

Audit iklim komunikasi organisasi perusahaan rintisan berbasis online Influx Australia Pty Ltd. = An organizational communication climate audit on an online start-up business Influx Australia Pty Ltd.

Billa Ashaninka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413896&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi memicu munculnya perusahaan-perusahaan jenis baru, termasuk perusahaan-perusahaan rintisan yang bersifat global, multikultural, dengan anggota yang berlokasi jauh dari satu sama lain seperti Influx.com. Seperti jenis organisasi tradisional, perusahaan jenis ini juga membutuhkan adanya iklim komunikasi yang sehat untuk keberlangsungan perusahaan, maka audit perlu dilakukan untuk memberikan gambaran penilaian pegawai terhadap iklim komunikasi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (N=53) dengan penyebaran kuesioner online untuk mengukur persepsi karyawan atas iklim komunikasi organisasi berdasar komponen-komponen yang diuraikan Redding dalam Roberts (2007), yakni rasa percaya, keyakinan, dan kredibilitas; pembuatan keputusan yang partisipatif; lingkungan yang suportif; keterbukaan dan keterusterangan; serta perhatian terhadap kinerja baik. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa meski komunikasi dilakukan nyaris secara eksklusif lewat media online, iklim komunikasi yang ada tetap terbangun dengan baik.

.....The development of information technology encouraged an emergence of a new model of companies, especially, multicultural online startup with employees working remotely from each other, such as Influx.com. Like any other kind of businesses, online startups also need a healthy organizational communication climate for the sustainability of the company. Thus, a communication climate audit is a necessity, and is aimed to give managers a broad sense of what communication issues are happening in the field. This research uses a quantitative approach (N=53) with the method of online self-administered questionnaire to measure the employees' perception of the organizational communication climate based on the components stated by Redding as discussed by Roberts (2007), which are trust, confidence, and credibility; participative decision making; supportiveness; openness and candor; and concern toward high-performance goals. This research yields the conclusion that even though the communication in this kind of business is done almost exclusively through online means, the organizational communication climate is still well-nurtured.