

Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Sekretariat Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika

Reni Agustin, Widayatmoko
reni.915150116@stu.untar.ac.id , *widayatmoko@fikom.untar.ac.id*

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Abstract

Interpersonal communication is an interaction between individuals that cannot be avoided and the organizational communication climate is created through interaction and communication between members. The Ministry of Communication and Information also did not escape from this activity. From this interaction can increase communication satisfaction which becomes a benchmark for a good work environment. The aim of the study is to determine whether interpersonal communication and organizational communication climate influence communication satisfaction at the Ministry of Communication and Information. The main theories that used in this study are the theory of interpersonal communication, communication climate and communication satisfaction. This research uses quantitative methods with probability sampling techniques.. The population in this study were 320 employees with a sample of 101 respondents. Then tested using the classic assumption test, multiple linear regression analysis, T test and F test. The results showed that interpersonal communication and organizational communication climate have an influence on communication satisfaction, the communication climate has the most significant influence on the dimensions of honesty and listening to communication upward as the highest dimension. Thus, the results of the study support the theoretical concept of the influence of interpersonal communication and organizational communication climate on employee communication satisfaction.

Keywords: *interpersonal communication, organizational communication climate, communication satisfaction*

Abstrak

Komunikasi interpersonal merupakan interaksi antar individu yang tidak bisa dihindari. Iklim komunikasi organisasi tercipta melalui interaksi dan komunikasi antar anggota, termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Interaksi ini menimbulkan kepuasan komunikasi yang menjadi tolak ukur lingkungan kerja yang baik. Penelitian ditujukan untuk mengetahui apakah komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kepuasan komunikasi organisasi pada karyawan Sekretariat Jenderal Kementerian Kominfo RI. Peneliti menggunakan konsep komunikasi interpersonal, iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi. Pendekatan yang digunakan yakni kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling *probability*. Populasi sebanyak 320 pegawai, sampel 101 responden. Peneliti menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, Uji T dan Uji F. Hasilnya, komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi mempengaruhi kepuasan komunikasi, iklim komunikasi berpengaruh signifikan dengan dimensi kejujuran dan mendengarkan komunikasi ke atas sebagai dimensi tertinggi. Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi terhadap kepuasan komunikasi organisasi.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, iklim komunikasi organisasi, kepuasan komunikasi organisasi

1. Pendahuluan

Komunikasi pada dasarnya merupakan bagian kegiatan yang dilakukan manusia dalam sehari-hari. Manusia melakukan komunikasi untuk memberikan dan menerima informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Pada saat melakukan komunikasi, komunikasi akan merasakan hasil dari komunikasi tersebut seperti adanya umpan balik dan mendapatkan informasi yang diinginkan, kepuasan menjadi salah satu hasil yang diciptakan dari komunikasi.

Komunikasi interpersonal menjadi hal yang cukup kuat di lingkup perusahaan setiap anggota organisasi bekerja sama dan saling bertukar informasi untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Karl Weick dalam teori informasi organisasi menyatakan bahwa mengkomunikasikan informasi adalah penting bagi suksesnya sebuah organisasi (West dan Tuner, 2008:335).

Pertukaran informasi yang berlangsung dalam organisasi merupakan salah satu komunikasi interpersonal yang terjadi yang menyebabkan anggota saling berkomunikasi dan terlibat satu sama lain, sehingga membangun iklim komunikasi yang baik agar pegawai atau karyawan dapat menghasilkan hasil kerja yang memuaskan dan mencapai target yang sudah ditentukan, dengan iklim komunikasi yang baik pula para pekerja akan terbantu dalam pekerjaannya karena dapat memudahkan dan memotivasi pekerja dalam melaksanakan tugasnya.

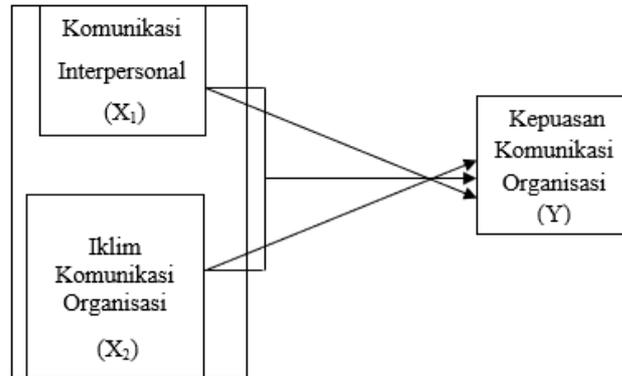
Maka dari itu, suatu institusi atau organisasi harus menciptakan komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi yang baik supaya pegawai dapat merasakan kepuasan komunikasi, agar tujuan institusi dapat tercapai dan memberikan hasil yang maksimal, salah satu kewajiban suatu organisasi atau institusi adalah memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.

Kepuasan berfokus pada konsep individu dan konsep mikro, artinya individu dalam organisasi berusaha mengevaluasi secara pribadi atas lingkungan internal yang dirasakannya dalam organisasi. Evaluasi dalam konteks ini adalah gambaran dari reaksi anggota organisasi terhadap hal yang menjadi kebutuhannya yang memiliki hubungan dengan komunikasi didalam suatu organisasi. Kepuasan menjadi perbandingan terhadap apa yang diharapkan oleh anggota organisasi dengan apa yang dirasakan dalam segi komunikasi. Jika anggota merasakan melebihi dari apa yang diharapkan maka anggota merasa puas (Pace dan Faules, 2018:164). Dengan adanya kepuasan komunikasi dapat mendukung tercapainya tujuan organisasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi terhadap kepuasan komunikasi organisasi.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan kuesioner sebagai data primer. Jumlah populasi penelitian sebanyak 320 orang pada bulan Juni 2019. Sampel berjumlah 101 responden yang merupakan karyawan Kesekretariatan Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability* dengan pendekatan *disproportionate stratified random sampling*, yaitu suatu bentuk teknik dalam mengambil sampel dari anggota populasi dan yang memiliki strata. Teknik ini digunakan ketika populasi tersebar dengan karakteristik yang kurang proposional dalam penyebarannya. Sampling ini dilakukan apabila anggota populasi heterogen (Akdon, 2012:42).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Tabel 1. Tabel Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Data
X1: Komunikasi Interpersonal	Keterbukaan	- Atasan bersikap terbuka tentang perusahaan saat berkomunikasi - Atasan menerima saran dari bawahan	Ordinal
	Empati	- Atasan dapat memahami kebutuhan dan maksud bawahan - Adanya saling perhatian antara atasan dan bawahan	Ordinal
	Sikap mendukung	- Atasan mau menunjukkan dukungan terhadap kinerja karyawan - Atasan dan bawahan mampu menciptakan topik pembicaraan yang saling mendukung	Ordinal
	Sikap positif	- Atasan menunjukkan sikap ramah kepada bawahan - Karyawan menjalankan tugas dengan pikiran positif	Ordinal
	Kesetaraan	- Atasan berbicara dengan bawahan tanpa dibatasi oleh status atau jabatan yang dimiliki sehingga tercipta kesamaan derajat saat berkomunikasi	Ordinal
X2: Iklim Komunikasi Organisasi	Kepercayaan	- Atasan pemberian kepercayaan kepada pegawai - Pegawai menaruh kepercayaan kepada atasan	Ordinal
	Pembuat keputusan	- Partisipasi dalam pembuatan keputusan organisasi / perusahaan - Adanya komunikasi ke atas	Ordinal
	Kejujuran	- Terbuka dalam menjalin hubungan antarpegawai - Bebas berpendapat	Ordinal
	Keterbukaan komunikasi ke bawah	- Adanya informasi mengenai pekerjaan - Kemudahan akses informasi mengenai pekerjaan	Ordinal
	Mendengarkan dalam komunikasi ke atas	- Informasi dari pegawai di anggap penting oleh atasan - Atasan menerima informasi dari pegawai/bawahan	Ordinal
	Perhatian pada tujuan, tujuan berkinerja tinggi	- Komitmen pegawai dalam bekerja - Memperhatikan kesejahteraan pegawai	Ordinal
Y: Kepuasan Komunikasi	Kemampuan menyarankan perbaikan	- Kemauan menyampaikan saran - Atasan dan sesama pegawai menerima saran	Ordinal
	Efisiensi penggunaan saluran komunikasi	- Kesempatan berdiskusi mengenai kebijakan perusahaan - Kesempatan berkomunikasi dengan atasan	Ordinal
	Nilai seawajut	- Menaruh kepercayaan satu sama lain - Bebas berpendapat	Ordinal
	Informasi tentang organisasi	- Kelengkapan informasi mengenai perusahaan - Pengetahuan mengenai perusahaan	Ordinal
	Integrasi organisasi	- Penilaian kualitas pekerjaan - Pemberian penghargaan terhadap hasil pekerjaan pegawai	Ordinal

Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka baik melalui buku, jurnal ataupun internet. Untuk menguji keabsahan data penelitian ini, peneliti menggunakan uji asumsi klasik. Untuk analisa data, peneliti menggunakan uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear bergandana, uji t dan uji f.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Untuk menguji instrumen, tiap butir pertanyaan dilakukan uji instrumen dengan mengambil sampel sebanyak 30 orang. Setelah dilakukan penyebaran angket, maka selanjutnya dilakukan pengolahan data untuk uji validitas, reliabilitas, dan normalitas.

Tabel 2. Hasil Analisis Validitas

y	P21	0,554	Valid
	P22	0,891	Valid
	P23	0,709	Valid
	P24	0,841	Valid
	P25	0,539	Valid
	P26	0,84	Valid
	P27	0,846	Valid
	P28	0,74	Valid
	P29	0,636	Valid
	P30	0,716	Valid
	No Soal	Score Corrected item total	keterangan
x1	P1	0,655	Valid
	P2	0,628	Valid
	P3	0,666	Valid
	P4	0,717	Valid
	P5	0,543	Valid
	P6	0,522	Valid
	P7	0,875	Valid
	P8	0,651	Valid
	P9	0,704	Valid
x2	P10	0,782	Valid
	P11	0,84	Valid
	P12	0,594	Valid
	P13	0,765	Valid
	P14	0,841	Valid
	P15	0,774	Valid
	P16	0,719	Valid
	P17	0,716	Valid
	P18	0,811	Valid
	P19	0,535	Valid
	P20	0,674	Valid

Butir dinyatakan valid jika angka korelasi pada *corrected item-total correlation* di atas 0,2 (Nisfiannoor, 2013:298). Maka hasil uji validitas dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan rumus *Cronboach's Alpha* (α). Jika nilai (α) melebihi 0,6 maka butir pertanyaan tersebut reliabel (Chozali, 2006:46). Hasil *Cronbach's alpha* masing-masing variabel yaitu X1 memiliki α sebesar 0,881, X2 memiliki α sebesar 0,920, dan Y memiliki α sebesar 0,920, maka dinyatakan valid

Setelah uji validitas, reliabilitas X1, X2 dan Y dilakukan dan butir dinyatakan sah dan dapat diandalkan, maka semua butir pertanyaan layak untuk disebarkan kepada jumlah responden yang sudah ditentukan, yaitu pegawai bagian Kesekretariatan Jendral Kementerian Komunikasi dan Informatika sebanyak 101 responden.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sampel yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Sampel dinyatakan terdistribusi normal jika *asymototic significance* yaitu probabilitas di atas 0,05 maka distribusi dari mode regresi terdistribusi normal (Santoso, 2012:293). Hasil *asymototic significance* sampel yaitu 0,306, maka dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinieritas jika nilai VIF <10 dan nilai *tolerance* > 0,1 (Ghozali, 2011:105). Nilai VIF 2,181 dan nilai *Tolerance* 0,458, maka dinyatakan bebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat kesamaan *variance* antar variabel. Variabel dinyatakan bebas dari gejala heterokedastisitas jika nilai sig di atas 0,05 (Gujarati, 2012:406). Nilai sig X1 sebesar 0,321 dan nilai sig X2 sebesar 0,997 maka dinyatakan bebas dari heterokedastisitas.

Analisis Koefisien Korelasi

Setelah dilakukan analisis koefisien korelasi. Hasil koefisien korelasi komunikasi interpersonal dan kepuasan komunikasi sebesar 0,622 dan iklim komunikasi organisasi dan kepuasan komunikasi sebesar 0,850. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi memiliki hubungan yang cukup tinggi terhadap kepuasan komunikasi.

Analisis Koefisien Determinasi

Setelah dilakukan analisis koefisien determinasi, peneliti mendapatkan hasil R² sebesar 0,722. Maka menyatakan bahwa komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi dapat menjelaskan terhadap kepuasan komunikasi sebanyak 72,2%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

$$Y = \alpha + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2$$

$$Y = 5,045 + -0,004 X^1 + 0,792 X^2$$

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konstanta sebesar 5,072. Yang berarti bahwa konsisten variabel kepuasan adalah sebesar 5,072. Sedangkan koefisien regresi X_1 sebesar -0,004 yang berarti bahwa setiap penambahan 1,0 nilai komunikasi interpersonal, akan menurunkan nilai kepuasan sebesar -0,004. Dan koefisien regresi X_2 sebesar 0,792 yang berarti bahwa setiap penambahan 1,0 nilai komunikasi interpersonal, akan menambah nilai kepuasan sebesar 0,792. Maka dapat disimpulkan X_1 memiliki nilai pengaruh negatif terhadap Y dan X_2 memiliki nilai pengaruh positif terhadap Y.

Uji T

Berdasarkan hasil perhitungan ANOVA, menghasilkan nilai komunikasi interpersonal 0,964 yang berarti apabila sig lebih dari 0,05 maka mempunyai pengaruh tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan komunikasi. Kemudian Sig. iklim komunikasi organisasi sebesar 0,000 yang berarti sig. kurang dari 0,05 yang menyatakan bahwa iklim komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan komunikasi.

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	988,906	2	494,453	127,230	,000(a)
	Residual	380,857	98	3,886		
	Total	1369,762	100			

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai F pada Sig. adalah 0,000 berarti dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai sig kurang dari 0,05 hal ini menyatakan bahwa variabel komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi (variabel independen) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan komunikasi organisasi (variabel dependen)

Berdasarkan hasil uji dan analisa di atas iklim komunikasi organisasi mempunyai pengaruh signifikan tertinggi. Peneliti juga melakukan penelitian guna mengetahui dimensi yang paling mempengaruhi iklim komunikasi organisasi. Dimensi tersebut terbagi atas enam dimensi yaitu kepercayaan, pembuat keputusan, kejujuran, keterbukaan komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas dan perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Dari enam dimensi tersebut terdapat dua dimensi yang dominan. Dimensi tertinggi adalah mendengarkan dalam komunikasi ke atas dengan nilai rata-rata 4,07 dan dimensi tertinggi kedua yaitu kejujuran dengan nilai rata-rata 4,05.

4. Kesimpulan

Komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi organisasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan komunikasi organisasi. Komunikasi interpersonal memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan komunikasi organisasi yang berarti semakin sering atau tinggi intensitas komunikasi interpersonal akan mengurangi kepuasan komunikasi karyawan, sedangkan iklim komunikasi organisasi merupakan variabel yang mempunyai pengaruh signifikan tertinggi dan positif yang berarti semakin baik

iklim komunikasi organisasi dalam organisasi akan menambah atau meningkatkan kepuasan komunikasi karyawan. Peneliti juga melakukan penelitian guna mengetahui dimensi yang paling mempengaruhi iklim komunikasi organisasi. Dimensi tertinggi adalah mendengarkan dalam komunikasi ke atas dengan dan dimensi tertinggi kedua yaitu kejujuran. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan juga bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, serta penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Dawns dan Hazen menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan faktor yang paling menonjol dan merupakan faktor yang penting dalam menciptakan kepuasan komunikasi (Dawns & Hazen, 1977)

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.Kom., yang merupakan dosen pembimbing peneliti, yang dengan sabar membimbing dalam penelitian ini. Terimakasih pada Sekretariat Jendral Kementerian Komunikasi dan Informatika yang telah mengizinkan terlaksananya penelitian ini. Tak lupa juga ucapan terima kasih kepada orang tua, saudara, kerabat, dan responden yang telah mengisi dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Akdon, Riduwan. (2012). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Cetakan I. Bandung : Alfabeta.
- Dawn & Hazens. (1971). Juni 21, 2019. A Factor Analytic Study Of Communication Satisfaction. *The Journal of Business Communication*. <https://worldsviweacademy.com/communication-satisfaction-in-the-organisation/>
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Gujarati. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika*. Terjemahan Mangunsong, R.C. Jakarta : Salemba Empat.
- Nisfiannoor, Muhammad. (2009). *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Pace, R. Wayne & Faules, Don F. (2018). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Santonso, Singih. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statsitik Parametrik*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- West, Richard & Lynn H Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika.