

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DAN KEPUASAN KOMUNIKASI PADA ORGANISASI SIPIL YANG BERNUANSA KEPOLISIAN

(Studi Kasus Di PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara)

Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom¹, Aminudin Junaedi, S.Sos, M.I.Kom²

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
e-mail: tabrani.sjafrizal@dsn.ubhrajaya.ac.id

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
aminudin.junaedi@dsn.ubharajaya.ac.id

Cara Sitasi: Syafrizal T., Junaedi A, (2020). Iklim Komunikasi Organisasi Dan Kepuasan Komunikasi Pada Organisasi Sipil Yang Bernuansa Kepolisian (Studi Kasus Di PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara) 20 (1), 1-10
<https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>

Abstract - This study aims to determine how much the relationship between organizational communication climate and communication satisfaction at PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara. The definition of a civil society organization is the police, namely the application of a command communication pattern that has become accustomed to being applied among security forces, and then also applied at PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara. Even though PT. Insurance Bhakti Bhayangkara itself is one of the private companies (civil), so the right communication to use is a communication pattern that is supposed to be for civilians, not a command communication pattern, because the command communication pattern is more appropriate for security forces. In this command communication pattern, the communication flow tends to be dominated in the form of vertical communication, namely communication from top to bottom (Top Down Communication), when compared with from the bottom up (Up Down Communication). As one example of this command communication pattern, if the leader gives instructions to his subordinates, his subordinates must respond by saying "Ready", "Ready to Implement", or "Ready And", without being given the opportunity to reveal reasons for unpreparedness, if the subordinate was apparently not ready to carry out these instructions. Researchers conduct research using data and information collection through primary data and secondary data. The method used in this study is paradigmatic, with the quantitative approach following the positivism paradigm. The collected data is then processed and distributed in the form of a quantitative frequency distribution table using a statistical formula, namely the product moment correlation developed by Karl Pearson. After the results are obtained, only the data that has been identified is analyzed qualitatively.

Keywords: Organizational Communication Climate, Communication Satisfaction

PENDAHULUAN

Inilah Langkah-Langkah Tito Karnavian Jadikan Polri Yang Humanis dan Non Koruptif. Oleh Humas : Diposkan pada 13 Juli 2016.

Pada acara pelantikannya sebagai Kapolri oleh Presiden Joko Widodo (Jokowi) hari Rabu tanggal 13 Juli 2016 siang di Istana Negara Jakarta, Kapolri Jenderal Tito Karnavian menerima dua mandat, yaitu menjaga persatuan dan kekompakan internal Polri serta melakukan reformasi menyeluruh di tubuh Polri.

Menanggapi hal itu, Tito menegaskan perlu adanya pengembangan komunikasi 2 arah yaitu *top down* tapi juga bisa *bottom-up*.

Pelayanan Kepolisian dan Tantangan Perubahan oleh Komisaris Besar (Kombes) Krisna Murti-anggota Polri pertama yang bertugas di Markas Besar PBB di New York saat ini menjabat sebagai *Police Planning Officer* (Pejabat Perencana Kepolisian)-dalam blog pribadinya (catatansibedu.blogspot.com) menceritakan bahwa saat bertugas di daerah sering terjadi kemacetan arus komunikasi dari bawahan kepada pimpinan." Ada beberapa hal yang anak buah (anggota) ingin sampaikan kepada pimpinan namun jarang bisa keluar dari mulut mereka dan hanya tertahan didalam hati saja", begitu tulisnya dalam blog catatan sibedu.blog.com. "Hal ini biasanya banyak terjadi terutama ditingkat Polsek dan Polres (operasional)", demikian secara lengkapnya.

Terkait dengan judul penelitian ini, yaitu Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Komunikasi Pada Organisasi Sipil yang Bernuansa Kepolisian (Studi Kasus di PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara), maka dengan adanya pengangkatan-pengangkatan para pengurunya, yang umumnya selalu didominasi dari kalangan Purnawirawan Polri tersebut, sedikit banyaknya akan terbentuk pola komunikasi komando. Sebagai contoh pada pengangkatan Dewan direksi:

Dewan Direksi antara lain:

Direktur Utama Irjen .Pol. (Purn)
Drs.FX.Bagus Ekodanto

Direktur Pemasaran Khusus Brigjen.Pol.
(Purn) Drs.K.Adjar Triadi,MM

Direktur Keuangan dan Adm.Brigjen Pol.
(Purn) Drs. Suhardjito,SH.

Direktur Pemasaran Umum Stefanus B.
Gautama,S.Kom,MM

Direktur Teknik Ir.Budi Susilo,MM.AAAK

Pola komunikasi komando, jika dikaji di dalam komunikasi organisasi, maka termasuk komunikasi internal vertikal..

Jadi pada pola komunikasi komando ini, cenderung aliran komunikasi di dominasi lebih besar berupa komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah, jika dibandingkan dengan dari bawah ke atas.

Jelas di sini prinsip komunikasi vertikal tidak berjalan dengan semestinya.

Berdasarkan pola komunikasi komando yang diterapkan di PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Komunikasi Pada Organisasi Sipil yang Bernuansa Kepolisian. (Studi kasus di PT.Asuransi Bhakti Bhayangkara).

1. Artikel – Artikel Ilmiah Internasional Tentang Kepuasan Komunikasi dan Iklim Komunikasi Organisasi

a. Iklim Organisasi dan Kepuasan Kerja Pegawai dalam Operasi Terminal Konteks Pelabuhan Kaohsiung. Penelitian ini bertujuan menggali iklim organisasi di kawasan industri pelabuhan Kaohsiung. Iklim organisasi utama dari kawasan industri yaitu, sistem manajemen, penghargaan, motivasi, pengayaan kepemimpinan, upah terendah, diuntungkan, dan kepuasan kerja pegawai dipergunakan sebagai variabel penjelasan di penelitian ini. Hasil interpretasi kepuasan kerja kuat hubungannya dengan iklim organisasi perusahaan.

b.. Komunikasi dan Teleworking: Studi Kepuasan Saluran Komunikasi, Kepribadian, dan Kepuasan Kerja untuk Karyawan Teleworking. Penelitian ini menggali kepuasan komunikasi pekerja yang berhubungan dengan penggunaan dan kepuasan beragam komunikasi dan jenis kepribadian pekerja. Komunikasi pekerja Amerika (N=384) meliputi survey online dan wawancara sendiri di jalur kepuasan komunikasi, kepuasan kerja, dan kepribadian. Hasil menunjukkan bahwa pandangan, keterbukaan, kesepakatan, dan ketelitian adalah berkaitan positif dengan kepuasan kerja. Tambah lagi, hubungan pengaruh moderator ditemukan berkaitan antara keterbukaan telepon dan video komunikasi, kesepakatan komunikasi telepon pada kepuasan kerja. Penemuan dari keuntungan penelitian ini, implementasi praktek yang penting untuk organisasi, termaksud saran untuk kepuasan optimis komunikasi untuk pekerja dari beragam tipe kepribadian, dan usulan untuk menolong upah organisasi dengan tepat serta perbincangan pekerja.

c.. Komunikasi Internal Strategis: Kepemimpinan Transformasional, Saluran Komunikasi, dan Kepuasan Pegawai. Penelitian baru-baru ini, meneliti bagaimana kepemimpinan mempengaruhi hubungan publik internal dengan membangun jaringan antara perubahan kepemimpinan, penggunaan jalur komunikasi, komunikasi simetris, dan kepuasan pekerja. Lebih jauh, menggali ketepatan beragam jalur komunikasi internal. Melalui survey jaringan dari 400 pekerja di ukuran sedang dan perusahaan besar di Amerika, penelitian menunjukkan bahwa kebaikan perubahan kepemimpinan mempengaruhi komunikasi internal simetris organisasi dan kepuasan hubungan pekerja. Perubahan kepemimpinan mempengaruhi komunikasi internal simetris organisasi dan kepuasan hubungan pekerja. Perubahan pemimpin lebih sering menggunakan informasi jalur wajah ke wajah untuk komunikasi dengan pengikut-pengikut. Menggunakan kepemimpinan jalur wajah ke wajah adalah kumpulan kebak dengan kepuasan pekerja. Pekerja lebih condong memilih email untuk menerima informasi dari keputusan baru organisasi, garansi, peristiwa, atau perubahan dengan mengikuti rapat pekerja umum, dan komunikasi antar pribadi dengan manajer.

d. Hubungan Kepekaan Komunikasi Antarbudaya dengan Gaya Manajemen Konflik, Penggunaan Teknologi, dan Kepuasan Komunikasi Organisasi di Organisasi Multinasional di Cina. Penelitian ini mempelajari hubungan sensitif komunikasi antarbudaya terhadap faktor komunikasi organisasi lainnya di belahan perusahaan multinasional Cina. Kami menemukan adanya sedikit perbedaan antara pekerja Cina dengan pengalaman hidup perantauan versus pekerja Cina tanpa mengabaikan pengalaman hidup. Perantau dengan menghargai sensitif komunikasi antarbudaya, gaya

manajemen konflik, pengguna teknologi, dan kepuasan komunikasi organisasi. Pekerja Cina dengan sebuah sensitif antarbudaya tingkat tinggi lebih dipuaskan dengan komunikasi organisasi mereka, cenderung menggunakan gaya manajemen konflik kontrol dan pemecahan masalah murni, serta menggunakan teknologi komunikasi berbeda pada perangkat organisasi.

e. . Pengaruh Praktik Komunikasi Hotel pada Kepuasan Komunikasi Manajer dengan Karyawan Berbahasa Inggris Terbatas. Kepuasan komunikasi adalah suatu hal yang penting untuk hasil kerja yang memuaskan. Karena itu, penelitian ini mempelajari bagaimana pengaruh kepuasan komunikasi organisasi melekat pada manajer. Hasil menunjukkan sebuah hubungan yang kuat antara bahasa yang belum dipahami dengan bahasa manajer.

2. Definisi Komunikasi

Menurut Hovland, Janis dan Kelley, komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Menurut William J.Seller (1988) memberikan definisi komunikasi yang lebih bersifat universal. Dia mengatakan komunikasi adalah proses dengan mana simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti

3. Komunikasi Organisasi

R.Wayne Pace dan Don F.Faules yang dialihbahasakan oleh Mulyana (2001: 31-32) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.

4. Kepuasan Komunikasi

Menurut Redding (Muhamad, 2005: 87), kepuasan komunikasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan.

.Kepuasan komunikasi tidaklah terikat kepada konsep efektivitas pesan. Alasannya, menurut Pace dan Faules (2006: 162-163), seperti dinyatakan oleh beberapa orang, tampaknya merupakan fungsi dari bagaimana kepuasan anggota terhadap komunikasi dalam organisasi (Liwin & Stringer, 1968, Pritchard & Karasick, 1973), kepuasan menggambarkan suatu konsep individu dan konsep mikro, sedangkan iklim merupakan konsep makro dan konsep gabungan.

5. Iklim Komunikasi Organisasi

Seiring dengan pendapat Hillreiger dan Slocum (Jablin, 1987) mengatakan iklim komunikasi organisasi adalah suatu set atribut organisasi, yang menyebabkan bagaimana berjalannya subsistem organisasi terhadap anggota dan lingkungannya.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode penelitian pada penelitian ini yaitu sifat/ jenis eksplanatif yang digunakan untuk meneliti hubungan di antara variabel-variabel. Hubungan yang dicari itu disebut korelasi. Metode korelasi bertujuan meneliti sejauhmana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Kalau dua variabel yang kita hubungkan, korelasinya disebut korelasi sederhana (*simple correlation*) Lebih dari dua variabel, disebut korelasi ganda (*multicorrelation*). Walaupun sangat bergantung pada jenis data yang dinilai dan tes statistik yang digunakan menurut Servilla,dkk.(Ardianto, 2010 : 51).

Penelitian) dirancang untuk menentukan tingkat hubungan-hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Melalui penelitian tersebut, kita dapat memastikan berapa besar hubungan antara variasi yang disebabkan oleh satu variabel dengan variasi yang disebabkan oleh variabel lain. **Penelitian korelasi tidak memerlukan sampel yang besar.** Dalam penelitian korelasi, diasumsikan bahwa sampel yang digunakan mewakili populasi yang kita selidiki dan instrumen yang digunakan dapat dipercaya dan sah. Oleh karena itu, yang sangat penting adalah dalam memilih dan mengembangkan instrumen. Kita hanya dapat memperoleh hubungan signifikan bila instrumen yang kita gunakan reliabel dan valid dalam mengukur variabel-variabel yang diselidiki menurut Sevilla (dalam Ardianto, 2010: 51).

Penelitian ini termasuk bagian dari penelitian eksplanatif yaitu penelitian prediksi (prakiraan) bertujuan mencari jawaban.

Variabel yang akan diteliti diberi simbol X dan Y. Salah satu syarat penting dalam penggunaan teknik korelasi adalah bahwa hubungan antara X dan Y adalah hubungan simetris. Kuat lemahnya hubungan dinyatakan dalam bilangan, biasa disebut *koefisien korelasi* yang nilainya bergerak diantara 0 sampai dengan + 1. Koefisien yang bertanda positif menunjukkan kearah hubungan positif, sebaliknya koefisien yang bertanda negatif. Sementara koefisien korelasi nol menunjukkan tidak ada hubungan. Teknik korelasi yang sangat dikenal dan banyak digunakan adalah korelasi *product moment* yang dikembangkan oleh *Karl Pearson*.

Menurut Guilford (dalam Ardianto, 2010: 50)...untuk mengukur tinggi rendahnya korelasi, ia mengartikan koefisien korelasi sebagai berikut:

- Kurang dari 0,20 hubungan rendah sekali; lemah sekali
- 0,20 > 0,40 hubungan rendah tetapi pasti
- 0,40 > 0,70 hubungan yang cukup berarti

- 0,70 > 0,90 hubungan yang tinggi; kuat
- Lebih dari 0,90 hubungan sangat tinggi; kuat sekali, dapat diandalkan.

Menurut Prasetyo dan Jannah (dalam Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi, 2005: 79)...arah hubungan dari variabel-variabel berdasarkan sifatnya terbagi atas:

- a. Hubungan simetris yaitu suatu hubungan yang salah satu dari variabel yang ada tidak dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel yang lainnya.
Bagan hubungan simetris



- b. Hubungan resiprokal (timbang balik), jika variabel yang satu dengan variabel yang lainnya saling memengaruhi .
Bagan hubungan resiprokal



- c. Hubungan asimetris, jika suatu variabel akan menyebabkan atau memengaruhi variabel lainnya, tetapi tidak berlaku sebaliknya.
Hubungan variabel asimetris bersifat satu arah

Bagan hubungan asimetris



Adapun hubungan variabel-variabel yang berdasarkan sifatnya, digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan resiprokal, yaitu suatu hubungan, jika variabel yang satu dengan variabel yang lainnya saling memengaruhi, bila dikaitkan dengan penelitian ini, yakni, "Hubungan Antara Iklim Komunikasi Organisasi (sebagai variabel X) dengan Kepuasan Komunikasi (sebagai variabel Y) di PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara," dimana Hubungan antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Komunikasi saling memengaruhi. 3.4.

2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah para karyawan PT.Asuransi Bhakti Bhayangkara, baik yang berada dikantor pusat maupun di kantor cabang Jakarta.

Untuk menentukan ukuran ukuran sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penarikan sampel probabilita yaitu teknik acak sederhana (*simple random sampling*).

Teknik acak sederhana adalah teknik penarikan sampel yang paling mudah dilakukan. Teknik ini dapat dipakai jika populasi dari suatu penelitian homogen dan tidak terlalu banyak jumlahnya.

Tahapan yang dilakukan dalam menarik sampel ini adalah:

- membentuk kerangka sampel dan kemudian memberi nomor urut seluruh unsur yang ada dalam kerangka sampel;
- memilih unsur yang akan dijadikan sampel dengan cara undian atau menggunakan Tabel Angka Acak.

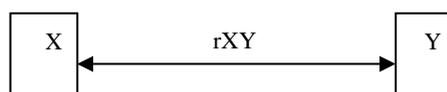
Untuk pengambilan ukuran sampel dari sejumlah karyawan PT.Asuransi Bhakti Bhayangkara, penulis berpedoman pada Rakhmat (1999 : 25) yang menyatakan bahwa, penentuan ukuran sampel dengan mengambil 10%, 20 % dari jumlah populasi dianggap representatif.

Jadi dalam penelitian ini, ukuran sampel yang digunakan adalah 40% dari jumlah populasi karyawan PT.Asuransi Bhakti Bhayangkara yang berada di kantor pusat maupun dikantor cabang Jakarta.

3.. Desain Penelitian

Desain Penelitian dalam penelitian ini adalah sesuai dengan desain penelitian menurut metode eksplanasi, yang bertujuan untuk meneliti ada tidaknya hubungan antara suatu faktor dengan ragam pada faktor tersebut. Dalam penelitian ini, desain penelitian ditujukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X) dengan Kepuasan Komunikasi (Y).

Gambar 2 : Desain penelitian untuk variabel X-Y



Keterangan :

X : Iklim Komunikasi Organisasi PT.Asuransi Bhakti Bhayangkara

Y: Kepuasan Komunikasi PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara

rXY : Korelasi sederhana antara Iklim Komunikasi Organisasi (X) dengan Kepuasan Komunikasi (Y)

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan Paradigma Klasik, dimana Peneliti (P) melihat obyek penelitian (O) dengan H sebagai hasil penelitian dari sudut pandang P, juga sebagai metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan *deductive logic* dengan pengamatan empiris.

4.. Penyusunan Skala Penilaian.

Q-sort Scaling

Teknik ini sangat dekat dengan tipe skala *Rank-Order*. Tujuan penggunaan ini sama dengan tujuan penggunaan tipe skala *Rank-Order*. Namun bila soal-soal yang disajikan dalam daftar cukup panjang , maka pengukuran kedudukan bukan suatu pekerjaan yang mudah. Menurut Fox (*Sevilla, Ochave, Punsalan, Regala, dan Uriarte, 1993*)..teknik *Q.Sort* dilakukan untuk soal-soal yang berjumlah 50 sampai dengan 100 yang dihubungkan dengan objek atau konsep yang diukur.

Teknik Q dikembangkan oleh *William Stevenson*, yang merupakan suatu perangkat prosedur yang dilakukan melalui penyortiran kartu yang disebut *Q-sort*. Sedangkan menurut *Kerlinger (Sevilla, Ochave, Punsalan, Regala, dan*

Uriarte, 1993)...teknik ini juga difokuskan pada korelasi antara jawaban individu yang berbeda.

Disukai	Kurang Disukai						
Jumlah Kartu	11	7	7	7	4	2	2
Nomor Tumpukan	1	2	3	4	5	6	7

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Observasi :

Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data/ laporan yang berhubungan dengan penelitian.

Kuesioner :

Menyebarkan kuesioner kepada para karyawan PT. Asuransi Bhakti Bhayangkara baik yang berada di kantor pusat maupun di kantor cabang Jakarta, untuk dijadikan responden dalam penelitian ini (data primer).

Wawancara :

Wawancara mendalam dilakukan dengan nara sumber dari PT.Asuransi Bhakti Bhayangkara.

Studi Kepustakaan :

Literature atau sumber lain yang relevan.

6. Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul kemudian diolah dan didistribusikan ke dalam bentuk tabel distribusi frekuensi secara kuantitatif dengan menggunakan rumus statistik, dimana data yang sudah teridentifikasi di analisis secara kualitatif.

7. Menghitung Koefisien Korelasi Linear Sederhana

Metode koefisien korelasi linear sederhana terdiri atas 2 yaitu *Least Square* dan *product moment*. Adapun metode koefisien korelasi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Least Square* yang dikembangkan oleh Karl Pearson. Untuk proses penghitungannya sendiri, penulis menggunakan IBM SPSS Statistic Version 20. Setelah diperoleh hasil, barulah data yang sudah teridentifikasi dianalisis secara kualitatif. Dalam hal ini digunakan rumus angka kasar sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{ (N(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2) \}}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

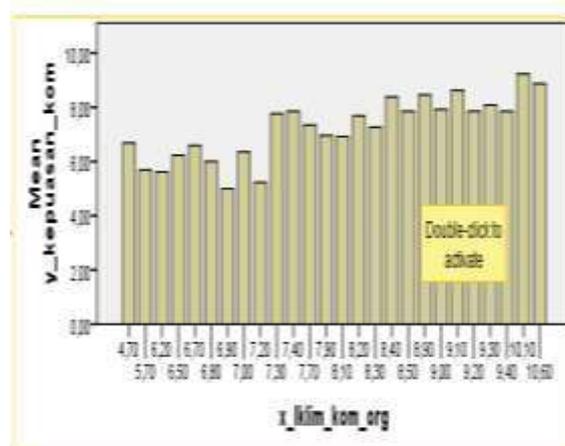
Hubungan antara kepuasan komunikasi dengan kinerja karyawan di kantor pusat dan kantor cabang Jakarta PT.Asuransi Bhayangkara, setelah dilakukan penghitungan dengan metode korelasi *Least Square* yang dibantu dengan IBM SPSS Statistic Version 20, maka diperoleh nilai korelasinya yaitu 0,81.

Correlations

		x iklim_kom_ org	y_kepuasan_ kom
x iklim_kom_ org	Pearson Correlation	1	,812
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
y_kepuasan_ kom	Pearson Correlation	,812	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

GGraph

[DataSet1] D:\PENELITIAN PT ASB\korelasi.sav



Ini menunjukkan bahwa hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan komunikasi adalah tinggi, kuat, dan positif serta searah. Dikrenakan hubungan ini adalah hubungan resiprokal (timbal balik), jika variabel yang satu dengan variabel yang lainnya saling memengaruhi, maka berarti jika terjadi perubahan pada iklim komunikasi organisasi, akan diikuti perubahan juga pada kepuasan komunikasi. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi perubahan pada kepuasan Komunikasi, maka akan diikuti perubahan juga pada iklim komunikasi organisasi.

B. Pembahasan

Untuk membahas hasil penelitian ini, penulis menggunakan "Tabel Distribusi Frekuensi". Menurut Martono, 2011...menyatakan tabel distribusi frekuensi digunakan untuk menampilkan persebaran

data dalam suatu distribusi. Penyusunan tabel distribusi bermanfaat untuk memudahkan kita dalam penyajian data, sehingga mudah dipahami dan mudah dibaca sebagai bahan informasi.

1. Tabel Distribusi Frekuensi Iklim Komunikasi Organisasi

Frequencies

- a) Atasan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi kepada bawahan mereka

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	34	85,0
Tidak Puas	6	15,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap atasan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi kepada bawahan mereka, sebanyak 85,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap atasan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi kepada bawahan mereka, sebanyak 15,0 persen.

- b) Bawahan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi kepada atasan mereka.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	37	92,5
Tidak Puas	3	7,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap bawahan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi kepada atasan mereka sebanyak 92,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap bawahan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi kepada atasan mereka sebanyak 7,5 persen.

- c). Banyaknya ruang komunikasi yang tersedia bagi seluruh personel untuk berkonsultasi dengan tingkat manajemen berada di atas mereka dalam proses pengambilan keputusan dan tujuan organisasi.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	32	80,0
Tidak Puas	8	20,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap banyaknya ruang komunikasi yang tersedia bagi seluruh personel untuk berkonsultasi dengan tingkat manajemen yang berada di atas mereka dalam proses pengambilan keputusan dan tujuan organisasi. sebanyak 80,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap

banyaknya ruang komunikasi yang tersedia bagi seluruh personel untuk berkonsultasi dengan tingkat manajemen yang berada di atas mereka dalam proses pengambilan keputusan dan tujuan organisasi sebanyak 20,0 persen.

- d) Suasana umum yang dipenuhi keterusterangan dan kejujuran terlihat hubungan antarpersona diseluruh tingkat organisasi.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	30	75,0
Tidak Puas	10	25,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap suasana umum yang dipenuhi keterusterangan dan kejujuran terlihat hubungan antarpersona diseluruh tingkat organisasi sebanyak 75,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap suasana umum yang dipenuhi keterusterangan dan kejujuran terlihat hubungan antarpersona diseluruh tingkat organisasi sebanyak 25 persen.

- e) Personel di semua tingkat dalam organisasi berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai kebijakan organisasi yang relevan dengan kedudukan mereka.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	38	95,0
Tidak Puas	2	5,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap personel di semua tingkat dalam organisasi berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai kebijakan organisasi yang relevan dengan kedudukan mereka. sebanyak 95,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap personel di semua tingkat dalam organisasi berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai kebijakan organisasi yang relevan dengan kedudukan mereka sebanyak 5,0 persen.

- f) Informasi yang diterima dari bawahan dipandang cukup penting oleh atasan mereka untuk dilaksanakan sampai ada sesuatu yang menunjukkan hal yang sebaiknya.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	35	87,5
Tidak Puas	5	12,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap informasi yang diterima dari bawahan dipandang cukup penting oleh atasan mereka untuk dilaksanakan sampai ada sesuatu

yang menunjukkan hal yang sebaiknya. sebanyak 87,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap informasi yang diterima dari bawahan dipandang cukup penting oleh atasan mereka untuk dilaksanakan sampai ada sesuatu yang menunjukkan hal yang sebaiknya. sebanyak 12,5 persen.

g) Semua personel menerima informasi yang meningkatkan kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan personel atau dengan bagian lainnya, dan informasi yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpinnya, dan rencana-rencananya

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	36	90,0
Tidak Puas	4	10,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap semua personel menerima informasi yang meningkatkan kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan personel atau dengan bagian lainnya, dan informasi yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpinnya, dan rencana-rencananya sebanyak 90,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap semua personel menerima informasi yang meningkatkan kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan personel atau dengan bagian lainnya, dan informasi yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpinnya, dan rencana-rencananya sebanyak 10,0 persen.

h) Semua personel dapat mengatakan “isi pikiran mereka” tanpa memandang apakah mereka berbicara dengan bawahan atau dengan atasan.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	30	75,0
Tidak Puas	10	25,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap semua personel dapat mengatakan “isi pikiran mereka” tanpa memandang apakah mereka berbicara dengan bawahan atau dengan atasan sebanyak 75,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap semua personel dapat mengatakan “isi pikiran mereka” tanpa memandang apakah mereka berbicara dengan bawahan atau dengan atasan sebanyak 25,0 persen.

i) Kecuali untuk informasi rahasia yang perlu, semua personel relative mudah memperoleh informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan mereka saat itu.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	33	82,5
Tidak Puas	7	17,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap kecuali untuk informasi rahasia yang perlu, semua personel relative mudah memperoleh informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan mereka saat itu. sebanyak 82,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap sebanyak kecuali untuk informasi rahasia yang perlu, semua personel relative mudah memperoleh informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan mereka saat itu. sebanyak 17,5 persen.

j) Atasan di semua tingkat dalam organisasi mendengarkan secara berkesinambungan dan berpikiran luas mengenai semua saran atau laporan masalah yang diajukan oleh personel pada semua tingkat bawahan dalam organisasi.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	33	82,5
Tidak Puas	7	17,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap atasan di semua tingkat dalam organisasi mendengarkan secara berkesinambungan dan berpikiran luas mengenai semua saran atau laporan masalah yang diajukan oleh personel pada semua tingkat bawahan dalam organisasi. sebanyak 82,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap atasan di semua tingkat dalam organisasi mendengarkan secara berkesinambungan dan berpikiran luas mengenai semua saran atau laporan masalah yang diajukan oleh personel pada semua tingkat bawahan dalam organisasi sebanyak 17,5 persen.

k) Perhatian yang serius kepada kesejahteraan semua personel penting bagi manajemen seperti pentingnya tujuan organisasi berkinerja tinggi,

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	35	87,5
Tidak Puas	5	12,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap perhatian yang

serius kepada kesejahteraan semua personel penting bagi manajemen seperti pentingnya tujuan organisasi berkinerja tinggi, sebanyak 87,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap perhatian yang serius kepada kesejahteraan semua personel penting bagi manajemen seperti pentingnya tujuan organisasi berkinerja tinggi sebanyak 12,5 persen.

2. Tabel Distribusi Frekuensi Kepuasan Komunikasi Frequencies

a) Pemahaman Anda tentang sistem pembayaran gaji yang diberlakukan dengan jumlah gaji yang Anda terima?

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	31	77,5
Tidak Puas	9	22,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap pemahaman tentang sistem gaji, sebanyak 77,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap pemahaman tentang sistem gaji, sebanyak 22,5 persen.

b) Nilai ke-objektif-an penilaian pimpinan mengenai syarat kriteria promosi jabatan

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	29	72,5
Tidak Puas	11	27,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap nilai ke-objektif-an penilaian pimpinan mengenai syarat kriteria promosi jabatan sebanyak 72,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap nilai ke-objektif-an penilaian pimpinan mengenai syarat kriteria promosi jabatan sebanyak 27,5 persen.

c) Kejelasan petunjuk untuk melakukan pekerjaan

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	37	92,5
Tidak Puas	3	7,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap kejelasan petunjuk untuk melakukan pekerjaan sebanyak 92,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap

kejelasan petunjuk untuk melakukan pekerjaan sebanyak 7,5 persen.

d) Untuk memutasikan karyawan, pemimpin harus mempunyai informasi yang dapat dipercaya.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	36	90,0
Tidak Puas	4	10,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap kepercayaan informasi yang dijadikan sumber sebagai dasar pemutusan karyawan oleh Pemimpin sebanyak 90,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap kepercayaan informasi yang dijadikan sumber sebagai dasar pemutusan karyawan oleh Pemimpin sebanyak 10 persen.

e) Kejelasan informasi tentang karier seorang karyawan

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	31	77,5
Tidak Puas	9	22,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap kejelasan informasi tentang karier seorang karyawan sebanyak 77,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap kejelasan informasi tentang karier seorang karyawan sebanyak 22,5 persen.

Kemampuan anda memberikan saran-saran.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	35	87,5
Tidak Puas	5	12,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap kemampuan anda memberikan saran-saran sebanyak 87,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap kemampuan anda memberikan saran-saran sebanyak 12,5 persen.

g) Efisiensi penggunaan nota dinas dalam menyebarkan informasi

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	37	92,5
Tidak Puas	3	7,5

Total	40	100,0
-------	----	-------

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap efisiensi penggunaan nota dinas dalam menyebarkan informasi sebanyak 92,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap efisiensi penggunaan nota dinas dalam menyebarkan informasi sebanyak 7,5 persen.

- i) Ketepatan informasi yang diterima melalui surat-menyerurat

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	36	90,0
Tidak Puas	4	10,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap ketepatan informasi yang diterima melalui surat-menyerurat sebanyak 90,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap ketepatan informasi yang diterima melalui surat-menyerurat sebanyak 10,0 persen.

- i) Manfaat diskusi untuk memecahkan masalah yang terjadi sesama teman sekerja.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	38	95,0
Tidak Puas	2	5,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap manfaat diskusi untuk memecahkan masalah yang terjadi sesama teman sekerja sebanyak 95,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap manfaat diskusi untuk memecahkan masalah yang terjadi sesama teman sekerja sebanyak 5,0 persen.

- j) Kepercayaan pimpinan kepada anda dalam melaksanakan tugas.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	39	97,5
Tidak Puas	1	2,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap kepercayaan pimpinan kepada anda dalam melaksanakan tugas sebanyak 97,5 persen, sedangkan jawaban penilaian

tidak puas terhadap kepercayaan pimpinan kepada anda dalam melaksanakan tugas sebanyak 2,5 persen.

- k) Dukungan atasan anda atas saran-saran yang anda usulkan.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	37	92,5
Tidak Puas	3	7,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap dukungan atasan anda atas saran-saran yang anda usulkan sebanyak 92,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap dukungan atasan anda atas saran-saran yang anda usulkan sebanyak 7,5 persen.

- l) Informasi tentang faktor-faktor apa saja yang menjadi dasar penilaian kinerja kerja.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	37	92,5
Tidak Puas	3	7,5
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap informasi tentang faktor-faktor apa saja yang menjadi dasar penilaian kinerja kerja sebanyak 92,5 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap informasi tentang faktor-faktor apa saja yang menjadi dasar penilaian kinerja kerja sebanyak 7,5 persen.

- m) Seberapa jauh kinerja kerja anda dihargai oleh pimpinan.

Penilaian	Frequency	Percent
Puas	32	80,0
Tidak Puas	8	20,0
Total	40	100,0

Interpretasi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban penilaian puas terhadap seberapa jauh kinerja kerja anda dihargai oleh pimpinan sebanyak 80,0 persen, sedangkan jawaban penilaian tidak puas terhadap seberapa jauh kinerja kerja anda dihargai oleh pimpinan sebanyak 20,0 persen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

Hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan komunikasi di P.T.Asuransi Bhakti Bhayangkara, menunjukkan nilai tinggi, kuat, dan positif, serta se-arah yaitu 0,81. Berarti jika terjadi kenaikan atau penurunan pada iklim komunikasi, maka akan diikuti kenaikan atau penurunan juga pada kepuasan komunikasi. Demikian juga sebaliknya jika terjadi kenaikan atau penurunan kepuasan komunikasi, maka akan diikuti kenaikan atau penurunan pada iklim komunikasi juga, karena hubungan kedua variable ini adalah hubungan resiprokal.

REFERENSI

- Bungin Burhan M. (2008). Metodologi Penelitian Kuantitatif “Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Penerbit KENCANA PRENADA MEDIA GROUP..
- Dawson Mary, Madera M.Juan, Neal A.Jack, Chen Jue. (November 2014), *The Influence of Hotel Communication Practices on Managers' Communication Satisfaction with Limited English-Speaking employees*, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 38. 4, 545-561
- Littlejohn, W, Stephen – Foss A. Karen, (2008), “Teori Komunikasi”, *Theories of Human Communication*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Mao Yuping & Hale L.Claudia, (2015), *Relating Intercultural Sensitivity to Conflict Management Styles, Technology Use, and Organizational Communication Satisfaction in Multinational Organizations in China*, *Journal of Intercultural Communication Research*, Vol. 44, No. 2, 132-150
- Martono, (2011), “Metode Penelitian Kuantitatif”, Abalisis Isi dan Analisis Data Sekunder. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Men Rita Linjuan, (2014) *Management Communication Quarterly, Strategic Internal Communication: Transformational Leadership, Communication Channels, and Employee Satisfaction* Vol. 28(2) 264-284,
- Pace, Wayne, R & Faules, F, Don, “Komunikasi Organisasi”, dalam Deddy Mulyana, MA, PhD 2005. Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, Bambang – Jannah, Mithahul, Lina. 2010, “Metode Penelitian Kuantitatif”, Teori dan Aplikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Smith A. Stephanie, Patmos Alyssa, and Pitts.J.Margaret. (2015), *Communication and Teleworking: A Study of Communication Channel Satisfaction, Personality, and Job Satisfaction for Teleworking Employees*, *International Journal of Business Communication* 1-25
- Rakhmat, Jalaluddin, (2007), Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruliana, Poppy. (2014) Komunikasi Organisasi “Teori dan Studi Kasus”, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sevilla G C, Ochave A J, Punsalan G T, Regala P B, dan Uriarte G G, (1993), Pengantar Metode Penelitian, Jakarta: UJ-Press.
- www.artikelsiana.com › Artikel Hukum
- teoribagus.com/intervensi-organization-development
- Sumber : <http://meetabied.wordpress.com/>
- Setkap.go.id/inilah-langkah-langkah-tito-karnavian-jadikan-polri-yang-humnis-dan-...
- <https://WWW.KOMPASIANA.COM/.../pelayanan-kepolisian-dan-tantangan-perubahan-551...>

PROFIL PENULIS

Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I. Kom. Lahir di Jakarta. 6 April 1966. Menyelesaikan studi Diploma III jurusan Administrasi Niaga di Politeknik Universitas Indonesia pada tahun 1998, dan menyelesaikan studi S1 Jurusan Administrasi Niaga di Sekolah Tinggi Administrasi Jakarta pada tahun 2001. Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jakarta pada tahun 2012. Aktif sebagai dosen tetap di Fikom Ubhara Jaya sejak tahun 2013.