalam pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Komitmen anggota yang tinggi menghasilkan suasana organisasi yang nyaman dalam hubunanya dengan pencapaian tujuan organisasi.

Skala pengukuran yang digunakan adalah Likert. Skala ini hanya mengelompokkan peristiwa dalam kategori tertentu. Angka yang digunakan tidak menunjukkan kedudukan suatu kategori

terhadap katagori lain melainkan hanya sekedar kode saja. Kode-kode berikut untuk menafsirkan simbol-simbol numerik pada kuesioner.

5. Sangat baik, yang menunjukkan penilaian yang jujur, pernyataan ini merupakan gambaran kondisi organisasi yang sebenarnya.

4. Baik, yang menunjukkan gambaran kondisi dalam organisasi lebih banyak benarnya daripada salahnya.

3. Kurang baik, yang menunjukkan gambaran kondisi dalam organisasi separuh benar dan separuh salah.

2. Tidak baik, yang menunjukkan gambaran kondisi dalam organisasi lebih banyak salahnya daripada benarnya.

1. Sangat tidak baik, yang menunjukkan gambaran kondisi dalam organisasi (Pace & Faules, 2006:158).

Pengujian keandalan internal inventaris iklim komunikasi menunjukkan koefisien berkisar antara 0,8 - 0,97 dianggap memuaskan dan dapat dikatakan memiliki iklim organisasi yang positif. Koefisien berkisar kurang dari 0,79 yang umumnya dianggap kurang memuaskan atau dapat dikatakan memiliki iklim organisasi yang negatif (Pace & Faules, 2006:157).

Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-ciriya akan diduga. Populasi penelitian ini adalah para anggota Bumi Surabaya yang berjumlah 50 orang (*Bumi Surabaya Community*)

Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Untuk menentukan sampel menggunakan metode *total sampling* yaitu sampel yang diambil dari total keseluruhan populasi. Pengambilan sampel tetap mengikuti persyaratan yang dibutuhkan dalam penelitian ini atas responden tersebut, yaitu para anggota *Bumi Surabaya Community* Surabaya yang berjumlah 50 orang.

Teknik Analisis Data

Untuk mengukur nilai-nilai indicator iklim komunikasi kerja dalam organisasi, penulis menggunakan rumus milik R. Wayne Pace. Untuk mengukura Nilai Iklim Komposit (NIK) digunakan rumus:

$$NIK = \frac{\sum \text{jawabanidividu}}{\sum \text{pertanyaan}}$$

Untuk mengukur Nilai Iklim Kepercayaan (NIT) digunakan rumus:

$$NIT = \frac{\sum N1}{4}$$

N1= pertanyaan mengenai kepercayaan
Untuk mengukur Nilai Pengambilan Keputusan Partispatif (NIP) digunakan rumus:

$$NIP = \frac{\sum N2}{3}$$

N2= Pertanyaan mengenai Pengambilan Keputusan Partispatif

Untuk mengukur Nilai Kejujuran (NIJ) digunakan rumus:

$$NIJ = \frac{\sum N3}{3}$$

N4 = Pertanyaan mengenai Kejujuran
Untuk mengukur Nilai Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah (NIB) digunakan rumus :

$$NIB = \frac{\sum N5}{3}$$

N5= Pertanyaan mengenai Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah

Untuk mengukur Nilai Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Atas (NIA) digunakan rumus:

$$NIA = \frac{\sum N6}{3}$$

N6 Pertanyaan mengenai Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Atas

Untuk mengukur Nilai Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi (NIPBT) digunakan rumus :

$$NIPBT = \frac{\sum N7}{3}$$

N7 = Pertanyaan mengenai Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi

Untuk mengukur indikator-indikator yang mempengaruhi iklim komunikasi organisasi, pertanyaan-pertanyaan mengenai iklim komunikasi organisasi akan digabungkan dianalisa secara deskriptif.

Penilaian dan analisis inventaris Iklim Komunikasi dapat dijabarkan sebagai berikut :

Nilai Iklim Komposit, untuk memperoleh nilai iklim komposit individu (NIKI), jumlahkan keenam respon individu kemudian bagi dengan 17 pertanyaan yang ada. Hasil rata-rata umum memberikan nilai iklim komposit (NIK) bagi setiap responden. Hasil yang didapatkan dalam Iklim Komposit Organisasi (NIKO).

Nilai Iklim Kepercayaan, untuk memperoleh nilai iklim Kepercayaan kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan, untuk memperoleh nilai kepercayaan gabungan, nilai individu dibagi dengan jumlah total responden.

Nilai Pengambilan Keputusan Partisipatif, untuk memperoleh nilai iklim Pengambilan Keputusan Partisipatif, kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Untuk memperoleh pembuatan keputusan partisipatif gabungan nilai individu dibagi dengan jumlah total responden.

Nilai Iklim Kejujuran, untuk memperoleh nilai iklim Kejujuran kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Untuk memperoleh Kejujuran gabungan nilai individu dibagi dengan jumlah total responden

Nilai Keterbukaan Dalam Komunikasi, untuk memperoleh nilai iklim Keterbukaan Dalam Komunikasi kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Untuk memperoleh Keterbukaan Dalam Komunikasi gabungan nilai individu dibagi dengan jumlah total responden

Nilai Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas, untuk memperoleh nilai iklim Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas, kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Untuk memperoleh Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas gabungan nilai individu dibagi dengan jumlah total responden

Nilai Perhatian Untuk Tujuan Berkinerja Tinggi, untuk memperoleh nilai

iklim Perhatian Untuk Tujuan Berkinerja Tinggi, kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Untuk memperoleh Perhatian Untuk Tujuan Berkinerja Tinggi gabungan nilai individu dibagi dengan jumlah total responden.

HASIL PENELITIAN

Untuk mengukur nilai-nilai indikator iklim komunikasi kerja dalam organisasi, penulis menggunakan rumus milik R, Wayne Pace. Untuk mengukur Nilai Iklim Komposit (NIK) digunakan rumus :

Untuk pengukuran Nilai iklim Komposit (NIK) digunakan rumus :

$$NIK = \frac{\sum \text{jawaban individu}}{\sum \text{pertanyaan}}$$

Untuk mengukur Nilai Iklim Kepercayaan (NIT) digunakan rumus :

$$\frac{\sum N1}{4}$$

$$NIT = = 204,5$$

N1= Pertanyaan mengenai kepercayaan Untuk mengukur Nilai pengambilan keputusan Partisipatif (NIP) digunakan rumus:

$$NIP = \frac{\sum N1}{3} = 210,33$$

N2= Pernyataan mengenai pengambilan keputusan partisipatif

Untuk mengukur Nilai kejujuran (NIJ) digunakan rumus :

$$NIJ = \frac{\sum N3}{3} = 209,25$$

N4 = pertanyaan mengenai Kejujura

Untuk mengukur Nilai Keterbukaan Dalam Komunikasi ke Bawah (NIB), digunakan rumus :

$$NIB = \frac{\sum N5}{3} = 213,5$$

N5= pertanyaan mengenai Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah

Untuk mengukur Nilai Keterbukaan dalam Komunikasi Ke atas (NIA)

$$NIA = \frac{\sum N6}{3} = 205,5$$

N6=Pertanyaan mengenai Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Atas Untuk mengukur Nilai Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi (NIPBT) digunakan rumus :

$$NIPBT = \frac{\sum N7}{3} = 208,33$$

N7 = Pertanyaan mengenai Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi Penilaian dan analisis Inventaris Iklim Komunikasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

Nilai Iklim Komposit berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa rata-rata umum memberikan Nilai Iklim Komposit (NIK) setiap responden menunjukkan nilai sebesar 0,1158

Nilai Iklim Kepercayaan berdasarkan hasil perhitungan diperoleh kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan, maka diperoleh Nilai Iklim kepercayaan sebesar 0,1136

Nilai Pengambilan Keputusan Partisipatif berdasarkan hasil perhitungan diperoleh dengan mengkalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. maka diperoleh Nilai Iklim kepercayaan sebesar 0,1168

Nilai Iklim Kejujuran, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh dengan kalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Maka diperoleh Nilai Iklim kepercayaan sebesar 0,1162

Nilai Keterbukaan Dalam Komunikasi, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh dengan mengkalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Maka diperoleh Nilai Iklim kepercayaan sebesar 0,1186

Nilai Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas, berdasarkan hasil perhitungan diperoleh dengan mengkalikan hasil dari item pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Maka diperoleh Nilai Iklim kepercayaan sebesar 11,41

Nilai Perhatian Untuk Tujuan Berkinerja Tinggi, berdasarkan hasil

perhitungan diperoleh dengan mengkalikan hasil dari item hasil pertanyaan dengan nilai skor yang ditentukan kemudian dibagi dengan jumlah pertanyaan. Maka diperoleh Nilai Iklim kepercayaan sebesar 0,1157

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada beberapa variabel iklim komunikasi di atas, yang diperoleh nilai iklim komposit sebesar 0,1158. dari hasil tersebut menunjukkan bahwa iklim komunikasi pada *Bumi Surabaya (Peduli Lingkungan) Community* berada pada koefisien yang nilainya kurang dari 0,79 sehingga dapat dikatakan *Djarum Black Car Community* di Surabaya mempunyai iklim komunikasi organisasi yang negatif.

Hal ini disebabkan karena kurangnya frekuensi komunikasi yang terjalin dari pimpinan kepada para anggota klub, para anggota tidak dapat menyelesaikan suatu masalah tersebut tidak ada temuannya dan berlarut-larut karena tidak adanya terjalin komunikasi yang baik antara para anggota dengan ketua munculnya perpecahan antar anggotadi dalam *Bumi Surabaya Community (peduli lingkungan)* di Surabaya tersebut.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa nilai iklim komposit sebesar 0,1158. dari hasil tersebut menunjukkan bahwa iklim komunikasi pada *Bumi Surabaya Community (peduli Lingkungan)* di Surabaya berada pada koefisien yang nilainya kurang dari 0,79, sehingga dikatakan *Bumi Surabaya Community (Peduli Lingkungan)* di Surabaya mempunyai iklim komunikasi yang negatif. Hal ini berarti iklim komunikasi yang terjadi di *Bumi Surabaya Community (peduli Lingkungan)* di Surabaya kurang berjalan dengan baik, disebabkan karena permasalahan yang ada di dalam klub, terutama masih kurangnya komunikasi yang terjalin dengan baik antara pengurus dengan anggota maupun antar anggota.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan di atas, masukan dan saran yang dapat diberikan adalah :

Perbaikan iklim komunikasi pada organisasi melalui kegiatan-kegiatan yang dapat menjalin hubungan antara pengurus, dan sesama anggota menjadi lebih baik.

Meningkatkan perhatian para pengurus terhadap para anggota organisasi sehingga para anggota dapat meningkatkan kepercayaanya kepada organisasi.

Penyampaian informasi yang menyeluruh kepada anggota organisasi, para anggota organisasi dapat meningkatkan komitmennya kepada organisasi

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Amirullah dan Fauziah, 2003, *Perilaku Organisasi*, Cetakan Pertama, Bayu Media, Jakarta
- Djamarah, Bahri Syaiful, 2004, *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga (Sebuah Perspektif Pendidikan Islam)*, PT. Rineka Cipta, Jakarta
- Dayakisni, Mar'at, 2003, *Sikap dan Perilaku*, Penerbit Bina Pustaka, Jakarta
- Effendy, Onong Uchana, 2003, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya
- _____, 2004, *Dinamika Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- _____, 2005, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Hasibuan, Malayu, *Organisasi dan Motivasi*, Cetakan ke dua, Bumi Aksara, Jakarta.
- Hardjana (2003). *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta Kanisius
- Muhammad, Arni, 2007. *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mulyana, Deddy, 2001, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cetakan Kedua, Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung
- Pace, Wayne, R & Don, F, Faules, 2006, *Komunikasi Organisasi*, Cetakan Keenam, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Robbins, 1990, *Teori Organisasi Struktur, Desain & Aplikasi*, Arcan, Jakarta.
- Supratiknya, A Dra, 1995, *Mengenal Perilaku Abnormal*, Yogyakarta: Kanisius (IKAPI)

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS BUMI SURABAYA DI SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	8%
2	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	2%
3	repository.usu.ac.id Internet Source	2%
4	www.dictio.id Internet Source	2%
5	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	2%
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	2%
7	jurnal.untad.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS BUMI SURABAYA DI SURABAYA

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
