

Analisis profil komunikasi organisasi : Kasus PT. RXYZ

Sibarani, Patricia T., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=78128&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi organisasi adalah sesuatu yang vital dalam pengelolaan bisnis. Kemampuan berkomunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan organisasi dapat hidup, sukses, efektif dan bertahan.. Suatu analisa komunikasi organisasi dapat menerangkan proses kunci yang dapat mengganggu efektivitas berfungsinya organisasi, yang analisisnya meliputi bagian-bagian mungkin menampakkan pengaruh-pengaruh pokok internal organisasi yang mungkin menghambat efektifitas organisasi (baik faktor teknis atau hal lain). Efektivitas organisasi sering dipertanyakan namun jarang diukur, padahal ini dapat diidentifikasi melalui profil komunikasi organisasi. Penelitian ini dibuat untuk melihat gambaran bagaimana profil komunikasi organisasi dan seberapa jauh variable dalam komunikasi organisasi ini saling mempengaruhi. Adapun data Profil Komunikasi Organisasi ini bersifat kuantitatif dengan operasional variable yaitu dimensi iklim komunikasi, kepuasan organisasi, budaya organisasi, dan efektivitas komunikasi dengan menggunakan metode audit komunikasi.

Penelitian ini melibatkan 256 responden di PT. RXYZ, manufacturing company yang terbagi pada tiga segmen yaitu top level sebanyak 9 orang, mid level sebanyak 55 dan low level sebanyak 192 orang yang dilaksanakan pada sepuluh departemen yang dipertimbangkan langsung berhubungan dengan kinerja harian perusahaan tersebut dan dilengkapi dengan observasi dan interview. Ada dua hal yang ditelusuri dalam penelitian ini, yaitu: (1) Gambaran dimensi iklim komunikasi, kepuasan organisasi, budaya organisasi, dan efektivitas komunikasi; (2) seberapa kuatnya hubungan (korelasi) yang terjadi antara masing-masing variable dan variable mana yang memiliki pengaruh paling besar. Secara ringkas hasilnya adalah sebagai berikut:

- a. Dimensi iklim komunikasi dan efektivitas komunikasi berada pada kondisi sedang atau masih memenuhi harapan minimum. Sementara dimensi kepuasan organisasi berada pada kondisi sedang cenderung kritis 'diambang batas'. Demikian pula pada dimensi budaya organisasi menunjukkan kondisi sedang cenderung kritis, sementara konstruk AKA memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki kecenderungan beriklim negatif namun masih ada kekuatan aktif atau mendorong, didukung potensi unsur organisasi yang cukup kuat dan dipercaya.
- b. Besarnya nilai hubungan berdasarkan analisis korelasi Kendall yang paling berpengaruh pada semua variable adalah budaya organisasi yang menurut Young menunjukkan hubungan yang substansial cenderung kuat, arah hubungan positif. Sementara besarnya nilai hubungan berdasarkan analisis korelasi Spearman yang paling berpengaruh pada semua variable adalah budaya organisasi yang menunjukkan hubungan yang kuat, arah hubungan positif.
- c. Dari semua variable, diketahui bahwa yang memiliki hubungan yang paling kuat terhadap dimensi budaya adalah kepuasan. Meskipun tingkat kepuasan organisasi perusahaan ini termasuk rendah namun perhatian terhadap kinerja tetap tinggi, sementara iklim komunikasi dan efektivitas komunikasi secara umum kondisinya masih cukup lumayan.

d. Meskipun nilai keseluruhan responden secara umum variable masih memenuhi standar minimum rata-rata organisasi, perlu diperhatikan bahwa semua variable pada top level berada pada kondisi yang baik (di atas rata-rata) namun tidak demikian jika dibandingkan dengan keadaan mereka yang berada di mid dan low level, yang terlihat cukup jauh berbeda, sementara kondisi mid dan low level cenderung sama.

Saran yang dapat disampaikan adalah 1) Kuatnya pengaruh budaya terhadap seluruh variable menunjukkan bahwa perusahaan sebaiknya mempertimbangkan faktor ini dalam merancang strategi dan program ke depan. Sulitnya merubah budaya yang sudah mengakar kuat dapat diantisipasi dengan meningkatkan iklim komunikasi yang positif, memperbaiki kepuasan organisasi disertai perbaikan sistem komunikasi organisasi untuk mencapai efektivitas perusahaan. Ini memerlukan komitmen semua pihak agar organisasi memiliki karakter budaya kuatlunggul. Implikasinya pada komunikasi adalah merancang program yang berorientasi pada penerima `target khalayak dengan adanya two way communication (khususnya dalam membangun komitmen karyawan). Bagaimanapun kemampuan berkomunikasi secara efektif dapat meningkatkan motivasi dan produktivitas bekerja; 2) Penelitian ini merupakan bagian dari proses audit komunikasi, yang akan sangat bermanfaat jika dilakukan oleh manajemen secara berkala sehingga dapat meningkatkan kemampuan efektivitas fungsi organisasi sekaligus mengevaluasi harmonisasi dimensi yang berperan dalam profil komunikasi organisasi.