



**FAKTOR-FAKTOR IKLIM KOMUNIKASI YANG MEMPENGRUHI
KEPUASAN KOMUNIKASI GLOBAL TV**

Oleh

Nama : Bambang Widio Abiseno

NPM : 0606015991

Dosen : Dedy Nur Hidayat, Ph.D

**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS INDONESIA
JAKARTA
2009**

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM PASCASARJANA
MANAJEMEN KOMUNIKASI**

LEMBAR ORISINALITAS

Nama : Bambang Widio Abiseno
NPM : 0606015991
JUDUL : FAKTOR - FAKTOR IKLIM KOMUNIKASI YANG
MEMPENGARUHI KEPUASAN KOMUNIKASI GLOBAL
TV

Menyatakan bahwa tesis dengan judul di atas merupakan tesis yang dijamin keasliannya dan bukan dari proses plagiat. Dan bila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti plagiat maka saya siap menerima sanksi yang berlaku.

Jakarta 21 Juli 2009

Bambang Widio Abiseno

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Bambang Widio Abiseno
NPM : 0606015991
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Faktor-faktor - Faktor Iklim Komunikasi yang Mempengaruhi Kepuasan Komunikasi Karyawan Global TV.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Studi Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dedy Nur Hidayat, Ph.D

Penguji Ahli : Dr. Ade Armando

Ketua Sidang : Dr. Pinckey Triputra

Sekretaris Sidang : Dra. Anne Suryani, MSi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 21 Juli 2009

KATA PENGANTAR

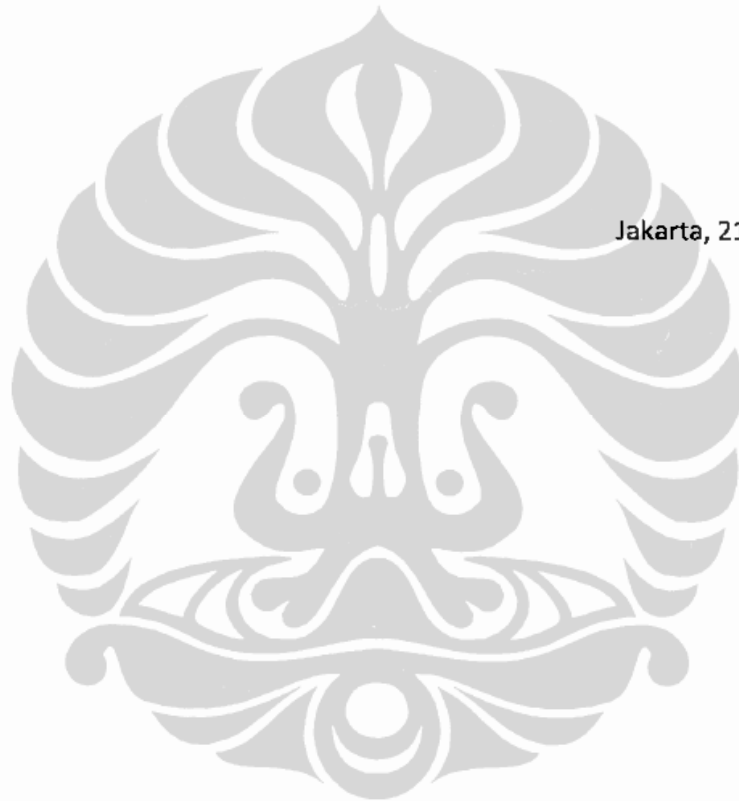
Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah Swt atas berkah, rahmat petunjuk yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan Kurikulum Sarjana Strata – 2.

Adapun dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang-tuaku yang telah memberikan perhatian, bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama ini baik secara materiil maupun secara moral, untuk kalian kupersembahkan tugas akhir ini
2. DR. Deddy Nur Hidayat selaku ketua jurusan dan pembimbing yang telah memberikkan waktu, sumbangan pikiran, ide- ide, saran, dukungan moril dan bantuan lainnya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. Seluruh dosen dan karyawan program pasca sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi atas ilmunya, bimbingannya, dan bantuannya.
4. Seluruh keluargaku terimakasih atas perhatian, bantuan dan dukungan yang diberikan baik secara moral maupun materiil.
5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2006 kelas B Ima, Hendi, Re..ti, Gunggi, Ayyu dan semuanya atas bantuan dan do'annya
6. Kepada seluruh teman-teman karyawan PT. Global Informasi Bermutu yang telah membantu mengisi kuisioner.
7. Pihak – pihak lain yang ikut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung namun mohon maaf karena tidak bisa disebutkan satu persatu disini.

Dengan segala keterbatasan waktu, pengetahuan dan pengalaman , penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis bersikap terbuka atas kritik dan saran yang bersifat membangun terhadap tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan juga semoga tugas akhir ini dapat dikembangkan lebih lanjut.



Jakarta, 21 Juli 2009

Penulis

ABSTRAK

Global TV merupakan perusahaan televisi yang baru berkembang dimana perusahaan belum memiliki sistem yang mapan. Dalam sebuah report, Global TV juga termasuk perusahaan televisi yang belum memiliki keuntungan. Dan untuk menghidupi dirinya Global TV masih menerima subsidi dari MNC group. Dengan keadaan seperti itu sulit bagi karyawan untuk memiliki kenaikan gaji atau bonus. Namun agar tetap merasa puas dan nyaman maka perlu adanya iklim komunikasi yang sehat. Untuk itu perlu diketahui faktor – faktor dari iklim komunikasi, menurut Redding, yaitu Dukungan Pimpinan terhadap Anggota, Pengambilan Keputusan yang Partisipasif, kepercayaan, Keterbukaan dan Keterusteangan, dan Tujuan Prestasi yang Tinggi yang mempengaruhi kepuasan komunikasi.

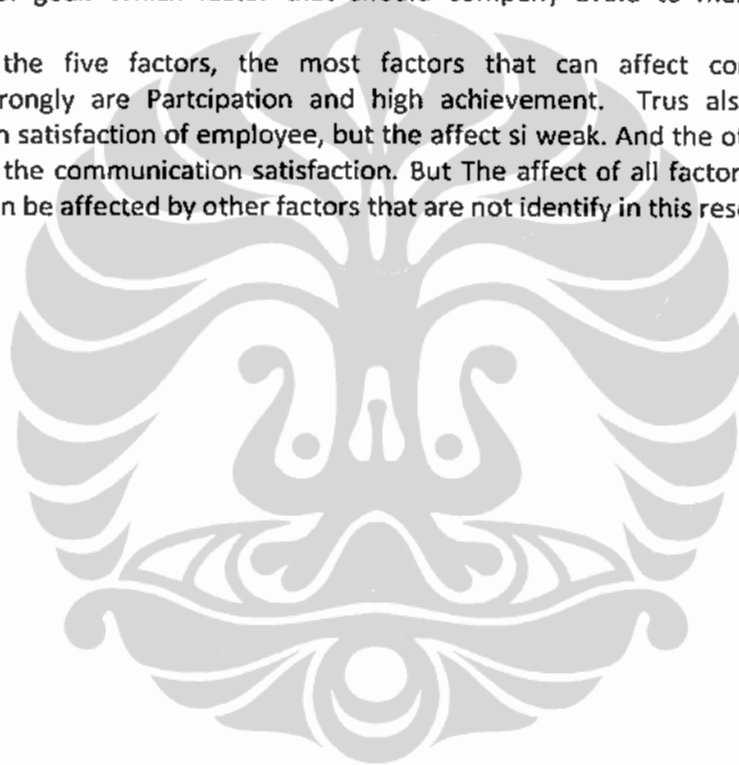
Dari kelima faktor iklim komunikasi itu, ternyata yang paling berpengaruh terhadap kepuasan komunikasi dalam perusahaan televisi seperti Global TV adalah Pengambilan Keputusan yang Partisipasif, dan Tujuan Prestasi yang Tinggi memiliki pengaruh yang cukup kuat, serta kepercayaan memiliki pengaruh namun pengaruhnya lemah. Sedang sisanya tidak memiliki pengaruh. Namun dari penelitian ternyata factor-faktor iklim komunikasi yang diteliti hanya memiliki pengaruh sebesar 65,9% sehingga perlu diteliti factor lain yang berpengaruh.



ABSTRACT

Global TV is the company that still developing. They don't have establish system organization. Based on report in 2007, Global TV is one of broadcast company that doesn't earn profit. And then they keep running as company because of their big holding company MNC Group. Witj this condition, is hard for the employee to get their salary rising or get bonus. So, if the company want the employee get comfortable and satisfaction, they should build a good communication climate. For that, there a five factors of communication climate, base on Redding, can be affect to the communication satisfaction. The factors is supprtiveness, participation, trust, openhearted, and high achievement of goal. Which factor that should company avoid to make employee satisfaction.

From the five factors, the most factors that can affect communication satisfaction strongly are Participation and high achievement. Trus also can affect communication satisfaction of employee, but the affect si weak. And the others doesn't have affect to the communication satisfaction. But The affect of all factors only 65,9% and the rest can be affected by other factors that are not identify in this research.



DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
I.2. RUMUSAN MASALAH.....	6
I.3. PERTANYAAN PENELITIAN.....	8
I.4. TUJUAN PENELITIAN.....	8
I.5. SIGNIFIKANSI PENELITIAN.....	9
I.5.1. SIGNIFIKANSI TEORITIS.....	9
I.5.2. SIGNIFIKANSI PRAKTIS.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1. KOMUNIKASI ORGANISASI.....	11
II.2. KONSEP KUNCI KOMUNIKASI	12
II.3. IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI.....	14
II.4. DIMENSI IKLIM KOMUNIKASI.....	16
II.5. KEPUASAN KOMUNIKASI ORGANISASI.....	21
II.6. MODEL ANALISA PENELITIAN.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1. SIFAT PENELITIAN.....	27
III.2. PENDEKATAN PENELITIAN.....	29
III.3. METODE PENELITIAN.....	30
III.4. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	32
III.4.1. KERANGKA SAMPEL.....	35
III.5. METODE PENGUKURAN.....	36
III.6. METODE PENGUMPULAN DATA.....	37
III.6.1. DATA PRIMER.....	37
III.6.2. DATA SEKUNDER.....	38
III.7. METODE ANALISA.....	39
III.7.1. ANALISA UNIVARIAT.....	39

III.7.2. ANALISA BIVARIAT.....	40
III.7.3. ANALISA MULTIVARIAT.....	41
III.8. REALIBILITAS DAN VALIDITAS.....	43
III.8.1. REALIBILITAS	43
III.8.2. VALIDITAS	46
III.9. HIPOTESIS PENELITIAN.....	48
III.9.1. HIPOTESIS TEORITIS.....	48
III.9.2. HIPOTESIS RISET.....	48
III.9.3. HIPOTESIS STATISTIK.....	49
III.10. OPERASIONAL KONSEP.....	49
III.11. KETERBATASAN PENELITIAN.....	55
BAB IV ANALISA	
IV.1. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	56
IV.2. UJI RELIABILITAS.....	60
IV.3. UJI VALIDITAS.....	62
IV.4. ANALISA DESKRIPTIF.....	71
IV.5. UJI BIVARIAT	85
IV.6. UJI MULTIVARIAT	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. KESIMPULAN	95
V.2. IMPLIKASI TEORITIS.....	103
V.3. IMPLIKASI PRAKTIS	105
V.4. SARAN.....	100
DAFTAR PUSTAKA	108

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. MODEL ANALISIS PENELITIAN	26
GAMBAR 2. OPERASIONALISASI KONSEP	52



DAFTAR TABEL

TABEL 1. Intrepretasi Kekuatan Hubungan XY	40
TABEL 2. Jenis Kelamin Responden	57
TABEL 3. Lama Bekerja	58
TABEL 4. Posisi dalam Organisasi	59
TABEL 5. Tingkat Pendidikan	60
TABEL 6. Hasil Uji Reliabilitas	61
TABEL 7. Hasil Analisa Faktor.....	63
TABEL 8. Dimensi Dukungan Pimpinan	64
TABEL 9. Dimensi Keputusan Partisipasif	65
TABEL 10. Dimensi Kepercayaan	66
TABEL 11. Dimensi Cara Sejawat Berkomunikasi	68
TABEL 12. Dimensi Integrasi Organisasi	69
TABEL 13. Analisa Dukungan Pimpinan Terhadap Anggota.....	71
TABEL 14. Analisa Pengambilan Keputusan Partisipasif.....	72
TABEL 15. Analisa Kepercayaan.....	73
TABEL 16. Analisa Keterbukaan dan Keterusterangan.....	74
TABEL 17. Analisa Tujuan Prestasi Tinggi.....	75
TABEL 18. Analisa Informasi Berkaitan dengan Pekerjaam.....	76
TABEL 19. Analisa Kecukupan Informasi.....	77
TABEL 20. Analisa Kemampuan Menyarankan Perbaikan.....	78
TABEL 21. Analisa Efisiensi Saluran Komunikasi ke Bawah.....	79
TABEL 22. Analisa Kualitas Media Komunikasi Internal.....	80
TABEL 23. Analisa Cara Sejawat Berkomunikasi.....	81
TABEL 24. Analisa Informasi Tentang Organisasi	82
TABEL 25. Analisa Integrasi Organisasi.....	83
TABEL 26. Korelasi Dukungan Pimpinan dengan Kepuasan Komunikasi.....	85
TABEL 27. Korelasi Pengambilan Keputusan Yang Partisipasif dengan Kepuan Komunikasi	86
TABEL 28. Korelasi Kepercayaan dengan Kepuasan Komunikasi	87
TABEL 29. Korelasi Keterbukaan dan Keterusterangan Dengan Kepuasan Komunikasi	88
TABEL 30. Korelasi Tujuan Prestasi Tinggi dengan Kepuasan Komunikasi	89
TABEL 31. Model Summary	91
TABEL 32. ANOVA	92
TABEL 33. Coefficient Pengaruh Antar Variabel	92

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1. Daftar Pertanyaan
- LAMPIRAN 2. Uji Reliability hasil SPSS 13
- LAMPIRAN 3. Analisa Faktor hasil SPSS 13



BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

“Sebuah organisasi itu dibentuk sebagai sebuah wadah yang didalamnya berkumpul sejumlah orang yang menjalankan serangkaian aktivitas tertentu secara teratur bagi tercapainya suatu tujuan yang telah disepakati bersama” (Liliweri, 2004, p.10).

“Karena organisasi merupakan sebuah wadah tempat berkumpulnya sejumlah orang maka kata kuncinya terletak pada efektivitas komunikasi. Komunikasi itu penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antara para pengirim informasi dengan para penerima pada semua level dalam organisasi” (Liliweri, 2004, p.30).

Komunikasi merupakan tanggung jawab dari setiap karyawan yang bekerja di organisasi. Komunikasi tidak dapat didelegasikan semata-mata hanya kepada bagian hubungan masyarakat, setiap orang harus berperan serta mulai dari direktur utama, staf, serta semua karyawan biasa, dan kalau diberi informasi yang memadai para karyawan juga merupakan media yang efektif untuk berkomunikasi dengan publik.

Dari sini dapat kita ketahui, bila keadaan internal suatu perusahaan terjadi secara baik atau sehat maka para karyawan perusahaan akan mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam perusahaan dan juga produk-produk apa saja yang perusahaan miliki kepada publiknya. Hal ini juga akan meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Karena itulah maka komunikasi internal atau komunikasi organisasi adalah salah satu hal yang penting dalam kehidupan organisasi (Moore, 1987).

Bila hal ini terjadi maka iklim komunikasi dalam perusahaan akan berjalan secara buruk. Padahal iklim komunikasi dapat menjadi salah satu pengaruh paling penting dalam produktivitas organisasi, karena iklim komunikasi mempengaruhi usaha organisasi. Iklim komunikasi organisasi adalah gabungan dari persepsi-persepsi, suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersonal, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut (Pace&Faules, 2001).

Padahal menurut Pace dan Faules, iklim komunikasi yang negatif dapat benar-benar merusak keputusan yang telah dibuat anggota organisasi mengenai bagaimana mereka akan bekerja dan berpartisipasi untuk organisasi dan bila iklim komunikasi ini berjalan secara buruk hal ini akan mempengaruhi kelangsungan jalannya kehidupan perusahaan.

“Faktor sehat atau tidaknya iklim komunikasi organisasi dapat kita lihat salah satunya melalui persebaran informasi dari ataupun kebijakan dari manajemen tingkat atas kepada para karyawannya melalui alur komunikasi vertikal, yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas” (Mulyana, 2001,

p.75). Komunikasi vertikal terdiri dari komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi dari level atas ke level bawah, sedangkan komunikasi ke atas adalah komunikasi dari bawahan kepada pimpinannya.

Iklm komunikasi yang terjadi tersebut, dapat dibedakan menjadi 2 karakteristik, yaitu karakteristik iklim komunikasi bertahan dan karakteristik iklim komunikasi mendukung. Pada umumnya, karakteristik iklim komunikasi mendukung lebih disukai daripada karakteristik iklim komunikasi bertahan. Ini disebabkan pada karakteristik iklim komunikasi bertahan atmosfirnya terkesan berat dan represif. Sedangkan pada karakteristik iklim komunikasi mendukung, orang-orang merasa dihormati dan satu sama lain saling memberikan dorongan (Curtis, Floyd, & Winsor 2004, p.42).

Keberadaan iklim komunikasi organisasi, sangatlah penting. Karena iklim komunikasi organisasi dapat mempengaruhi cara hidup anggotanya, kepada siapa berbicara, siapa yang disukai, bagaimana kegiatan kerjanya, bagaimana perkembangannya, apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara beradaptasi. Pentingnya iklim komunikasi organisasi disadari oleh Redding. Bahkan ia menyatakan bahwa "iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif" (Pace & Faules, 2001, p.148). Pentingnya keberadaan iklim komunikasi membuat Kopelman, Brief dan Guzzo membuat hipotesis yang menyatakan bahwa perubahan iklim komunikasi organisasi mungkin pada nantinya akan mempengaruhi kinerja (Pace & Faules, 2001). Disamping itu, kita juga perlu mengetahui bahwa iklim komunikasi dalam organisasi mempunyai konsekuensi penting bagi pergantian dan masa kerja (*turn over*) pegawai dalam organisasi (Pace & Faules, 2001).

Salah satu cara dalam mewujudkan iklim organisasi yang kondusif adalah dengan mengefektifkan komunikasi organisasi. Konsep mengenai iklim organisasi telah mendapat perhatian kira-kira 30 tahun yang lalu tetapi sampai sekarang belum ada kesepakatan para ahli tentang itu. Menurut, Litwin dan Stringers (1968) bahwa iklim organisasi dapat dipelajari dengan mengobservasi jumlah otonomi secara individual, kebebasan yang dialami oleh individu, tingkat dan kejelasan struktur dan posisi yang **dibebankan** kepada pekerja, orientasi ganjaran dari organisasi dan banyaknya sokongan serta kehangatan yang diberikan kepada pekerja. Dalam iklim komunikasi organisasi tidak hanya menyangkut hubungan komunikasi vertikal antara bawahan dan atasan saja namun juga pada komunikasi horizontal sesama karyawan (Muhammad, 2004, p.85).

Panggabean (2004) menjelaskan bahwa: Dari berbagai hasil penelitian dapat diketahui bahwa keadilan di tempat kerja atau keadilan dalam mengelola sumber daya manusia dapat mempengaruhi kepuasan kerja (*job satisfaction*), keterikatan organisasi (*commitment organisasional*) dan ketekunan bekerja (*job involvement*). Selanjutnya ketiga komponen sikap tersebut dapat mempengaruhi perilaku individu dan pada gilirannya akan mempengaruhi keberhasilan organisasi. Bahkan efektivitas dari dua organisasi bisa berbeda walaupun keduanya beroperasi dalam lingkungan yang sama, memakai peralatan yang sama, menguasai teknologi yang sama, dan memiliki karyawan dengan latar belakang pendidikan yang sama. Perbedaan keberhasilannya sebagian besar disebabkan oleh pola-pola perilaku yang berkembang dalam lingkungan organisasi/perusahaan (p.127).

Howard H Greenbau, Ellsworth J Holden, dan Lucian Spataro dalam jurnalnya yang berjudul Struktur Organisasi dan Proses Komunikasi: Suatu Studi Faktor-faktor..., Bambang Widio Abideno, FISIP UI, 2009.

Perubahan, Mengatakan bahwa adanya pengaruh antara suatu perubahan di dalam struktur organisasi terhadap proses komunikasi yang fungsional dan tujuan dari suatu organisasi. Perubahan di dalam struktur melibatkan suatu modifikasi aktivitas komunikasi di dalam suatu organisasi industri oleh suatu kelompok kerja.

Global TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta Indonesia yang berdiri pada tahun 2001 dan mulai mengudara pada tahun 2003. Saat ini Global TV merupakan stasiun TV yang tergabung dalam MNC groups bersama RCTI, TPI, dan Indovision. Pada awalnya, Global TV ini merupakan saluran bagi distribusi acara-acara MTV Indonesia, maka dengan sendirinya acara yang disiarkan seratus persen (100%) merupakan acara-acara dari MTV dengan format acara yang dibagi menjadi 2 yaitu: musik (format acara yang menyajikan suguhan-suguhan video klip musik dari berbagai jenis aliran musik yang ada, dari dalam dan luar negeri dan dikemas secara menarik dan unik) dan *lifestyle* (format acara yang mengulas tentang suatu keadaan yang dijadikan gaya hidup atau *lifestyle* dari berbagai kalangan misalnya kalangan selebritis atau kalangan dari anak muda).

Seiring dengan perkembangan stasiun televisi swasta yang menunjukkan perkembangan kinerja yang bagus dan keinginan untuk menaikkan rating dan jumlah penonton maka Global TV pun mempertimbangkan untuk melakukan perubahan format acara yaitu memiliki acara sendiri disamping tambahan acara dari MTV yang mana acara-acara ini disesuaikan dengan target *audience* yang hendak dibidik. Target *audience* televisi ini adalah pemirsa muda usia 15-34 tahun, 5-14 tahun (tambahan), dan pemirsa berjiwa muda (www.kompas.com)

Dengan pengembangan ini, membuat Global TV memiliki banyak acara *inhouse* yaitu dimana setiap program yang tayang sebagian besar merupakan program yang diproduksi sendiri oleh stasiun televisi sendiri. Global TV memiliki program TV *inhouse* lebih banyak dibandingkan program RCTI dan TPI. Oleh sebab itu, Global TV telah memiliki iklim organisasi tersendiri. Dengan semakin banyaknya program maka kebutuhan karyawan akan meningkat.

Meski sekarang sudah memasuki usia ke 6, Global TV bisa dikatakan sebagai stasiun televisi yang belum *establish*, atau masih berkembang. Menurut Ishadi SK dalam salah satu kuliahnya, mengatakan saat ini hanya ada tiga stasiun yang telah meraih keuntungan, dan Global TV bukan salah satu. Ini juga ditandai dari ucapan seorang manager produksi, Benny Sudrajat Syah, yang mengatakan bahwa tidak semua program di Global TV mampu dijual kepada iklan. Menurut data AC Nielsen tiap minggunya, bahwa peringkat Rating dan share Global TV hanya berputar diperingkat 6-9 dan paling sering terdapat urutan 8 dari total 10 televisi. Sebagai TV yang masih belum *establish*, tentunya sistemnya belum *establish* pula dan mungkin sering terjadi bongkar pasang sistem ataupun oersonel.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut beberapa rekan yang pernah bekerja di beberapa televisi swasta , perusahaan media televisi dengan sistem yang belum *establish* memiliki kebijakan dan karakteristik sendiri. Dimana setidaknya mereka berusaha untuk tetap *survive*. Oleh sebab itu, pada hampir semua perusahaan media semacam ini biasanya memberi gaji pada karyawan tidak cukup besar, tidak ada *reward and punishment* yang jelas, jam kerjanya terkadang tidak teratur serta tidak adanya insentif atau

bonus. Selain itu, biasanya perusahaan ini tidak seperti ini tidak memiliki standar operasi yang jelas.

Namun anehnya, perusahaan televisi tetap menjadi magnet bagi para pencari kerja. Sehingga masih banyak juga karyawan masih cukup bertahan dalam perusahaan bahkan peminat pencari kerjapun cukup banyak. Hal ini disebabkan karena industri hiburan tetap menjadi daya tarik bagi tenaga kerja muda. Dimana bagi perusahaan seperti ini istilah baik untuk tempat belajar bagi pemula.

Perusahaan media televisi memiliki karakteristik kerja tersendiri, dimana tingkat kreatifitas dan kompleksitas yang sangat tinggi. Karyawan pada perusahaan media juga sangat beragam. Mereka rata-rata dari latarbelakang yang berbeda. Mereka dipisahkan oleh minat, pendidikan, tingkat ekonomi-sosial, pengalaman, dan budaya yang berbeda-beda.

Namun, walau rata-rata karyawan bertahan berdasarkan hobi dan suasana yang kekeluargaan, mereka tetap membutuhkan suasana yang nyaman dalam bekerja. Karyawan terkadang butuh untuk dihargai oleh pimpinan atau sesama karyawan. Intinya karyawan berharap terdapat kepuasan terhadap lingkungan kerja secara keseluruhan.

Dan salah satu hal yang berperan penting dalam menjamin kenyamanan anggota atau karyawan untuk beraktivitas dan bekerja dalam organisasi adalah kepuasan komunikasi anggota organisasi tersebut terhadap komunikasi yang terjadi di dalam organisasinya. Sedangkan kepuasan komunikasi anggota suatu organisasi biasanya sangat ditentukan oleh iklim komunikasi yang terjadi dalam organisasi.

Menurut Redding, iklim komunikasi dibentuk oleh lima faktor, yaitu

dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, serta tujuan prestasi yang tinggi. Jika lima hal tersebut berjalan dengan baik dalam suatu organisasi, maka organisasi tersebut akan memiliki iklim komunikasi yang baik pula. Jika iklim komunikasinya baik, maka anggota dalam organisasi organisasi tersebut akan memiliki kepuasan komunikasi yang baik pula. Karena belum tentu seluruh faktor iklim tersebut berpengaruh pada kepuasan komunikasi.

Anggapan di ataslah yang membuat peneliti tertarik untuk menguji kebenaran anggapan tersebut jika diterapkan dalam konteks organisasi perusahaan televisi. Dan dari lima faktor yang membentuk iklim komunikasi yang manakah yang mempengaruhi terjadinya kepuasan komunikasi karyawan?

1.3. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini akan menjawab pertanyaan "**Faktor – faktor iklim komunikasi mana yang paling berpengaruh pada perusahaan media televisi seperti Global TV?"**

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis iklim komunikasi organisasi
2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel kepuasan komunikasi dalam perusahaan Global TV
3. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan faktor-faktor iklim

komunikasi

4. Untuk mengetahui faktor-faktor manakah yang paling mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan Global TV

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

- ❖ Menambah dan memperluas kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi organisasi dengan menerapkan suatu metode analisis sistem komunikasi organisasi dalam perusahaan media televisi
- ❖ Untuk mengukur efektifitas sistem komunikasi internal perusahaan media televisi dengan melihat bagian-bagian dari iklim organisasi yaitu dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipasif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, serta tujuan prestasi yang tinggi.
- ❖ Penelitian ini juga diharapkan akan menjadi sebuah konsep iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi dalam media televisi:

1.5.2. Signifikansi Praktis

- ❖ Penelitian ini diharapkan dapat memebrikan sumbangan pemikiran yang berarti bagi Global TV, terutama dalam mengembangkan kehidupan organisasionalnya ke arah yang lebih baik.
- ❖ Menambah pengetahuan peneliti tentang kajian ilmu komunikasi, khususnya bidang komunikasi organisasi dan melatih peneliti untuk

mempraktekkan penelitian sebagai sebuah metode untuk mengevaluasi iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi dalam sebuah perusahaan media televisi.



BAB II

LANDASAN TEORI

II.1. Komunikasi Organisasi

Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 2004, p.67). Sedangkan menurut Pace dan Faules (2000) menyebutkan bahwa, "Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa proses komunikasi organisasi terjadi dalam suatu lingkungan organisasi perusahaan dimana individu-individu yang ada didalamnya secara formal saling terkait (hal.31).

Komunikasi organisasi dapat terjadi kapanpun sedikit-tidaknya satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan. Menurut Pace dan Faules (2000) bahwa, "Dalam analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara simultan. Hal ini menyangkut pertunjukkan dan penafsiran pesan diantara individu-individu dalam lingkungan organisasi yang memiliki jenis-jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka seperti pikiran, keputusan atau kebijakan-kebijakan perusahaan, regulasi, dan aturan-aturan dalam perusahaan" (hal. 32).

Komunikasi organisasi dipandang dari suatu perspektif interpretif adalah

proses penciptaan makna atas interaksi yang ada di dalam organisasi perusahaan (Pace dan Faules, 2000, hal.33). Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi. Ketika organisasi dianggap sebagai orang-orang yang berinteraksi dan memberi makna kepada interaksi tersebut, komunikasi menjadi suatu fungsi pembentuk organisasi perusahaan. Berdasarkan perspektif ini komunikasi organisasi dapat dilihat sebagai proses mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan komunikasi yang memungkinkan organisasi berfungsi.

II.2. Konsep Kunci Komunikasi Organisasi

Konsep kunci komunikasi organisasi menurut Goldhaber antara lain :

1. Proses

Suatu organisasi adalah proses suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, obyek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Komunikasi tersebut efektif kalau pesan yang dikirimkan itu diartikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim.

3. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya mendukung posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi.

4. Keadaan saling tergantung

Hal ini telah menjadi sifat organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin kepada seluruh organisasi.

5. Hubungan

Konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia.

6. Lingkungan

Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk kedalam lingkungan internal adalah (personalia) karyawan, staf, golongan fungsional dari organisasi, dan komponen-

komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk dan sebagainya. Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan budayanya.

7. Ketidakpastian

Yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan di antara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi.

11.3. Iklim Komunikasi Organisasi

Pace dan Faules (2000) menjelaskan bahwa iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro- mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersonal, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi (hal.154).

Sementara itu ada beberapa persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi. Salah satunya adalah sebagaimana yang diungkapkan oleh Redding dan Sanborn bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bagian ini

adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi. keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis, dan komunikasi evaluasi program (Muhammad, 2004, hal.65). Komunikasi organisasi juga dapat didefinisikan sebagai “penunjukan dan penafsiran suatu pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu” (Pace dan Faules, 2000, hal.31).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi organisasi adalah:

1. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
2. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah, dan media.
3. Komunikasi organisasi yang meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya, dan keterampilannya. Redding menyebutkan bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai anggotanya dan memberi kebebasan dalam mengambil risiko; mendorong dan memberi tanggung jawab dalam mengerjakan tugas-tugas; menyediakan informasi yang terbuka dan cukup tentang organisasi; mendengarkan dengan penuh perhatian serta memperoleh informasi yang dapat dipercayai dan terus terang dari anggota organisasi; secara aktif memberi penyuluhan kepada para anggota organisasi sehingga dapat melihat bahwa

keterlibatan anggota penting bagi keputusan-keputusan dalam organisasi; dan menaruh perhatian pada pekerjaan yang bermutu tinggi dan memberi tantangan (Pace dan Faules, 2000, hal.154). Muhammad (2004) menjelaskan bahwa, "Iklim komunikasi yang penuh persaudaraan mendorong para anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan" (hal.85).

II.4. Dimensi Iklim Komunikasi Organisasi

Pengukuran iklim komunikasi organisasi dapat dilakukan dengan menguraikan dimensi-dimensi yang membentuk iklim komunikasi organisasi. Berdasarkan dimensi iklim komunikasi organisasi tersebut maka dapat dilakukan pengukuran terhadap iklim komunikasi organisasi. Gibb (1968) menyatakan iklim komunikasi organisasi tersusun dari dua hal yang saling bertolak belakang (Daniels et.al., 1997, hal.160) yaitu:

1. *Defensive* (sikap bertahan)

a. *Evaluation* (evaluasi), yaitu sebuah tindakan untuk memberikan penilaian kepada orang lain; untuk mempersalahkan atau menghargai orang lain; untuk membuat perkiraan atau penilaian atas etika dan moral yang terdapat dalam motif orang lain; dan untuk mempertanyakan standar kerja orang lain.

b. *Control* (pengendalian), yaitu sebuah tindakan untuk mencoba mengerjakan sesuatu untuk orang lain; mencoba mengubah perilaku atau sikap orang lain; dan mencoba mengubah asumsi-asumsi yang tidak terpenuhi secara mutlak.

c. *Strategy* (strategi), yaitu sebuah tindakan untuk memanipulasi orang lain

dengan membuat orang tersebut atau pemikirannya sehingga dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusannya; untuk menjalankan motivasi ganda dan/atau bias; dan untuk mengancam orang lain seolah-olah orang tersebut adalah kelinci percobaan.

d. *Neutrality* (netralitas), yaitu sebuah tindakan untuk mengekspresikan kurangnya konsentrasi kepada orang lain; sebuah cara untuk mempelajari sikap orang lain secara klinis atau personal.

e. *Superiority* (keunggulan), yaitu sebuah tindakan untuk mengkomunikasikan bahwa komunikator adalah seorang yang memiliki kelebihan seperti, memiliki posisi yang lebih tinggi, memiliki tingkat kecerdasan yang lebih tinggi, dan lain-lain; untuk menciptakan kesan seolah orang lain memiliki kekurangan; dan untuk menyatakan bahwa komunikator tidak bersedia bergabung guna memecahkan sebuah permasalahan.

f. *Certainty* (keniscayaan), yaitu sebuah tindakan yang bersifat dogmatis (sesuatu yang harus dipatuhi); untuk memperlihatkan kemampuan dan pengetahuan akan jawaban dari sebuah permasalahan; lebih mengemukakan perdebatan dan bukan pemecahan masalah; dan melihat idenya sebagai sebuah kebenaran yang harus dipertahankan.

2. *Supportive* (mendukung)

a. *Description* (penggambaran atau penjabaran), yaitu sebuah tindakan yang tidak bersifat memberikan penilaian; untuk mempertanyakan pertanyaan untuk meminta informasi; untuk menunjukkan sebuah perasaan, emosi, peristiwa yang tidak meminta orang lain untuk mengubah perilakunya.

b. *Problem Orientation* (orientasi kepada permasalahan), yaitu sebuah tindakan

yang bertujuan untuk menjelaskan adanya keinginan untuk berkolaborasi (bekerja sama) dalam pemecahan masalah yang saling menguntungkan atau menentukan (mendefinisikan) adanya sebuah permasalahan; mengizinkan orang lain untuk menentukan tujuan dan memecahkan masalahnya sendiri; dan untuk menunjukkan bahwa komunikasi tidak berkeinginan untuk memaksakan solusi yang diberikan.

c. *Spontaneity* (spontanitas), yaitu sebuah tindakan yang bersifat alami (natural, tidak dibuat-buat); bebas dari kepura-puraan; pribadi yang bersih; keterusterangan; dan motif yang sederhana.

d. *Empathy* (empati), yaitu sebuah tindakan yang menunjukkan rasa hormat kepada orang lain; memahami aturan main orang lain; mengidentifikasi atau memahami permasalahan orang lain; dan perasaan saling berbagi dengan orang lain.

e. *Equality* (kesamaan), yaitu sebuah tindakan yang menunjukkan adanya kesediaan untuk berpartisipasi dengan penuh rasa hormat dan kepercayaan serta saling menguntungkan; dan untuk menghilangkan kepentingan pribadi atas adanya perbedaan kemampuan, status, kekayaan, dan lainlain.

f. *Provisionalism* (ketentuan yang bersifat sementara), yaitu sebuah tindakan yang menunjukkan adanya kebersediaan untuk melakukan eksperimen dengan perilakunya sendiri; untuk melakukan penyelidikan atas isu yang ada daripada membicarakan di belakang (bergunjing); lebih mengutamakan adanya pemecahan masalah dan bukan perdebatan.

Selain itu Redding mengemukakan lima dimensi penting dari iklim komunikasi organisasi (Muhammad, 2004, hal.85) yaitu:

1. "Supportiveness", atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi

bawahan dengan atasan membantu bawahan membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting.

2. Partisipasi membuat keputusan.
3. Kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia.
4. Keterbukaan dan keterusterangan.
5. Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

Iklm komunikasi yang telah dijabarkan Redding tersebut merupakan suatu keadaan ideal yang dapat dicapai oleh suatu organisasi. Dalam studi yang dilakukan Dennis bahkan hanya ditemukan 4 dari 5 faktor iklim komunikasi tersebut, yaitu tanpa memasukkan keterbukaan dan keterusterangan. Apabila kelima factor tersebut terpenuhi maka besar kemungkinan para karyawan merasa puas. Namun juga bukan berarti bila kelima faktor ini atau beberapa dari lima faktor tidak terpenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan pada karyawan.

Oleh, Dennis, kelima factor iklim komunikasi tersebut dijabarkan secara rinci dimana penjabarannya merupakan perwujudan kualitas hubungan atasan dan bawahan dalam perusahaan (Goldhaber, 1986, hal. 235) yaitu :

1. Atasan membuat bawahan merasa bebas untuk bicara kepadanya
2. Atasan sangat memahami masalah-masalah pekerjaan bawahan
3. Atasan mendorong bawahan untuk mengetahui bahwa apa yang dilakukan akan menimbulkan kesalahan pekerjaan
4. Atasan memudahkan bawahan mengerjakan pekerjaannya sebaik mungkin.
5. Atasan percaya akan kemampuan bawahan

6. Atasan mengakomodir informasi baru dari bawahan bahkan untuk informasi yang buruk sekalipun.
7. Atasan membuat bawahan merasa bahwa sesuatu yang dikatakan kepadanya adalah penting.
8. Atasan selalu mengharapkan adanya toleransi terhadap argument dan mendengar secara seimbang dari berbagai sudut pandang.
9. Atasan mempunyai perhatian terbaik yang dimiliki bawahan saat berbicara dengan atasan.
10. Atasan adalah orang yang memiliki kompetensi dan ahli dalam manajerial
11. Atasan mendengarkan saat bawahan menceritakan sesuatu yang dapat mengganggu dirinya
12. Akan lebih baik mengatakan apa yang dipikirkan bawahan kepada atasannya.
13. Atasan selalu jujur dan tulus kepada bawahan
14. Bawahan dapat mengeluarkan keluhannya kepada atasan.
15. Bawahan dapat menyatakan kepada atasan tentang cara atasan mengatur kerja bawahan.
16. Bawahan bebas mengatakan pada atasan tentang apa yang tidak disetujui terhadap atasan.

Secara umum Goldhaber (1990, hal. 77) kemudian meringkas indikator-faktor iklim komunikasi menjadi :

1. Persepsi tentang sumber dan hubungan-hubungan komunikasi dalam

organisasi, meliputi :

- ❖ Apakah bawahan merasa puas dengan atasannya, bawahannya, atau rekan sekerja sebagai sumber informasi
 - ❖ Seberapa pentingnya sumber-sumber tersebut.
 - ❖ Apakah sumber-sumber tersebut dapat dipercaya.
 - ❖ Apakah sumber-sumber tersebut terbuka untuk berkomunikasi.
2. Persepsi tentang kemampuan informasi pada anggota organisasi, meliputi:
- ❖ Apakah informasi yang diterima dari sumber dinilai cukup penting
 - ❖ Apakah informasi tersebut dapat bermanfaat.
 - ❖ Apakah umpan balik dari informasi yang dikirim atasan cukup memadai
3. Persepsi tentang organisasi itu sendiri, meliputi :
- ❖ Seberapa jauh keikutsertaan anggota organisasi dalam pengambilan keputusan.
 - ❖ Apakah tujuan organisasi dapat dipahami.
 - ❖ Apakah atasan dapat mendukung dan memberi imbalan untuk usaha-usaha bawahan
 - ❖ Apakah system organisasi tersebut cukup terbuka terhadap masukan dari anggota organisasi.

II.5 Kepuasan Komunikasi Organisasi

Menurut Redding kepuasan komunikasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan atau anggota organisasi mempersepsi lingkungan komunikasi

secara keseluruhan. Istilah *kepuasan komunikasi* digunakan untuk menyatakan “keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan anggota organisasi dalam lingkungan total organisasinya (Redding, 1972, hal. 429).

Menurut Jablin, salah satu kekeliruan yang sering dibuat oleh para peneliti yang meneliti tentang iklim komunikasi adalah bertindihnya makna iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi (Goldhaber, 1990, hal. 67). Padahal iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi mempunyai makna yang berbeda. Iklim komunikasi mendeskripsikan lingkungan kerja, sedangkan yang dimaksud dengan kepuasan komunikasi adalah reaksi dan perasaan terhadap lingkungan tersebut (Goldhaber, 1990, hal.67).

Dennism Richetto, dan Wiemann juga mengeluarkan data yang mendukung bahwa ada hubungan yang kuat dan positif antara kepuasan komunikasi dan iklim komunikasi dan selanjutnya dapat menciptakan keefektivan organisasi (Goldhaber, 1990, hal.67).

Downs dan Hazzen (1977) mengidentifikasi delapan dimensi kepuasan komunikasi yang stabil, yaitu:

1. Sejauh mana komunikasi dalam organisasi memotivasi dan merangsang para anggota untuk memenuhi tujuan organisasi dan untuk berpihak pada organisasi.
2. Sejauh mana para atasan terbuka pada gagasan, mau mendengarkan dan menawarkan bimbingan untuk memecahkan persoalan-persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan
3. Sejauh mana para individu menerima informasi tentang lingkungan kerja saat itu.

4. Sejauh mana pertemuan-pertemuan diatur dengan baik, pengarahan tertulis singkat dan jelas, dan jumlah komunikasi dalam organisasi cukup.
5. Sejauh mana terjadi desas desus komunikasi horisontal yang cermat dan mengalir bebas.
6. Sejauh mana informasi tentang organisasi sebagai keseluruhan memadai.
7. Sejauh mana para anggota responsif terhadap komunikasi kebawah dan memperkirakan kebutuhan atasan
8. Sejauh mana anggota merasa bahwa mereka mengetahui bagaimana mereka dinilai dan bagaimana kinerja mereka dihargai.

Menurut Downs, Hazen, dan Beckstrom (1980), kepuasan dengan komunikasi muncul dari faktor-faktor berikut:

1. Kepuasan dengan pekerjaan. Ini mencakup hal-hal yang berkenaan dengan pembayaran, keuntungan, naik pangkat, pekerjaan itu sendiri. Dari hasil penelitian ternyata bahwa kepuasan dalam aspek pekerjaan memberikan sumbangan kepada kepuasan komunikasi
2. Kepuasan dengan ketepatan informasi. Faktor ini mencakup tentang kepuasan dengan informasi, kebijaksanaan, teknik-teknik baru, perubahan administratif dan staff, rencana masa datang dan penampilan pribadi. Kelihatannya, kepuasan dengan ketepatan informasi yang diterimapenting bagi konsep kepuasan komunikasi organisasi.
3. Kepuasan dengan kemampuan seseorang yang menyarankan penyempurnaan. Faktor ini mencakup hal-hal sebagai tempat di mana komunikasi seharusnya disempurnakan, pemberitahuan mengenai

perubahan untuk tujuan penyempurnaan dan strategi khusus yang digunakan dalam membuat perubahan. Kepuasan dengan bermacam-macam perubahan yang dibuat dan diinformasikan, kelihatannya mempunyai hubungan dengan kepuasan komunikasi organisasi

4. *Kepuasan dengan efisiensi bermacam-macam saluran komunikasi.* Faktor ini mencakup melalui mana komunikasi disebarluaskan dalam organisasi, mencakup peralatan, buletin, memo, materi tulisan. Kepuasan komunikasi tampaknya berhubungan dengan pandangan orang mengenai berapa efisiensinya media untuk menyebarkan informasi dalam organisasi.
5. *Kepuasan dengan kualitas media.* Yang berhubungan dengan faktor ini berapa baiknya mutu tulisan, nilai informasi yang diterima, keseimbangan informasi yang tersedia, dan ketepatan informasi yang datang. Hasil penelitian menyarankan bahwa penampilan, ketepatan dan tersedianya informasi mempunyai pengaruh kepada kepuasan orang dengan komunikasi dalam organisasi.
6. *Kepuasan dengan cara komunikasi teman sekerja.* Faktor ini mencakup komunikasi horisontal, informasi dan tingkat kepuasan yang timbul dari diskusi masalah dan mendapatkan informasi dan teman sekerja. Kepuasan dengan komunikasi berhubungan dengan hubungan yang memuaskan dengan teman sekerja.
7. *Kepuasan dengan keterlibatan dalam komunikasi organisasi sebagai suatu kesatuan.* Faktor ini mencakup hal-hal keterlibatan hubungan dengan organisasi, dukungan atau bantuan dari organisasi dan informasi

dari organisasi. Kelihatan bahwa rasa puas dalam berkomunikasi organisasi dipengaruhi oleh aspek-aspek organisasi seperti dipercaya, sokongan dan tujuan kinerja yang tinggi.

Secara garis besar, Wayne Pace dan Don. F. Faules telah merangku dimensi kepuasan komunikasi menjadi delapan dimensi (Pace, hal. 163), yaitu:

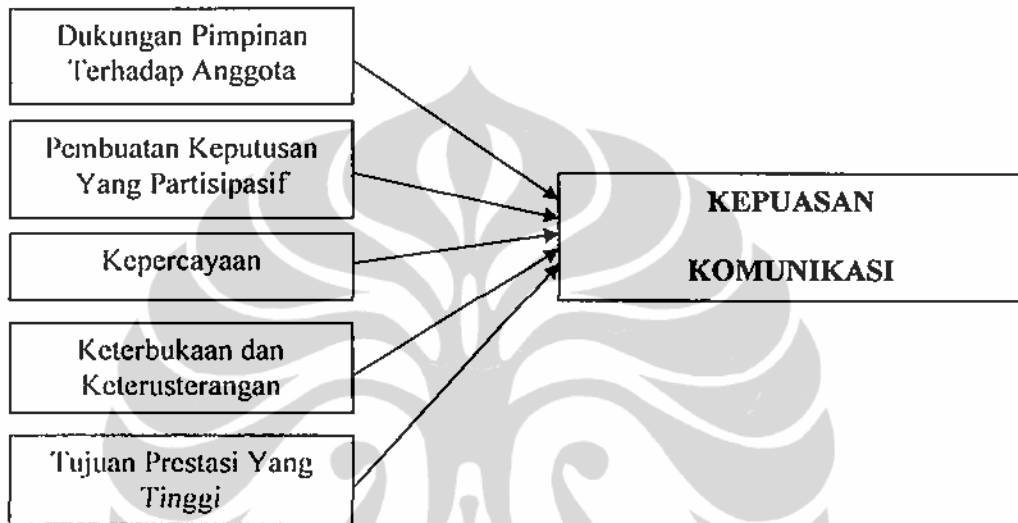
1. Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan
2. Kecukupan informasi
3. Kemampuan untuk menyarankan perbaikan
4. Efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah
5. Kualitas media komunikasi internal
6. Cara seawat berkomunikasi
7. Informasi tentang organisasi secara keseluruhan
8. Integrasi organisasi

Dalam konteks perusahaan media televisi, dimana penghasilan yang kecil dan jam kerja yang tidak menentu serta pengikat hanya sebuah idealisme pekerja seni, kepuasan komunikasi menjadi sangat penting. Hal ini karena, kepuasan komunikasi yang tinggi dapat menimbulkan kenyamanan bagi anggota untuk beraktivitas dalam organisasi dan menjalankan tugasnya dengan baik dengan inisiatif yang baik pula. Sebaliknya, jika kepuasan komunikasinya rendah, maka akan menimbulkan tidak nyaman untuk bekerja, sehingga karyawan memilih menjadi karyawan yang pasif, tidak inisiatif dan produktivitas rendah serta tidak menjalankan tugasnya secara optimal. Sehingga potensi untuk karyawan untuk

keluar pun akan tinggi. Hal ini akan membuat perusahaan sulit untuk mencapai tujuan.

II. 6 Model Analisis Penelitian

IKLIM KOMUNIKASI



Gambar 1. Model Analisis Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam proses penelitian, karenanya harus tepat agar diperoleh hasil yang *valid* dan *reliable*. Metode penelitian menyangkut masalah kerja, yaitu cara kerja yang digunakan untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan yang bersangkutan

Sehubungan dengan penelitian ilmiah maka metode penelitian diartikan sebagai cara pengumpulan data. Metode penelitian sangat dibutuhkan dalam penelitian karena melalui metode penelitian inilah objek penelitian yang akan dituju dapat lebih dipahami sehingga data yang diperoleh merupakan data yang benar – benar akurat, valid, reliable.

III. 1. Sifat Penelitian

Scperti yang telah dijelaskan dalam Bab I, permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimanakah faktor – faktor iklim komunikasi mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan perusahaan media televisi. Dalam penelitian ini, organisasi yang dimaksud adalah sebuah perusahaan media televisi PT. Global Informasi Bermutu.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatif, yaitu berupaya menjelaskan suatu fenomena, serta menguji kebenaran prediksi yang telah ada

berdasarkan hasil penelitian di lapangan. Tujuan dari penelitian eksplanatif adalah untuk memahami mengapa suatu variabel dapat mengakibatkan timbulnya akibat tertentu sebagaimana yang diperkirakan, disamping itu juga untuk memahami bagaimana hubungan fungsional yang sebenarnya terdapat diantara faktor – faktor yang dianggap sebagai penyebab dari efek yang diperkirakan terjadi.

Menurut Neuman , tujuan tujuan dari penelitian eksplanatif adalah untuk :

1. Menemukan tingkat keakuratan sebuah prinsip atau teori
2. Menemukan penjelasan yang terbaik atas suatu gejala
3. Memajukan pengetahuan penting hal – hal pokok
4. Menghubungkan isu – isu atau topik – topik yang berbeda
5. Membangun dan menggabungkan teori yang ada sehingga menjadi lebih lengkap
6. Memperluas sebuah teori atau prinsip ke dalam area atau isu yang baru
7. Memberikan bukti untuk mendukung dan menyangkal sebuah penjelasan atau dugaan

Penelitian eksplanatif ini berusaha menjelaskan secara terperinci mengenai hubungan antara variabel independen (faktor – faktor iklim komunikasi dalam perusahaan televisi yang terdiri dari dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, serta tujuan prestasi yang tinggi) dengan variabel dependen (kepuasan komunikasi karyawan).

III. 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah penyelidikan tentang masalah sosial atau masalah manusia yang berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel – variabel, diukur dengan angka, dan analisis dengan prosedur statistic untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, juga bermaksud sebuah desain kuesioner yang memberikan uraian kuantitatif maupun numeric sejumlah pecahan populasi – sampel melalui proses pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan pada orang (Fowler, 1988). Pengumpulan data dari penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menyamaratakan temuan – temuan dari suatu sampel tanggapan terhadap populasi.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah *Positivisme*, yaitu metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan *deductive logic* dan pengamatan empiris dari perilaku individu, guna secara probalistic. menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang sebab akibat yang bisa digunakan untuk memprediksi pola umum dari kegiatan manusia.

Penelitian ini menerapkan *hypothetico – deductive method*, yaitu suatu metode yang melibatkan pengujian hipotesis, dimana hipotesis tersebut dideduksi dari hipotesis lain yang tingkat abstraksinya atau perumusan konseptualnya lebih tinggi. Karena bersifat deduktif maka penelitian kuantitatif dimulai dengan teori – teori.

Dari teori - teori ini dibuat suatu konsep yang kemudian dirumuskan menjadi suatu atau beberapa hipotesis sebagai jawaban sementara bagi masalah penelitian yang akan diuji melalui seperangkat metodologi tertentu sampel akan diambil untuk menguji hypotesis. Kesimpulan dari hasil uji hypotesis tersebut dapat diberlakukan secara umum. Untuk penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data yang dapat diukur sehingga dapat menggunakan statistic dalam pengujiannya.

III. 3. Metode Penelitian

Ada beberapa metode penelitian yang biasa digunakan oleh para ahli peneliti. Beberapa metode penelitian tersebut adalah metode survey, studi kasus, pengembangan, tindak lanjut, analisis isi dan eksperimen. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode survey.

Suatu peneliti survey bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang orang yang jumlahnya besar, dengan cara mewawancarai sejumlah kecil dari Populasi itu. Survey yang digunakan dalam penelitian yang bersifat eksploratif, deskriptif, maupun eksperimental.

Mutu survey antara lain bergantung pada :

- Jumlah orang yang dijadikan sampel.
- Taraf hingga mana sampel itu representatif.
- Tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh dari sampel itu.

Selain itu, metode survey juga mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan jika dibandingkan dengan metode penelitian yang lain. Diantara kelebihan metode survey dibandingkan dengan metode lainnya adalah :

1. Dalam survey biasanya dilibatkan sejumlah besar orang untuk mencapai generalisasi atau kesimpulan yang bersifat umum yang dapat dipertanggung jawabkan. Perlu diusahakan agar sampel itu benar – benar mewakili keseluruhan kelompok yang diseliduki.
2. Dalam survey dapat digunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara, observasi menurut pilihan si peneliti.
3. Dalam survey sering tampil masalah – masalah yang sebelumnya tidak diketahui atau diduga, sehingga sekaligus bersifat eksploratoris.
4. Dengan survey peneliti dapat membenarkan atau menolak teori tertentu.

Biaya survey relatif murah ditinjau dari besarnya jumlah orang yang memberi informasi. Khususnya bila digunakan survey yang dapat dikirim melalui pos, dengan biaya rendah. Bila digunakan wawancara dengan biaya rendah. Bila digunakan wawancara dengan kontak langsung dengan sampel, tentu biayanya jauh lebih tinggi.

Sedangkan kekurangan metode survey dibandingkan dengan metode yang lain adalah :

1. Survey biasanya meneliti pendapat atau perasaan populasi yang tidak mendalam, apalagi bila digunakan kuesioner.
2. Tidak ada jaminan bahwa kuesioner dijawab oleh seluruh sampel. Besar kemungkinan ada perbedaan antara mereka yang menjawab dan yang tidak menjawabnya. Kesimpulan yang diambil didasarkan atas jawaban yang masuk saja tidak sepenuhnya dapat dipercayai sebagai pendapat keseluruhan sampel dan dengan sendirinya pendapat keseluruhan sampel dan dengan sendirinya pendapat keseluruhan populasi.

Mereka yang memberikan jawaban menunjukkan adanya minat terhadap soal yang diteliti atau atau keterangan yang dimintai. Bagaimana pendirian mereka yang tidak menjawab tidak kita ketahui. Maka kesimpulan atau generalisasi yang kita peroleh hanya dapat diterima dengan sangat hati – hati, walaupun hasil setiap penelitian harus dianggap bersifat sementara yang dapat didukung atau dibantah oleh penelitian kemudian.

Walaupun metode survey mempunyai beberapa kelemahan, namun peneliti tetap menggunakan metode survey dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan kelebihan – kelebihan yang dimilikinya.

III. 4. Populasi dan Sampel Penelitian

Bila berbicara mengenai penelitian, maka istilah yang tidak dapat dipisahkan adalah populasi. Populasi merupakan keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti. Selain itu populasi bisa juga dikatakan sebagai kumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena .

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh karyawan PT. Global Informasi Bermutu (Global TV). Jumlah populasi dalam penelitian ini diketahui secara pasti yaitu sejumlah 704 orang (menurut HRD Triam Febrianto).

Data yang akan dipakai dalam penelitian belum tentu merupakan keseluruhan dari suatu populasi. Hal ini patut dimengerti mengingat adanya beberapa kendala seperti populasi yang tidak terdefiniskan, kendala biaya, waktu tenaga, serta masalah heterogenitas atau homogenitas dari populasi tersebut.

Dengan alasan ini, maka akhirnya sebuah penelitian memerlukan sampel. Secara umum sampel dapat dijelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari suatu populasi. Dergibson dan Sugiarto menyatakan bahwa “sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.”

- Apakah pengambilan sampel secara probabilitas atau nonprobabilitas ?
- Apakah populasi terhingga atau tidak terhingga ?
- Apakah populasi akan dipecah menjadi beberapa subpopulasi atau tidak ?

Ada tiga hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengambilan sampel, yaitu:

Berdasarkan pertimbangan – pertimbangan diatas, untuk penelitian ini, akan digunakan teknik pengambilan sampel probabilitas acak, dengan cara stratifikasi atau *stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel probabilitas/acak adalah suatu metode pemilihan sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode ini sering disebut sebagai prosedur yang terbaik.

Karyawan Global TV relatif homogen sifatnya. Mereka sama – sama karyawan yang bekerja untuk perusahaan. Yang membedakan karyawan Global TV adalah mereka terdiri dari berbagai departemen, yang mana karakteristik dan *job deskripsi* setiap departemen sangat berbeda.

Berdasarkan pertimbangan ini, maka dipilihlah cara stratifikasi atau *stratified random sampling*. Dengan menggunakan cara ini, akan dilakukan proses secara 2 tahap, dimana populasi dibagi menjadi beberapa subpopulasi atau strata. Suatu populasi yang dianggap heterogen menurut suatu karakteristik tertentu dikelompokkan kedalam beberapa subpopulasi, sehingga setiap kelompok akan memiliki anggota sampel yang relatif homogen. Lalu dari setiap subpopulasi diambil anggota sampelnya secara acak.

Tidak ada aturan yang tegas tentang jumlah sampel yang dipersyaratkan untuk suatu penelitian dari populasi yang tersedia. Juga tidak ada batasan yang jelas apa yang dimaksud dengan sampel yang besar dan yang kecil.

Sampel yang kecil lebih sedikit makan biaya, lebih mudah diolah, akan tetapi mempunyai kesalahan sampling yang lebih besar juga kekuatan generalisasinya lebih kecil.

Jawaban yang terbaik untuk pertanyaan jumlah sampel yang representatif adalah “sebesar yang peneliti mampu untuk teliti dengan memperhitungkan waktu dan usaha untuk melakukan penelitian tersebut” Sementara menurut Guilford, pengambilan jumlah sampel haruslah mengacu pada *Standard Limit Theory* yang mengasumsikan bahwa 30 responden sudah cukup memadai untuk mewakili populasi yang relatif homogen.

Berdasarkan pertimbangan – pertimbangan diatas, maka peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 10% dari populasi penelitian ini. Sampel sebesar 10% ini dianggap cukup mewakili populasi penelitian dan dapat menghasilkan hasil penelitian yang cukup representatif untuk digeneralisir.

III. 4. 1. Kerangka Sampel

Karyawan Global TV tersebar kepada beberapa departemen secara detailnya, bagian – bagian yang terdapat dalam struktur organisasi Global TV adalah: Departemen Produksi , Departemen *Sales and Marketing*, Departemen *Marketing dan Communcation* (Marcomm), Departemen *Finance and Administration*, Departemen *Programming*, Departemen *News*, Departemen Teknik, Departemen *Corporate Secretary and Legal*, dan Departemen *Production Support*. Secara rinci, langkah – langkah yang dilakukan peneliti dalam penentuan sampel penelitian ini adalah:

1. Peneliti membagi populasi penelitian berdasarkan keseluruhan karyawan Global TV yaitu 704
2. maka diketahui bahwa jumlah sampel untuk penelitian adalah sejumlah 704 orang x 10 % = 70 Orang karyawan Global TV. Dari total jumlah karyawan dalam satu departemen x 10% sehingga dihasilkan sebagai berikut:

- | | |
|--|-------------|
| 1. Departemen Produksi 124 x 10% | = 12,4 ≈ 12 |
| 2. Departemen <i>Sales and Marketing</i> 114 x 10% | = 11,4 ≈ 11 |
| 3. Departemen Production Support 109 x 10% | = 10,9 ≈ 11 |

4. Departemen <i>Corsec</i> 16 x 10%	= 1,6 ≈ 2
5. Departemen <i>News</i> 64 x 10%	= 6,4 ≈ 6
6. Departemen <i>Programming</i> 39 x 10%	= 3,9 ≈ 4
7. Departemen Teknik 82 x 10%	= 8,2 ≈ 8
8. Departemen <i>Finance and Administration</i> 129x10%	=12,9 ≈ 13
9. Departemen <i>Marcomm</i> 28 x 10 %	<u>= 2,8 ≈ 3</u>
Total	= 70,4 ≈ 70

- Setelah mendapatkan jumlah sampel yang harus diteliti dari masing – masing bagian, maka peneliti melakukan undian (*random sampling*) untuk menentukan siapakah anggota bagian yang akan menjadi sampel penelitian.
- Setelah didapatkan nama – nama karyawan Global TV yang akan menjadi sampel penelitian, peneliti membagi kuesioner kepada sampel yang terpilih tersebut.

III. 5. Metode Pengukuran

Penelitian masalah sosial dan psikologis sering memerlukan semacam pengukuran variabel – variabel. Banyak ragam alat pengukuran yang telah diciptakan akhir – akhir ini. Hasil penentuan tertentu dianggap lebih mantap bila dalam proses penelitian dilibatkan perhitungan secara kuantitatif. Untuk itu diusahakan untuk menyatakan aspek – aspek sosial dan psikologis seperti sikap, sifat- sifat, nilai – nilai secara kuantitatif, yakni dalam bentuk angka – angka, sehingga dapat diolah dengan statistic.

Penggunaan pengukuran kuantitatif dalam penelitian membuka jalan untuk menguji hipotesis dan dengan demikian menguji teori yang mendasarinya secara empiris. Suatu teori dibentuk untuk memberi penjelasan tentang gejala – gejala tertentu. Tanpa pengukuran kuantitatif sangat sukar mengadakan pembuktian empiris yang dapat dipercaya. Dengan pengukuran dapat dihitung pengaruh variabel yang satu terhadap yang lain. Karena itu pengukuran memegang peranan yang fundamental dalam penelitian.

Dari garis besarnya fungsi pengukuran antara lain :

1. Pengukuran memberikan data kuantitatif yang dapat diolah dengan statistic.
2. Dengan pengukuran, dapat diuji hipotesis – hipotesis serta teori yang mendasarinya.
3. Dengan pengukuran, dapat diketahui perbedaan hingga manakah suatu sifat, nilai, sikap dimiliki oleh individu atau kelompok.

III. 6. Metode Pengumpulan Data

III. 6. 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara berstruktur dengan menggunakan kuesioner kepada semua responden dan wawancara mendalam kepada beberapa orang responden yang ditentukan secara acak.

Dalam wawancara berstruktur, responden responden dihadapkan pada pertanyaan – pertanyaan terstruktur yaitu pertanyaan yang alternatif jawabannya sudah ditentukan. Kuesioner tertulis semacam ini disebut *self administrated Questionnaire*. Kuesioner disebarakan kepada sejumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam menyusun kuesioner, peneliti memilih untuk memberikan pertanyaan tertutup. Hal ini selain memudahkan peneliti dalam melakukan penilaian jawaban responden dan menganalisis data, tetapi juga memudahkan responden dalam menjawab karena tersediannya pilihan jawaban . Unit observasi dari penelitian ini adalah individu.

Wawancara mendalam merupakan data pelengkap bagi penelitian ini. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali lebih jauh beberapa hal yang ditemukan dari hasil analisis data kuesioner. Dalam menentukan jumlah informasi tidak ditentukan jumlahnya, yang penting dapat memberikan informasi tentang hal yang diperlukan sesuai dengan kapasitas informan.

III. 6. 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi Data semacam ini sudah dikumpul pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik. Peneliti banyak memperoleh data sekunder dari dokumentasi organisasi media televisi dari *Human Resource Departemen* (Depertemen).

Pada penelitian ini, data sekunder yang peneliti gunakan adalah data pribadi seperti nama, lama bekerja, jenis kelamin, jenjang pendidikan karyawan GLOBAL TV dan juga struktur organisasi yang digunakan untuk teknik pengambilan sampel.

III. 7. Metode Analisis Data

Data – data yang diperoleh melalui hasil survey dalam penelitian ini akan dianalisis melalui tiga bagian, yaitu analisis deskriptif, uji bivariat dan uji multivariat, dengan menggunakan analisis statistik SPSS 13.

III. 7. 1. Analisis Univariat

Pada tahap awal pengolahan data, dilakukan analisis univariat dengan menampilkan tabel – tabel distribusi frekuensi. Untuk analisis deskriptif ini, digunakan analisis deskriptif frekuensi, yaitu analisis yang menampilkan setiap data yang ada bukan dalam bentuk range (data interval). Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik responden yang ada serta untuk melihat secara deskriptif bagaimana gambaran iklim komunikasi (dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, dan tujuan prestasi yang tinggi) dan kepuasan komunikasi yang terjadi dalam organisasi media televisi.

III. 7. 2. Analisis Bivariat

Analisis data yang akan digunakan adalah analisis bivariat dengan menggunakan Pearson's r . Korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel. Dalam hal ini untuk melihat hubungan antara variabel factor – factor iklim komunikasi dalam organisasi (dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, tujuan prestasi yang tinggi) dengan variabel kepuasan komunikasi anggota organisasi.

Jika hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan yang nyata antara variabel factor – factor iklim komunikasi dalam organisasi dengan variabel kepuasan komunikasi anggota organisasi, maka akan terlihat pula bagaimana kekuatan hubungan antar variabel – variabel tersebut.

Untuk menentukan kuat lemahnya korelasi, peneliti akan merujuk kepada nilai koefisien (*pearson r correlation coefficient*) sebagai berikut:

Tabel 1
Interpretasi Kekuatan Hubungan XY

Rxy	Interpretasi
< 0, 2	Lemah sekali, hampir dapat diabaikan
0,20 – 0,40	Lemah
0,40 – 0,70	Cukup kuat/moderat

0,70 – 0,90	Kuat
0,90 – 1,00	Sangat kuat
< - 0,20	Lemah sekali, hampir dapat diabaikan – negatif
- 0,20 – (0,40)	Lemah, negatif
- 0,70 – (-0,90)	Kuat – negatif
- 0,90 – (- 1,00)	Sangat kuat – negatif

berdasarkan koefisien Pearson r (Guilford, JP., *Fundamental Statistics in Psychology and Education*, (NY, McGraw Hill, 1956/1980).

III. 7. 3. Analisis Multivariat

Analisis Multivariat digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel, Dukungan pimpinan terhadap anggota, Pengambilan keputusan yang partisipatif, Kepercayaan, Keterbukaan dan Keterusterangan, dan Tujuan prestasi yang tinggi dengan variabel Kepuasan Komunikasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *multiple regression*.

Multiple regression adalah salah satu teknik analisis untuk ‘memprediksi’ nilai sebuah variabel dependen berdasarkan nilai – nilai sejumlah variabel independent. Uji regresi dilakukan untuk melihat kekuatan pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen, sehingga bisa diketahui variabel

independent mana yang paling besar mempengaruhi variabel kepuasan komunikasi.

Untuk dapat mengukur pengaruh antar beberapa variabel yang terdapat dalam model analisis maka dilakukan penjumlahan untuk mendapatkan hasil nilai rata – rata dari setiap indikator pada tiap variabel, setelah itu dilakukan uji regresi, khususnya regresi berganda (*multiple regression*).

Uji regresi menampilkan nilai – nilai untuk melihat pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen, yaitu :

- Nilai signifikansi pada tabel ANOVA yang diterima untuk menunjukkan pengaruh variabel independent pada variabel dependent adalah $< 0,05$
- Nilai R pada tabel *model summary* menunjukkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen.
- Nilai R square Adjusted pada tabel *model summary* menunjukkan persentase kemampuan keragaman (varians) yang dimiliki oleh variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent
- Nilai Beta (β) menunjukkan kontribusi pengaruh masing – masing variabel independent pada variabel.

Tanda positif (dalam hal ini, bila tidak ada tanda ‘ + ‘ atau ‘ – ‘ maka tanda dinyatakan positif) menunjukkan bahwa arah korelasi bersifat positif atau berbanding lurus.

Dalam buku *Marketing Research*, Aaker mengatakan bahwa analisis regresi yang digunakan untuk :

1. Memprediksi variabel dependen, memberikan pengetahuan tentang variabel independent.
2. Memperoleh pemahaman tentang hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen.

Sehingga persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut⁸⁰ :

$$Y = f (X1 + X2 + X3 + X4 + X5) + e$$

Keterangan :

y : nilai kepuasan komunikasi anggota organisasi

f : nilai konstanta tetap

X1 = dukungan pimpinan terhadap anggota

X2 = pengambilan keputusan yang partisipatif

X3 = kepercayaan

X4 = ketrbukaan dan keterusterangan

X5 = tujuan prestasi yang tinggi

E = error

III. 8. Reliabilitas dan Validitas

III. 8. 1. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan metode untuk mengukur kualitas instrument pengukuran, yaitu apakah akan diperoleh data hasil observasi yang sama jika observasi dilakukan dengan menggunakan alat ukur yang sama pada fenomena juga sama, lebih dari-satu kali atau secara berulang kali .

Ada tiga bentuk reliabilitas, yaitu:

1. Reliabilitas Stabilitas, yaitu berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu. Reliabilitas stabilitas didapatkan dengan menggunakan metode *test retest*, yaitu dengan melakukan pengujian lebih dari satu kali dengan perangkat ukur yang sama terhadap sekelompok objek penelitian yang sama.
2. Reliabilitas representatif, yaitu berkaitan dengan konsistensi hasil suatu pengukuran apabila diujikan pada sub – populasi (kelompok – kelompok dalam sebuah populasi, misalnya gender, kelas sosial, latar belakang pendidikan, dan lain – lain) yang berbeda. Reliabilitas representatif didapatkan dengan menggunakan analisis sub – populasi, yaitu dengan melakukan pengujian dengan perangkat ukur yang sama terhadap lebih dari satu sub – populasi.
3. Reliabilitas ekuivalensi, yaitu berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran antar indikator dalam suatu instrument pengukuran. Reliabilitas ekuivalensi bisa didapatkan dengan menggunakan metode belah tengah, yaitu indikator – indikator dari sebuah variabel dibagi dua secara random (supaya semua dimensi yang ada dapat tercakup dalam masing – masing perangkat ukur) atau dengan menggunakan metode paralel yaitu menggunakan dua perangkat ukur yang berbeda, namun menjelaskan definisi operasional yang sama untuk mengukur sebuah variabel. Reliabilitas interkoder merupakan salah satu jenis reliabilitas ekuivalensi yang penting bila terdapat lebih dari satu pengamat atau

pengukur. Masing – masing pengamat diperlakukan sebagai indikator, yang dianggap reliabel apabila didapatkan hasil yang sama.

Reliabilitas merupakan keadaan yang penting bagi validitas, sebab sebuah pertanyaan yang reliabel mungkin saja tidak valid, tetapi jika pertanyaan tersebut tidak reliabel maka pasti tidak valid. Hal itu berarti sebuah ukuran tidak akan valid jika tidak reliabel.

Penelitian ini menggunakan metode konsisten internal. Metode konsisten internal memfokuskan pada pengukuran beberapa indikator dari fenomena yang sama dan mengevaluasi konsistensinya. Untuk itu, semua pertanyaan akan diberikan pada saat yang sama, tanpa jangka waktu.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Metode ini digunakan untuk mengukur aspek homogenitas antar indikator dalam instrument pengukuran. Koefisien Alpha menurut Cronbach pada hakikatnya merupakan rata – rata dari semua koefisien korelasi belah dua (*split half*) yang mungkin dibuat dari suatu alat ukur.⁸³ Dengan melihat nilai alpha yang diperoleh, maka akan diketahui konsistensi antar indikator yang digunakan. Adapun standard nilai alpha yang digunakan adalah 0,6 yang artinya indikator yang digunakan sesuai untuk mengukur suatu konsep di atasnya. Maka bila yang diperoleh berada dibawah 0,6 dapat dikatakan bahwa alat ukur yang digunakan tidak reliabel.

III. 8. 2. Validitas

Validitas atau kesahihan merupakan tingkat kesesuaian antar suatu batasan konseptual yang diberikan dengan bantuan operasional yang telah dikembangkan. Menurut Borg dan Gall, "*validitas adalah tingkatan sejauh mana pengukuran yang dilakukan benar - benar mengukur konsep yang semula akan diukur*". Uji validitas dilakukan untuk menguji sebaik apa definisi konseptual dan operasional sesuai satu sama lain. Semakin cocok, maka semakin besar validitasnya.

Ada pula jenis validitas yang biasa digunakan, yaitu:

- 1) Validitas Internal, yaitu berkaitan dengan ketiadaan penjelasan alternatif untuk menerangkan hubungan sebab akibat antara variabel independent dan dependen, selain, selain dari *treatment* atau variabel independent yang diberikan Validitas ini sangat penting dalam eksperimen.
- 2) Validitas Eksternal, yaitu berkaitan dengan kemampuan untuk menggeneralisasikan temuan spesifik dalam sebuah eksperimen atau setting yang terbatas, peristiwa - peristiwa yang lebih luas di luar konteks tersebut.
- 3) Validitas Statistik, berarti bahwa prosedur statistik sudah dipilih secara benar dan asumsi - asumsi sudah terbukti.

Validitas berkaitan dengan kesesuaian antara suatu konstruk dengan indikator yang digunakan untuk mengukurnya. Sebuah indikator sebaiknya tidak cukup hanya reliabel, tetapi juga harus valid. Prosedur yang akan digunakan dalam menguji validitas dalam penelitian ini adalah uji validitas konstruk dengan metode factor analisis. Faktor analisis yaitu perangkat prosedur matematis yang

memungkinkan peneliti menguji sejumlah besar item untuk menentukan apakah mereka saling berhubungan.

Validitas konstruks bertujuan menguji hubungan antar indikator dalam konsep bentukan. Dengan begitu, validitas ini harus mampu memperlihatkan hubungan seperangkat indikator yang dinilai berhubungan, sekaligus mendemostrasikan tidak adanya hubungan dengan variabel lain yang dinilai tidak berhubungan.

Faktor analisis bekerja berdasarkan matrik korelasi yang akan difaktorkan. Dasar pemikirannya adalah bahwa variabel – variabel yang berkorelasi kuat, sama – sama menyatakan satu pemikiran atau lebih. Faktor analisis yang digunakan adalah *confirmatory factor analysis*, dimana peneliti menggunakan konsep – konsep untuk membangun hipotesis.

Analisis factor ini merupakan teknik statistic yang digunakan untuk melihat validitas internal dari penelitian dari penelitian yaitu seberapa jauh penurunan variabel konsep dalam penelitian ini bisa dianggap layak atau valid.

Syarat untuk melakukan factor analisis ini adalah nilai KMO yang diperoleh haru menunjukkan lebih besar dari 0,5. Angka *Kaiser – Meyer – Oikin Measure of Sampling Adequency* ini menunjukkan layak tidaknya dilakukan uji validitas pada suatu variabel.

Pada intinya, *factor analisis* bertujuan untuk mengelompokkan sejumlah besar variabel menjadi beberapa factor yang bisa ditafsirkan sebagai representasi dari variabel – variabel tersebut. Apabila instrument yang ada benar – benar mengukur konsep, maka indikator – indikator yang diniali mengukur dimensi yang sama akan berada pada kelompok factor yang sama.

III. 9. Hipotesis Penelitian

III. 9. 1. Hipotesis Teoritis

1. Terdapat pengaruh antara variabel – variabel faktor-faktor iklim komunikasi dengan variabel kepuasan komunikasi.

III. 9. 1. Hipotesis Riset

1. Semakin tinggi skor pada variabel dukungan pimpinan terhadap anggota maka akan semakin tinggi juga skor variabel. Kepuasan Komunikasi Anggota Organisasi.
2. Semakin tinggi skor pada variabel Pengambilan keputusan yang partisipatif maka akan semakin tinggi juga skor variabel Kepuasan Komunikasi Anggota Organisasi.
3. Semakin tinggi skor pada variabel Kepercayaan maka akan semakin tinggi juga skor variabel Kepuasan Komunikasi Anggota Organisasi.
4. Semakin tinggi skor pada variabel Keterbukaan dan Keterusterangan maka akan semakin tinggi juga skor variabel Kepuasan Komunikasi Anggota Organisasi.
5. Semakin Tinggi skor pada variabel Tujuan prestasi yang tinggi maka akan semakin tinggi juga skor variabel Kepuasan Komunikasi Anggaran Organisasi.

III. 9. 3. Hipotesis Statistik

1. Terdapat korelasi r pearson yang signifikan antara variabel Dukungan pimpinan terhadap anggota dengan kepuasan komunikasi anggota organisasi.
2. Terdapat korelasi r pearson yang signifikan antara variabel Pengambilan keputusan yang partisipatif dengan kepuasan komunikasi anggota organisasi.
3. Terdapat korelasi r pearson yang signifikan antara variabel Kepercayaan dengan kepuasan komunikasi anggota organisasi.
4. Terdapat korelasi r pearson yang signifikan antara variabel Keterbukaan dan Keterusterangan dengan kepuasan komunikasi anggota organisasi.
5. Terdapat korelasi r pearson yang signifikan antara variabel Tujuan prestasi yang tinggi dengan kepuasan komunikasi anggota organisasi.

III. 10. Operasionalisasi Konsep

Variabel Independen

1. Dukungan pimpinan terhadap anggota

Merupakan persepsi anggota organisasi terhadap hubungan dengan atasannya, mengenai ada tidaknya dukungan yang diberikan atasan terhadap mereka. (5 faktor)

2. Pengambilan keputusan yang Partisipatif

Merupakan persepsi anggota organisasi terhadap adanya kebebasan untuk ikut dalam pengambilan keputusan. (4 faktor)

3. Kepercayaan

Merupakan persepsi anggota organisasi tentang apakah sumber, pesan dan atau kegiatan komunikasi dalam organisasi dapat dipercaya. Termasuk pula persepsi anggota organisasi terhadap kredibilitas atasannya. (9 faktor)

4. Keterbukaan dan Keterusterangan

Merupakan persepsi anggota organisasi tentang ada tidaknya keterbukaan dalam organisasi. Adapun bentuk hubungannya, vertical maupun horizontal, terdapat keterusterangan dalam penyampaian dan penerimaan pesan. (5 faktor)

5. Tujuan prestasi yang tinggi

Merupakan persepsi anggota organisasi tentang jelas tidaknya tujuan dan sasaran prestasi organisasi dikomunikasikan kepada para anggotanya. (5 faktor)

Seluruh faktor lalu dibuat pertanyaan (lihat lampiran 1) dengan jawaban menggunakan skala likert dengan interval 1-5. Dimana :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Ragu-ragu
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Variabel Dependen

Kepuasan Komunikasi

Keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan seorang anggota organisasi dalam mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Variabel Kepuasan Komunikasi ini terbagi kedalam beberapa variable yaitu:

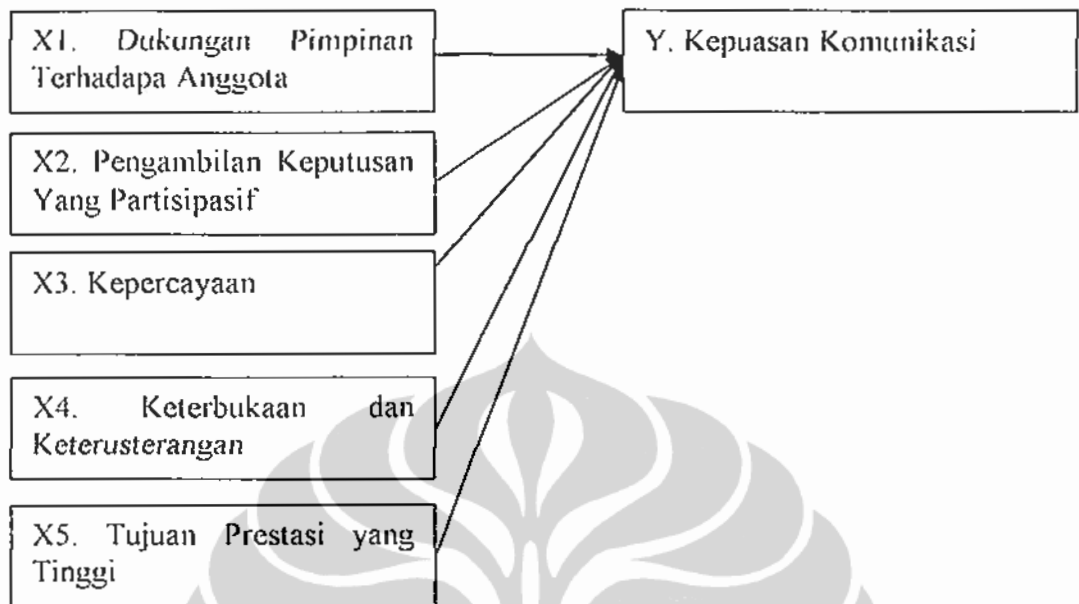
1. Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan. Variabel ini dibagi 3 faktor.
2. Kecukupan Informasi. (4 faktor)
3. Kemampuan untuk menyarankan perbaikan. (5 faktor)
4. Efisiensi Berbagai Saluran Komunikasi kebawah. (5 faktor)
5. Kualitas media komunikasi Internal. (5 indikator)
6. Cara sejawat berkomunikasi. (6 faktor)
7. Informasi Tentang organisasi Secara Keseluruhan. (4 faktor)
8. Integrasi Organisasi (5 faktor)

Seluruh indikator tiap-tiap variabel dibuat daftar pertanyaan (lampiran 1) dengan jawaban menggunakan alat ukur skala liker dengan interval 1-5. Dimana;

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Ragu-ragu
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Variabel Independen

Variabel Dependen



Gambar 2. Model Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini alat ukur yang akan digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu jenis alat pengumpul data yang disampaikan kepada subyek penelitian melalui suatu daftar yang berisikan suatu rangkaian pertanyaan mengenai variable independen dan variable dependen yang dibahas di atas dalam suatu Departemen. Metode ini berdasarkan *self report* dimana subyek diminta menggambarkan perasaan atau keadaan dirinya.

Namun, dasar penggunaan metode diatas tidak selamanya terjadi dikenyataan. Kuesioner tetap mempunyai kelebihan dan kekurangan. Dimana kelebihan penggunaan kuesioner sebagai alat penelitian adalah :

- Biaya yang murah
- Tidak memerlukan keterampilan tertentu
- Dalam waktu bersamaan dapat diberikan pada banyak individu yang menjadi responden

- Sifatnya impersonal
- Sifatnya anonim sehingga membuat responden merasa lebih percaya diri dan lebih bebas dalam mengekspresikan pandangan – pandangannya.
- Menempatkan individu dalam situasi yang tidak atau kurang menekan untuk memberikan respon secara langsung.

Sementara diantara kekurangan – kekurangan penggunaan kuesioner sebagai alat penelitian adalah:

- Sifatnya yang sangat terstruktur dan tanpa wawancara tidak memungkinkan peneliti untuk menggali pendapat responden sedalam mungkin.
- Kesalahpahaman yang mungkin terjadi (misalnya dalam instruksi pertanyaan) tidak dapat dideteksi atau dikoreksi.
- Reaksi responden saat menanggapi pertanyaan – pertanyaan tidak dapat diamati

Meskipun ada beberapa kekurangan dalam penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data, peneliti tetap menggunakan kuesioner dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan kelebihan – kelebihannya.

Untuk meminimalisir efek dari kekurangan kuesioner sebagai alat ukur dalam penelitian, peneliti akan mendampingi subyek secara individual dalam mengisi kuesioner. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa subyek guna meminimalisir kelemahan kuesioner yang sifatnya sangat

terstruktur. Wawancara ini dilakukan sebagai data tambahan untuk menggali pendapat dan respon subyek secara lebih mendalam lagi.

Sifat kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang bersifat tertutup. Kuesioner tertutup mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan. Diantara keuntungan kuesioner tertutup adalah :

- Hasilnya mudah diolah, diberi kode dan diskor, bahkan dapat diolah dengan menggunakan computer.
- Responden tidak perlu menulis atau mengekspresikan buah pikirannya dalam bentuk tulisan.
- Mengisi kuesioner tertutup relatif tidak banyak memerlukan waktu dibandingkan dengan kuesioner terbuka.
- Lebih besar harapan bahwa kuesioner itu diisi dan dikembalikan bila kuesioner itu tertutup.

Sedangkan beberapa kekurangan kuesioner tertutup adalah :

- Keberatan utama ialah bahwa responden tidak diberi kesempatan memberi jawaban yang tidak tercantum dalam kuesioner itu, sehingga ia terpaksa mengecek atau memilih jawaban yang tidak sepenuhnya sesuai dengan pendapatnya.

Ada kemungkinan bahwa responden asal – asal saja mengecek salah satu alternatif sekedar memenuhi permintaan untuk mengisinya, tanpa memikirkan benar – benar apakah jawaban itu sesuai atau tidak dengan pendiriannya. Kuesioner pengukur sikap biasanya memuat sejumlah item yang dapat menunjukkan konsistensi dalam jawaban. Jawaban yang tidak

konsisten mengandung ketidakbenaran. Kecerobohan menjawab antara lain disebabkan oleh panjangnya kuesioner itu sehingga menimbulkan keengganan untuk mengeluarkan waktu yang banyak untuk itu.

Walaupun kuesioner tertutup mempunyai beberapa kekurangan, namun kelebihan yang dimilikinya lebih banyak sehingga peneliti memutuskan untuk menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup sebagai alat Bantu dalam penelitian ini. Untuk meminimalisir kekurangannya, akan digunakan juga teknik wawancara mendalam kepada beberapa responden .

III. 11. Keterbatasan Penelitian

Tentunya, penelitian ini bukanlah sebuah penelitian yang sempurna tanpa cacat. Ada beberapa kelemahan dalam penelitian ini sehingga peneliti mempunyai beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Penggunaan skala likert pada penelitian ini, mengasumsikan bahwa jarak sikap antar skala mempunyai jarak yang sama. Namun, pada kenyataannya, sikap responden belum tentu mempunyai jarak yang sama, hal ini akan mempengaruhi hasil penelitian.
2. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan media televisi Global TV. Populasi ini terlalu sempit untuk dapat mewakili perusahaan televisi. Hal ini karena karakteristik karyawan perusahaan Global TV tidak dapat mewakili karakteristik seluruh perusahaan televisi. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini hanya berlaku untuk perusahaan televisi Global TV dan perusahaan yang mempunyai karakteristik yang mirip dengan perusahaan media televisi GLOBAL TV. Namun, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk semua perusahaan televisi.



BAB IV

ANALISA DATA

Bab ini menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian ini diolah dengan mengolah data-data yang telah dikumpulkan sesuai dengan metode analisa yang telah ditetapkan. Analisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibacada dan diinterpretasikan.

Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan metode statistik. Salah satu fungsi pokok statistik adalah menyederhanakan data penelitian yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana dan lebih mudah dipahami. Disamping itu, statistik membandingkan hasil yang diperoleh dengan hasil yang terjadi secara kebetulan (*by chance*). Hal ini memungkinkan peneliti untuk menguji apakah hubungan yang diamati memang betul terjadi karena adanya hubungan sistematis antara variabel yang diteliti, atau hanya secara kebetulan. Setelah data dianalisa menjadi informasi yang lebih sederhana, hasil-hasilnya harus diinterpretasikan untuk mencari makna yang lebih luas dari hasil penelitian.

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, responden pada penelitian ini adalah karyawan perusahaan televisi nasional PT. Global Informasi Bermutu. Dari 700 karyawan maka dipilih 70 karyawan secara random.

IV.1. PELAKSANAAN PENELITIAN

Dalam waktu 5 hari, peneliti telah berhasil menyebarkan semua kuisioner



sebanyak 70 eksemplar kepada responden yang telah terpilih namanya melalui teknik *stratified random sampling*. Semua kuisioner disebar dengan lengkap oleh responden.

Karakteristik Responden

Semua responden pada penelitian merupakan karyawan global TV yang telah bekerja 1-5 tahun. Karakteritik yang sangat berpengaruh pada penelitian ini adalah jenis kelamin, lama bekerja, dan posisi dalam organisasi.

Jenis Kelamin

Hasil distribusi responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1.4	1.4	1.4
L	46	65.7	65.7	67.1
P	23	32.9	32.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari table dapat kita lihat bahwa jumlah responden sebagian besar adalah laki-laki, yaitu 46 orang (65,7%) dan perempuan berjumlah 23 orang (32,9%).

Lama Bekerja

Hasil rata-rata lama bekeja yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 3
Lama Bekerja

Statistics		Lama_Kerja	Gender	Dept
N	Valid	70	70	70
	Missing	0	0	0
Mean		2.7000		
Mode		2.00		

Dari tabel diatas bahwa rata-rata lama bekerja responden dalam perusahaan selama 2,7 tahun. Sehingga dapat diketahui bahwa responden dapat diyakini telah cukup mengetahui kondisi perusahaan.

Posisi Dalam Organisasi

Perusahaan televisi Global TV terdiri dari Departemen Produksi, , Departemen *Sales and Marketing*, Departemen *Marketing dan Communcation* (Marcomm), Departemen *Finance and Accounting*, , Departemen *Programming*, Depertemen *News*, Departemen Teknik, Departemen *Corporate Secretary and Legal*, dan Departemen *Production Support*.

Dalam penelitian ini, akan digunakan teknik pengambilan sampel probabilitas acak, dengan cara stratifikasi atau *stratified random sampling*. Teknik pengambilan sampel probabilitas/acak adalah suatu metode pemilihan sampel, dimana setiap anggota populasi

Tabel 4.
Posisi Karyawan dalam Perusahaan

Dept

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Corsec & Legal	2	2.9	2.9	2.9
	FA	13	18.6	18.6	21.4
	Marcomm	3	4.3	4.3	25.7
	News	6	8.6	8.6	34.3
	Produksi	12	17.1	17.1	51.4
	Programming	4	5.7	5.7	57.1
	PS	11	15.7	15.7	72.9
	Sales	11	15.7	15.7	88.6
	Teknik	8	11.4	11.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan

Dari data tingkat pendidikan dapat dilihat distribusi tingkat pendidikan responden ada sebagai berikut:

Tabel 5
Tingkat Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	17	24.3	24.3	24.3
	S1	43	61.4	61.4	85.7
	SMA	10	14.3	14.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

IV.2.UJI RELIABILITAS

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan kestabilan dalam pengukuran. Yang artinya kuisioner yang dibuat konsisten jika digunakan mengukur konstruk atau konsep dari suatu kondisi ke kondisi lain. Pengukuran dilakukan dengan dua cara (Purbaya, Op. Citra) :

1. **Repeated Measure** atau **Pengukuran Berulang**. Artinya pengukuran dilakukan berulang kali pada waktu yang berbeda, dengan kuisioner atau pertanyaan yang sama. Hasil pengukuran dilihat apakah konsisten dengan pengukuran sebelumnya.
2. **One Shot**. Pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu lalu dilakukan perbandingan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran hubungan antar jawaban. Metode ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$.

Pada penelitian ini, dilakukan metode *One Shot* untuk elakukan uji reliabilitas dengan standar alpha $> 0,6$. Dan berdasarkan hasil penghitungan dengan SPSS terhadap variabel

independen yaitu faktor-faktor iklim komunikasi dan variabel dependen yang merupakan dimensi kepuasan ekonomi (lihat Bab III.10) maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Pengukuran	Jumlah Faktor	Jumlah Faktor Yang dihilangkan	Alpha Cronbach
Dukungan Pimpinan terhadap Anggota	5		0,677
Pengambilan Keputusan yang partisipasif	4		0,743
Kepercayaan	9	1	0,673
Keterbukaan dan Keterus terangan	5	1	0,601
Tujuan Prestasi Tinggi	5		0,772
Informasi Berkaitan dengan Pekerjaan	3	1	0,681
Kecukupan Informasi	4	1	0,710
Kemampuan Untuk Menyarankan Perbaikan	5	1	0,675
Efisiensi Berbagai Saluran Komunikasi kebawah	5		0,652
Kualitas media komunikasi internal	5		0,889
Cara Sejawat Berkomunikasi	6		0,724
Informasi Tentang Organisasi Secara keseluruhan	4		0,606
Integrasi Organisasi	5		0,667

Berdasarkan hasil yang kita lihat bahwa variabel-variabel independen iklim komunikasi memiliki cronbach alpha $> 0,6$ setelah satu faktor dihilangkan pada variabel kepercayaan dan variabel keterbukaan dan keterusterangan. Begitu pula pada variabel dependen, Variabel memiliki cronbach alpha $> 0,6$ setelah dihilangkan masing-masing 1 faktor pada variabel informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, kecukupan informasi dan variabel kemampuan menyarankan perbaikan.

IV.3. UJI VALIDITAS

Pada penelitian kuantitatif, analisa data yang dilakukan harus dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Pertanggungjawaban ini dilakukan melalui perhitungan reliabilitas dan validitas. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Artinya, dengan menggunakan pengukuran memang kita mengukur variabel yang ingin diukur, bukan variabel lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan metode analisis faktor. Analisa faktor berfungsi untuk menguji hubungan antar faktor yang dinilai atau diasumsikan berhubungan. Sebuah dimensi dapat dianalisa faktor apabila nilai Kaise Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)-nya $> 0,5$ dengan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05. Untuk itu sebelum memasuki tahap analisis faktor, masing-masing variabel dan dimensi harus dipastikan memiliki KMO yang sesuai. Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh hasil yang dapat disimpulkan berikut ini:

Tabel 7
Analisa Faktor

Pengukuran	Jumlah Indikator	Indikator Yang	KMO	Sig	Cum%	Dimensi
Dukungan Pimpinan terhadap Anggota	5		0,561	0,00	71,744	2
Pengambilan Keputusan yang partisipasif	4		0,577	0,00	82,273	2
Kepercayaan	8		0,571	0,00	68,151	3
Keterbukaan dan Keterusterangan	4		0,550	0,00	46,665	1
Tujuan Prestasi Tinggi	5		0,659	0,00	53,132	1
Informasi Berkaitan dengan Pekerjaan	2		0,501	0,00	76,241	1
Kecukupan Informasi	3		0,672	0,00	63,527	1
Kemampuan Untuk Menyarankan Perbaikan	4	1	0,597	0,00	49,982	1
Efisiensi Berbagai Saluran Komunikasi dibawah	5		0,673	0,00	43,376	1
Kualitas media komunikasi internal	5		0,622	0,00	69,576	1
Cara Sejawat Berkomunikasi	6		0,649	0,00	82,390	2
Informasi Tentang Organisasi Secara keseluruhan	4		0,534	0,00	46,170	1
Integrasi Organisasi	5		0,511	0,00	69,344	2

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas, Analisis faktor pada faktor-faktor baik pada variabel dependen (kepuasan komunikasi) maupun variabel independen (Faktor-faktor iklim komunikasi) memiliki nilai KMO yang lebih besar dari 0,5 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Namun pada variabel Kemampuan untuk menyarankan perbaikan nilai KMO lebih besar dari 0,5 setelah satu faktor dihilangkan.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas (Lihat lampiran 3), Analisis faktor pada faktor-faktor baik pada variabel dependen (kepuasan komunikasi) maupun variabel independen (Faktor-faktor iklim komunikasi) memiliki nilai KMO yang lebih besar dari 0,5 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Namun pada variabel Kemampuan untuk menyarankan perbaikan nilai KMO lebih besar dari 0,5 setelah satu faktor dihilangkan.

Persentase Cumulative menggambarkan seberapa besar indikator-faktor mampu menjelaskan sebuah dimensi dalam variabel. Pada Dukungan Pimpinan terhadap Anggota memiliki 5 faktor yaitu pimpinan memberikan petunjuk kerja, pimpinan memberikan jalan keluar terhadap permasalahan, pimpinan memperhatikan prestasi anggota, pimpinan memberikan dukungan dalam bekerja, dan anggota merasa dibutuhkan menjelaskan variabel sebesar 71,744%, sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Namun faktor-faktor pada setiap variabel ternyata tidak hanya membentuk satu dimensi.

Tabel 8
Dimensi Dukungan Pimpinan
Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.373	47.466	47.466	2.373	47.466	47.466
2	1.214	24.278	71.744	1.214	24.278	71.744
3	.810	16.204	87.947			
4	.393	7.859	95.807			
5	.210	4.193	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
Dukungan1	.740	.116
Dukungan2	.917	.161
Dukungan3	.242	.909
Dukungan4	.685	-.087
Dukungan5	.676	-.584

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 2 components extracted.

Pada variabel Dukungan Pimpinan terhadap anggota terbentuk 2 dimensi yang menggambarkan dukungan tersebut. Dimana faktor 1,2, dan 3 mampu tergabung ke dalam dimensi yang jelas mengenai dukungan pimpinan dalam memberikan informasi, petunjuk dan arahan dari pimpinan terhadap pekerjaan yang lalu disebut PETUNJUK. Sedangkan faktor 3 dan 5 kemudian mampu dikelompokkan ke dalam dimensi dimana dukungan diberikan dalam bentuk penghargaan terhadap kerja anggota yang kemudian dinamakan APRESIASI.

Tabel 9
Dimensi Keputusan Partisipasif

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.277	56.923	56.923	2.277	56.923	56.923
2	1.014	25.350	82.273	1.014	25.350	82.273
3	.481	12.023	94.297			
4	.228	5.703	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
Keputusan1	.667	-.658
Keputusan2	.819	.070
Keputusan3	.919	-.048
Keputusan4	.562	.757

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 2 components extracted.

Variabel Pengambilan Keputusan yang Partisipatif memiliki persentase cumulative sebesar 82, 273%. Sehingga dari 4 faktor yang ada mampu menjelaskan variabel sebesar 82,273% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Faktor-faktor tersebut dalam menjelaskan variabel tersebut terbagi ke dalam 2 dimensi. Dimana faktor 1,2, dan 3 teridentifikasi ke dalam dimensi dimana setiap karyawan untuk terlibat setiap kegiatan organisasi maupun pertemuan maupun dalam pekerjaan disebut dimensi KEAKTIFAN. Dan lainnya teridentifikasi sebagai dimensi PENGHARGAAN. Dimana keputusan yang partisipatif dapat dilakukan dengan memberikan kebebasan mengemukakan pendapatnya dan pendapatnya dihargai.

Tabel 10
Dimensi Kepercayaan

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.774	34.673	34.673	2.774	34.673	34.673
2	1.508	18.856	53.529	1.508	18.856	53.529
3	1.170	14.622	68.151	1.170	14.622	68.151
4	.938	11.721	79.872			
5	.723	9.039	88.912			
6	.358	4.478	93.390			
7	.327	4.092	97.481			
8	.201	2.519	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component		
	1	2	3
Kepercayaan1	.642	.206	-.124
Kepercayaan2	.863	-.056	.113
Kepercayaan3	.851	-.327	-.042
Kepercayaan5	.272	-.119	.876
Kepercayaan6	.448	-.569	-.317
Kepercayaan7	.117	.683	.325
Kepercayaan8	.354	.710	-.406
Kepercayaan9	.692	.217	.039

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 3 components extracted.

Pada variabel Kepercayaan, faktor-faktor yang ada mampu menjelaskan variabel sebesar 68,151% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Untuk menjelaskan variabel tersebut, faktor-faktor yang ada ternyata terbagi ke dalam 3 dimensi. Ketiga dimensi tersebut merupakan KOMPETENSI, CAPABLE, dan KEJUJURAN. Kompetensi merupakan dimensi dimana seseorang merupakan orang yang memiliki kemampuan atau keahlian yang tepat sesuai dengan pekerjaan sehingga masing-masing saling menunjang. Yang termasuk dimensi ini adalah faktor 1,2,3,6 dan 9. *Capable* adalah dimensi yang menggambarkan bahwa setiap informasi atau pendapat melalui sumber yang benar sesuai dengan kapasitasnya dalam pekerjaan. Faktor 7, dan 8 merupakan yang paling cocok masuk kategori ini. Kejujuran merupakan dimensi dimana pimpinan dan anggota bisa saling mempercayai, dan mengandalkan satu sama lain. Dan yang masuk kategori ini adalah faktor 5.

Lalu pada tabel 7 dapat dijelaskan bahwa pada variabel keterbukaan dan keterusterangan, faktor-faktor yang ada hanya mampu menjelaskan 46,665%, sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Dan faktor-faktor tersebut menggambarkan 1 dimensi pada variabel tersebut.

Sedangkan pada variabel tujuan prestasi yang tinggi, faktor-faktor yang ada hanya menggambarkan 53,132% dari variabel sedangkan sisanya digambarkan oleh faktor lain. Dan hanya ada 1 dimensi yang digambarkan oleh faktor-faktor tersebut.

Begitu juga dengan variabel-variabel kepuasan komunikasi, sebagian besar variabelnya faktor-faktornya mampu menjelaskan sesuai dengan *persentase cummulative* yang terdapat pada tabel 7 dan menjelaskan hanya 1 dimensi yaitu variabel itu sendiri kecuali pada variabel cara sejawat berkomunikasi dan integrasi organisasi.

Tabel 11
Dimensi Cara Sejawat Berkomunikasi

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.933	58.664	58.664	2.933	58.664	58.664
2	1.186	23.726	82.390	1.186	23.726	82.390
3	.465	9.296	91.686			
4	.332	6.642	98.328			
5	.084	1.672	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
Sejawat2	-.132	.952
Sejawat3	.793	.189
Sejawat4	.947	-.064
Sejawat5	.878	-.304
Sejawat6	.787	.385

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 2 components extracted.

Pada variabel cara sejawat berkomunikasi, faktor yang ada mampu menjelaskan 82,390% dari variabel dan sisanya oleh faktor lain. Namun dari jumlah tersebut, variabel cara sejawat berkomunikasi terbagi pada 2 dimensi yang teridentifikasi yaitu FRIENDSHIP dan

PERGAULAN. Friendship merupakan dimensi dimana digambarkan bahwa adanya lingkungan yang bersahabat dalam perusahaan. Yang termasuk dalam dimensi ini adalah faktor 2. Sedangkan Pergaulan merupakan dimensi dimana perusahaan tidak membatasi atau karyawan tidak membatasi diri dalam beraktivitas di luar kantor. Yang tergabung dalam dimensi ini adalah 3,4,5, dan 6

Dan terakhir integrasi organisasi, faktor-faktor terbagi ke dalam 2 dimensi yaitu TEAMWORK dan ACCEPTABILITAS.

Tabel 12
Dimensi Integrasi Organisasi

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.282	45.643	45.643	2.282	45.643	45.643
2	1.185	23.700	69.344	1.185	23.700	69.344
3	.946	18.919	88.263			
4	.400	8.004	96.267			
5	.187	3.733	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component	
	1	2
Integrasi1	.865	-.193
Integrasi2	.869	.371
Integarsi3	.277	-.428
Integrasi4	.074	.901
Integrasi5	.834	-.123

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 2 components extracted.

Teamwork merupakan dimensi dimana setiap anggota atau bagian dari perusahaan dapat bekerjasama memajukan perusahaan yang termasuk faktor 1, 2, 3 dan 5. Sedangkan *acceptabilitas* dimana setiap karyawan mampu diterima di dalam perusahaan atau dapat dikatakan tidak ada *gap* di dalam perusahaan yang termasuk didalamnya adalah faktor 4. Kedua dimensi ternyata menjelaskan 69,344% dari variabel dan sisanya oleh faktor lain.

Pada variabel informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, faktor-faktor yang ada mampu menjelaskan 76,241% variabel tersebut dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Dan tidak ada dimensi yang lain yang muncul. Pada variabel kecukupan informasi, faktor-faktor yang ada mampu menjelaskan 63,257% dan sisanya oleh faktor lain. Faktor-faktor tersebut hanya mengidentifikasi 1 dimensi dari variabel tersebut. Dalam variabel Kemampuan untuk menyarankan perbaikan, faktor-faktor yang ada mampu menjelaskan 49,982% dan sisanya dijelaskan faktor lain yang belum teridentifikasi serta menggambarkan hanya 1 dimensi.

Lalu pada variabel efisiensi berbagai saluran ke bawah, faktor-faktor yang ada hanya menjelaskan 43,376 dari variabel dan sisa dijelaskan faktor lain. Dan faktor tersebut hanya menghasilkan satu dimensi. Sedangkan pada variabel kualitas media komunikasi, hanya 69,576% yang mampu dijelaskan oleh faktor-faktor yang ada sedangkan sisanya oleh faktor lain. Dan tidak ada variabel lain yang teridentifikasi sehingga hanya variabel tersebut yang tergambar dari faktor-faktor. Sedangkan faktor-faktor dari variabel Informasi mengenai organisasi secara keseluruhan hanya mampu menjelaskan sebesar 46,170% dan sisanya dijelaskan faktor lain. Dan faktor-faktor tersebut tidak mengidentifikasikan dimensi lain artinya hanya ada 1 dimensi.

IV. 4. ANALISA DESKRIPTIF

Setelah melakukan uji reliabilitas dan validitas dari masing-masing faktor, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisa deskriptif. Analisa ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran jawaban responden pada masing-masing faktoryang terdapat dalam variabel-variabel dan dimensi-dimensi.

1. DUKUNGAN PIMPINAN TERHADAP ANGGOTA

Pada analisa ini, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang dukungan pimpinan terhadap anggota. Berdasarkan hasil kuisisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang dukungan pimpinan terhadap anggota, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 13
ANALISA DESKRIPTIF VARIABEL DUKUNGAN PIMPINAN TERHADAP ANGGOTA

No	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	<i>Dalam bekerja, pimpinan memberi petunjuk kerja kepada saya</i>	1	10	14	41	4	3.53
2	<i>Pimpinan memberikan jalan keluar terhadap permasalahan yang saya hadapi</i>	0	4	16	34	16	3.89
3	<i>Pimpinan memperhatikan prestasi kerja saya</i>	0	3	15	28	24	4.04
4	<i>Saya merasakan adanya dukungan dari pimpinan dalam bekerja</i>	0	2	16	44	8	3.83
5	<i>Pimpinan merasa saya dibutuhkan dalam organisasi</i>	0	0	13	47	10	3.96

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai dukungan pimpinan terhadap anggota. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap dukungan pimpinan terhadap anggota memiliki kecenderungan yang positif.

2. PENGAMBILAN KEPUTUSAN YANG PARTISIPASIF

Pada analisa ini, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang pengambilan keputusan yang partisipatif. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang pengambilan keputusan yang partisipatif, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 14
ANALISA DESKRIPTIF VARIABEL PENGAMBILAN KEPUTUSAN YANG PARTISIPASIF

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Pimpinan melibatkan saya dalam rapat-rapat organisasi		7	22	34	7	3.59
2	Dalam situasi kerja yang mendesak, saya bolen mengambil keputusan kerja sendiri		3	27	31	9	3.66
3	Saya merasa bebas melontarkan pendapat dalam rapat organisasi	1	24	13	25	7	3.19
4	Saya merasa pimpinan menghargai pendapat saya		3	7	55	5	3.89

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai pengambilan keputusan yang partisipatif. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor

tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap pengambilan keputusan yang partisipatif memiliki kecenderungan yang positif.

3. KEPERCAYAAN

Pada analisa ini, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang kepercayaan. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang kepercayaan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 15
ANALISA DESKRIPTIF VARIABEL KEPERCAYAAN

NO	Kepercayaan	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Menurut saya, pimpinan memiliki kemampuan untuk memimpin bawahannya			4	40	26	4.31
2	Menurut saya, pimpinan telah menduduki jabatan yang tepat	6	1	11	32	20	3.84
3	Saya merasa dipercaya dalam menjalankan pekerjaan saya			10	55	5	3.93
4	Pimpinan memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi terhadap anggota mereka		1	5	50	14	4.10
5	Saya percaya, bahwa pimpinan menghargai pendapat saya		15	19	34	2	3.33
6	Saya percaya pada kebenaran isi pesan yang saya terima		3	25	42		3.56
7	Semua pimpinan tampaknya dapat dipercaya bawahan dan mereka dapat saling mengandalkan		2	23	43	2	3.64
8	Segenap anggota organisasi tampaknya mempercayai pimpinan dan mereka dapat saling mengandalkan		13	17	34	6	3.47

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai kepercayaan. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap kepercayaan memiliki kecenderungan yang positif.

4. KETERBUKAAN DAN KETERUSTERANGAN

Pada analisa ini, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang keterbukaan dan keterusterangan. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang keterbukaan dan keterusterangan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 16
ANALISA DESKRIPTIF VARIABEL KETERBUKAAN DAN KETERUSTERANGAN

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya merasa bebas untuk melontarkan pendapat kepada pimpinan setiap kali bertemu	2	10	14	42	2	3.46
2	Pimpinan mau menerima kritik dan saran dari saya		8	14	33	15	3.79
3	Pimpinan mau memberikan jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan		2	19	43	6	3.76
4	Perusahaan mau memberikan informasi tentang manajemennya, sebatas yang perlu diketahui anggota		7	15	39	9	3.71

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai keterbukaan dan keterusterangan. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor

tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap keterbukaan dan keterusterangan memiliki kecenderungan yang positif.

5. TUJUAN PRESTASI YANG TINGGI

Pada analisa ini, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang tujuan prestasi yang tinggi. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang tujuan prestasi yang tinggi, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 17
ANALISA DESKRIPTIF VARIABEL TUJUAN PRESTASI YANG TINGGI

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya mengetahui tujuan dari kegiatan perusahaan	6	3	13	39	9	3.60
2	Saya menganggap tujuan tersebut sudah baik dan benar		13	27	30		3.24
3	Menurut saya, semua karyawan menunjukkan komitmen terhadap tujuan berkinerja tinggi		13	16	37	4	3.46
4	Pimpinan menjelaskan kepada saya tentang tujuan pekerjaan saya	7		5	57	1	3.64
5	Sebelum menjalankan suatu pekerjaan, kami (karyawan dan pimpinan) biasanya mendiskusikan dahulu tujuan pekerjaan tersebut	2	14	7	46	1	3.43

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai tujuan prestasi yang tinggi. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut

menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap tujuan prestasi yang tinggi memiliki kecenderungan yang positif.

6. VARIABEL KEPUASAN KOMUNIKASI

6.1. Dimensi Informasi Yang Berkaitan dengan Pekerjaan

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan. Berdasarkan hasil kuisisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 18
ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI TUJUAN PRESTASI YANG TINGGI

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Semua karyawan memperoleh penjelasan yang dapat <i>meningkatkan kemampuan koordinasi mereka tentang pekerjaan dalam perusahaan</i>			17	44	9	3.89
2	Dalam tiga bulan terakhir, frekuensi antara saya dengan pimpinan tentang pekerjaan lebih sering dilakukan		2	26	33	6	3.49

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasar

skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan memiliki kecenderungan yang positif.

6.2. Dimensi Kecukupan Informasi

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang kecukupan informasi. Berdasarkan hasil kuisisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang kecukupan informasi, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 19
ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI KECUKUPAN INFORMASI

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Menurut saya, kegiatan komunikasi telah berlangsung baik dalam perusahaan	7		16	44	3	3.51
2	Perusahaan memberikan peluang cukup untuk menghasilkan kerja yang unggul		17	11	42		3.36
3	Saya merasa telah mendapatkan semua informasi yang saya butuhkan dalam perusahaan		14	34	13	9	3.24

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai kecukupan informasi. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap kecukupan informasi memiliki kecenderungan yang positif.

6.3. Dimensi Kemampuan Menyarankan Perbaikan

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang kemampuan menyarankan perbaikan. Berdasarkan hasil kuisisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang kemampuan menyarankan perbaikan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 20

ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI KEMAMPUAN MENYARANKAN PERBAIKAN

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya merasa bebas mencari nasehat bila menghadapi kesulitan yang berkaitan dengan tugas		3	10	52	5	3.84
2	Pimpinan bertindak bijak bila mendisiplinkan atau menegur karyawannya; tidak ada niat mempermalukan mereka di depan umum		14	15	35	6	3.47
3	Pimpinan senantiasa mau mendengarkan dan bersikap terbuka pada saran atau laporan tentang persoalan dari bawahannya		10		50	10	3.86

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai kemampuan menyarankan perbaikan. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap kemampuan menyarankan perbaikan memiliki kecenderungan yang positif.

6.4. Dimensi Efisiensi Berbagai Saluran Komunikasi Ke Bawah

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 21
ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI EFISIENSI BERBAGAI SALURAN
KOMUNIKASI KE BAWAH

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Saya merasa mendapatkan kebebasan untuk saling berkomunikasi dengan pimpinan	3	6	9	45	7	3.67
2	Terdapat saluran komunikasi untuk menyampaikan saran, kritik dan keluhan dalam organisasi secara tertutup		17	19	29	5	3.31
3	Pimpinan cukup berpartisipasi dalam pertemuan departemen		12	13	40	5	3.54
4	Saluran komunikasi (spt email) berfungsi dengan baik dan efisien	4		12	50	4	3.71
5	Menurut saya, pimpinan tidak pernah mengalami masalah untuk berkomunikasi dengan anggotanya	3	11	15	36	5	3.41

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasar skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah memiliki kecenderungan yang positif.

6.5. Dimensi Kualitas Media Komunikasi Internal

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang kualitas media komunikasi internal. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang kualitas media komunikasi internal, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 22
ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI KUALITAS MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Terdapat media dalam organisasi yang berfungsi untuk menjembatani komunikasi antara karyawan dengan pimpinan		25	7	30	8	3.30
2	Terdapat media dalam organisasi yang berfungsi untuk menjembatani komunikasi antar karyawan		23	8	30	9	3.36
3	Media-media tersebut berjalan dengan baik sesuai dengan fungsinya	6	15	22	18	9	3.13
4	Menurut saya, kualitas media-media tersebut cukup baik		23	12	27	8	3.29
5	Menurut saya, media-media tersebut dapat dipercaya kebenaran isinya		24	11	35		3.16

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai kualitas media komunikasi internal. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap kualitas media komunikasi internal memiliki kecenderungan yang positif.

6.6. Dimensi Cara Sejawat Berkomunikasi

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang cara sejawat berkomunikasi. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang cara sejawat berkomunikasi, dapat dilihat pada tabel dibawah :

TABEL 23
ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI CARA SEJAWAT BERKOMUNIKASI

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
51	Saya merasa mendapatkan kebebasan untuk saling berkomunikasi dengan rekan-rekan			3	45	22	4.27
52	Teman-teman dalam perusahaan adalah orang baik-baik dan menyenangkan untuk diajak bergaul		7		46	15	3.90
53	Sesama karyawan sering bertemu diluar kantor	1	10	19	34	6	3.49
54	Sesama karyawan sering beraktivitas bersama selain tugas dari perusahaan		15	7	42	6	3.56
55	Sesama karyawan sering mengadakan pertemuan informal diluar tugas dari perusahaan	7	10	6	47		3.33
56	Setiap karyawan dapat mengungkapkan 'apa isi pikirannya' bila sedang berbicara, bik dengan pimpinan ataupun teman sejawat		10	3	47	10	3.81

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai cara sejawat berkomunikasi. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata setiap indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasar skor tersebut

berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap informasi tentang organisasi secara keseluruhan memiliki kecenderungan yang positif.

6.8. Dimensi Integrasi Organisasi

Pada analisa selanjutnya, peneliti ingin melihat sejauh mana persepsi responden tentang integrasi organisasi. Berdasarkan hasil kuisioner secara keseluruhan, maka gambaran persepsi responden tentang integrasi organisasi, dapat dilihat pada tabel dibawah :

TABEL 25
ANALISA DESKRIPTIF DIMENSI INTEGRASI ORGANISASI

NO	INDIKATOR	FREKUENSI					SKOR RATA-RATA
		1	2	3	4	5	
1	Kerjasama dan kontak dengan departemen lain berjalan secara memuaskan	8	10	20	31	1	3.10
2	Semua karyawan tampaknya dapat saling mempercayai dengan pimpinannya dan mereka dapat saling mengandalkan	7	22	12	29		2.90
3	Saya merasa bagian dari perusahaan			3	65	2	3.99
4	Saya merasa diterima di departemen manapun di perusahaan		7	17	46		3.56
5	Menurut saya, Global TV adalah perusahaan yang solid dan kompak	15	21	5	22	7	2.79

Berdasarkan hasil tabel di atas, sebagian responden setuju dengan sejumlah pernyataan mengenai integrasi organisasi. Analisa ini didasari oleh hasil rata-rata sebagian indikator nilainya mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga berdasarkan skor tersebut menjelaskan bahwa persepsi responden terhadap integrasi organisasi memiliki kecenderungan yang positif.

Namun sebagian indikator yaitu indikator 2 dan 5 memiliki kecenderungan negatif karena nilainya mendekati nilai minimal yaitu 1 atau lebih kecil dari nilai tengah yaitu 3.

Secara keseluruhan jika seluruh dimensi – dimensi di atas digabungkan ke dalam satu variabel maka akan tergambar keseluruhan variabel kepuasan komunikasi. Berdasarkan hasil di atas, maka gambaran mengenai variabel kepuasan komunikasi pada Global TV akan terlihat seperti pada tabel di bawah ini:

TABEL 25
ANALISA DESKRIPTIF VARIABEL KEPUASAN KOMUNIKASI

NO	dimensi	FREKUENSI					Rata2
		1	2	3	4	5	
1	Informasi Berkaitan dengan Pekerjaan		2	43	77	15	3.69
2	Kecukupan Informasi	7	31	61	99	12	3.37
3	Kemampuan Untuk Menyarankan Perbaikan	0	27	25	137	21	3.72
4	Efisiensi Berbagai Saluran Komunikasi dibawah	10	46	68	200	26	3.53
5	Kualitas media komunikasi internal	6	110	60	140	34	3.25
6	Cara Sejawat Berkomunikasi	8	52	38	261	59	3.73
7	Informasi Tentang Organisasi Secara keseluruhan	1	40	72	154	11	3.46
8	Integrasi Organisasi	30	60	57	193	10	3.27

Dari tabel di atas, dapat dilihat sebagian besar responden setuju dengan sejumlah pertanyaan mengenai kepuasan komunikasi. Bila nilai rata-rata diatas dijumlahkan lalu dibagi jumlah dimensi maka kepuasan komunikasi memiliki rata-rata 3,5. Nilai rata-rata tersebut mendekati nilai maksimal yaitu 5. Sehingga dapat disimpulkan kepuasan komunikasi memiliki kecenderungan positif. Hal ini bisa juga dikatakan bahwa responden memiliki persepsi yang positif tentang kepuasan komunikasi.

IV.5. ANALISA UJI BIVARIAT

Untuk menguji secara bivariat masing-masing variabel independen dengan variabel dependen, peneliti menggunakan korelasi pearson. Korelasi pearson ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel dalam penelitian ini dan seberapa besar hubungannya. Seangkan ketentuan yang berlaku untuk menentukan kekuatan masing-masing variabel adalah berdasarkan tabel interpretasi kekuatan hubungan XY menurut Pearson seperti dalam tabel 1 bab 3. Secara rinci, hasil uji bivariat pada penelitian adalah sebagai berikut:

5.1. KORELASI ANTARA DUKUNGAN PIMPINAN TERHADAP ANGGOTA DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Dari 70 sampel, maka output yang diperoleh secara keseluruhan dari hubungan variabel independen dukungan pimpinan terhadap anggota dan variabel dependen kepuasan komunikasi diperoleh tabel sebagai berikut

TABEL 26
KORELASI DUKUNGAN PIMPINAN TERHADAP ANGGOTA DENGAN
KEPUASAN KOMUNIKASI

Correlations

		Kepuasan_Ko munikasi	Dukungan_Pim pinan_Terhada p_Anggota
Kepuasan_Komunikasi	Pearson Correlation	1	.176
	Sig. (2-tailed)		.145
	N	70	70
Dukungan_Pimpinan_Terh adap_Anggota	Pearson Correlation	.176	1
	Sig. (2-tailed)	.145	
	N	70	70

tersebut memiliki hubungan. Namun nilai pearson korelasi kedua variabel tersebut 0,737 sehingga dapat dikatakan bahwa keduanya memiliki hubungan yang positif dan kuat.

5.3. KORELASI ANTARA KEPERCAYAAN DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Dari 70 sampel, maka output yang diperoleh secara keseluruhan dari hubungan variabel independen kepercayaan dan variabel dependen kepuasan komunikasi diperoleh tabel sebagai berikut:

TABEL 28
KORELASI KEPERCAYAAN DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Correlations

		Kepuasan_Ko munikasi	Kepercayaan
Kepuasan_Komunikasi	Pearson Correlation	1	.254(*)
	Sig. (2-tailed)		.034
	N	70	70
Kepercayaan	Pearson Correlation	.254(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.034	
	N	70	70

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Korelasi antara variabel Kepercayaan dengan variabel kepuasan anggota memiliki signifikansi < 0,05 (0,034) sehingga dapat dikatakan dua variabel tersebut memiliki hubungan. Namun nilai pearson korelasi kedua variabel tersebut 0,256 sehingga dapat dikatakan bahwa keduanya memiliki hubungan yang positif tetapi hubungan keduanya lemah.

5.4. KORELASI ANTARA KETERBUKAAN DAN KETERUSTERANGAN DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Dari 70 sampel, maka output yang diperoleh secara keseluruhan dari hubungan variabel independen keterbukaan, dan keterusterangan dan variabel dependen kepuasan komunikasi diperoleh tabel sebagai berikut:

TABEL 29
KORELASI KETERBUKAAN DAN KETERUSTERANGAN DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Correlations

		Kepuasan_Komunikasi	Keterbukaan_dan_Keterusterangan
Kepuasan_Komunikasi	Pearson Correlation	1	.024
	Sig. (2-tailed)		.844
	N	70	70
Keterbukaan_dan_Keterusterangan	Pearson Correlation	.024	1
	Sig. (2-tailed)	.844	
	N	70	70

Korelasi antara variabel Keterbukaan dan Keterusterangan dengan variabel kepuasan anggota memiliki signifikansi $> 0,05$ (0,844) sehingga dapat dikatakan dua variabel tersebut tidak memiliki hubungan.

5.5. KORELASI ANTARA TUJUAN PRESTAS TINGGI DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Dari 70 sampel, maka output yang diperoleh secara keseluruhan dari hubungan variabel tujuan prestasi yang tinggi dan variabel dependen kepuasan komunikasi diperoleh tabel sebagai berikut:

TABEL 30
KORELASI TUJUAN PRESTASI YANG TINGGI DENGAN KEPUASAN KOMUNIKASI

Correlations

		Kepuasan_Ko munikasi	Tujuan_Presta si_Yang_Tinggi
Kepuasan_Komunikasi	Pearson Correlation	1	.537(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
Tujuan_Prestasi_Yang_Tinggi	Pearson Correlation	.537(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelasi antara variabel Tujuan Prestasi yang Tinggi dengan variabel kepuasan anggota memiliki signifikansi $< 0,05$ (0,00) sehingga dapat dikatakan dua variabel tersebut memiliki hubungan. Namun nilai pearson korelasi kedua variabel tersebut 0,537 sehingga dapat dikatakan bahwa keduanya memiliki hubungan yang positif dan cukup kuat

IV.6. ANALISA UJI MULTIVARIAT

Berdasarkan kerangka teori yang dibangun dalam penelitian ini, dikatakan bahwa ada pengaruh langsung faktor-faktor iklim komunikasi dalam organisasi terhadap kepuasan komunikasi anggota. Oleh karena itu, teknik analisa data yang digunakan selanjutnya adalah *Multiple Regression* untuk mengetahui variabel manakah yang memiliki pengaruh lebih besar dari kelima variabel yang diasumsikan mempengaruhi variabel dependen, dan seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen tersebut kepada variabel dependen.

Metode yang digunakan adalah metode Enter. Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami pengaruh antar variabel secara komprehensif, sesuai dengan hipotesa

penelitian. Nilai Beta (B) menunjukkan kontribusi pengaruh masing-masing variabel dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, dan tujuan prestasi yang tinggi terhadap variabel kepuasan komunikasi.

Uji regresi dilakukan untuk melihat kekuatan pengaruh variabel dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, dan tujuan prestasi yang tinggi terhadap variabel kepuasan komunikasi.

Sebelum melihat nilai yang dihasilkan uji Multiple Regression, berikut, adalah ketentuan yang menjadi pedoman untuk menginterpretasikan nilai-nilai yang diperoleh:

- ❖ Ho : Tidak ada pengaruh antara variabel – variabel independen dalam hal ini faktor-faktor iklim komunikasi dengan variabel kepuasan komunikasi.
- ❖ Ha : Terdapat pengaruh antara variabel – variabel faktor-faktor iklim komunikasi dengan variabel kepuasan komunikasi.
- ❖ Nilai signifikansi pada tabel ANOVA yang diterima untuk menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen $< 0,05$
- ❖ Nilai R pada tabel *Model Summary* menunjukkan kekuatan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan ketentuan yang berlaku untuk menentukan kekuatan pengaruh masing-masing variabel adalah berdasarkan tabel interpretasi kekuatan hubungan XY menurut Pearson seperti pada tabel 1 pada bab 3.
- ❖ Nilai *R square* pada tabel *Model Summary* menunjukkan persentase kemampuan keragaman (varians) yang dimiliki variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

❖ Nilai Beta (B) menunjukkan kontribusi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan pertimbangan yang sama dengan yang di atas, yang akan dilihat dalam penelitian ini adalah nilai beta yang berada dalam kolom koefisien determinasi yang telah disesuaikan.

- Nilai beta positif berarti antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh yang positif atau berbanding lurus.
- Nilai beta negatif berarti antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh yang negatif atau bertolak belakang

Dalam perhitungan melalui SPSS, maka diperoleh hasil regresinya sebagai berikut:

Tabel 31
Model Summary Pengaruh Antar Variabel Secara Keseluruhan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812(a)	.659	.633	8.13138

a Predictors: (Constant), Tujuan_Prestasi_Yang_Tinggi, Keterbukaan_dan_Keterusterangan, Pengambilan_Keputusan_Yang_Partisipasif, Kepercayaan, Dukungan_Pimpinan_Terhadap_Anggota

Tabel 32
ANOVA Pengaruh Antar Variabel Secara Keseluruhan
 ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8184.429	5	1636.886	24.757	.000(a)
	Residual	4231.643	64	66.119		
	Total	12416.071	69			

a Predictors: (Constant), Tujuan_Prestasi_Yang_Tinggi, Keterbukaan_dan_Keterusterangan, Pengambilan_Keputusan_Yang_Partisipasif, Kepercayaan, Dukungan_Pimpinan_Terhadap_Anggota

b Dependent Variable: Kepuasan_Komunikasi

Tabel 33
Coefficients Pengaruh Antar Variabel Secara Keseluruhan
 Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	62.519	12.862		4.861	.000
	Dukungan_Pimpinan_Terhadap_Anggota	.453	.674	.085	.673	.503
	Pengambilan_Keputusan_Yang_Partisipasif	3.337	.429	.615	7.771	.000
	Kepercayaan	-1.204	.463	.291	-2.603	.011
	Keterbukaan_dan_Keterusterangan	-.157	.750	-.026	-.209	.835
	Tujuan_Prestasi_Yang_Tinggi	2.015	.467	.495	4.310	.000

a Dependent Variable: Kepuasan_Komunikasi

Berdasarkan perhitungan regresi yang tergambar pada ketiga tabel di atas maka diketahui:

1. Dari *Model Summary*, diketahui bahwa nilai R sebesar 0,812. Sesuai dengan nilai Koefisien r pada tabel 1 pada bab 3, menunjukkan bahwa dengan kekuatan hubungan variabel independen dan variabel dependen adalah kuat dan positif.
2. Nilai *Adjust R square* sebesar 0,659. Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel, *dukunagn pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipasif, kepercayaan, ketrbukaan dan keterusterangan, dan tujuan prestasi yang tinggi*, mampu menjelaskan 65,9% keragaman dari variabel *kepuasan Komunikasi*.
3. Dar tabel ANOVA, diketahui nilai signifikansi adalah 0,00. Ini berarti nilainya telah memenuhi persyaratan karena lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen.
4. Berdasarkan tabel **Coefficients** dapat diketahui nilai Beta yang menjelaskan kekuatan pengaruh dan dari tiap variabel. Selain itu dapat juga dapat juga diketahui nilai signifikansi tiap variabel. Hasil analisa berdasarkan tabel **Coefficients** sebagai berikut:

- a) Pengaruh yang tidak signifikan terdapat pada variabel *dukunagn pimpinan terhadap anggota* dan *keterhbukaan dan keterusterangan terhadap kepuasan komunikasi*. Hal ini ditunjukan dengan nilai signifikansi di atas 0,05 yaitu 0,503 dan 0,835. Maka pada dua variabel tersebut, H_0 diterima dan H_a ditolak. Selain pengaruh yang tidak signifikan, angka beta pada kedua variabel tersebut sangat rendah yaitu 0,085 dan -0,026.

b) Sedangkan pengaruh pada variabel independen lain, pengambilan keputusan yang partisipasif, kepercayaan, dan tujuan prestasi yang tinggi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Maka pada ketiganya, Ho ditolak dan Ha diterima. Walaupun ketiganya memiliki kekuatan hubungan yang berbeda berdasarkan angka beta terhadap kepuasan komunikasi. Terdapat pengaruh yang cukup kuat pada variabel pengambilan keputusan yang partisipasif (0,615) dan tujuan prestasi yang tinggi (0,495) terhadap kepuasan komunikasi. Sedangkan variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang lemah (0,291).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. ANALISA DAN KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan media televisi yang belum *establish*, baik secara sistem, keuangan, program dan produknya. Perusahaan ini belum memiliki sistem perusahaan yang permanen dimana belum adanya standar operasional prosedur (SOP) yang tetap. Selain itu banyak program atau produk yang dihasilkan hanya memiliki usia yang tidak cukup lama karena tidak adanya sponsor yang cukup kuat untuk membuat program bertahan lama.

Penelitian ini juga dilakukan pada perusahaan media televisi yang rata-rata karyawannya bekerja paling lama 5-6 tahun sesuai dengan usia televisi. Pada perusahaan televisi Global TV memiliki tingkat pendidikan yang beragam mulai S1 hingga SMA. Hal ini dilandaskan karena perekrutan berlandaskan keahlian dan banyaknya rekomendasi pimpinan.

Iklim komunikasi yang tercipta pada perusahaan Global TV pada dasarnya telah tercipta dengan baik. Hal ini disebabkan karena dari variabel iklim komunikasi yaitu *dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, ketrbukaan dan keterusterangan, dan tujuan prestasi yang tinggi*, semua menunjukkan persepsi yang positif walau belum cukup signifikan. Selain itu hampir sebagian besar pertanyaan dalam setiap faktor pada variabel iklim komunikasi dijawab setuju.

Hal tersebut menunjukan bahwa pada perusahaan Global TV, dukungan pimpinan terhadap anggotanya telah tercipta dengan baik. Pimpinan cukup memberikan dukungan

terhadap karyawan. Karyawan telah cukup diikutsertakan dalam pengambilan keputusan. Karyawan telah cukup merasa diberi kepercayaan dalam menjalankan tugas. Perusahaan atau pimpinan telah cukup terbuka dan terusterang terhadap karyawan. Dan sasaran dan tujuan operasi perusahaan telah cukup dikomunikasikan kepada karyawan.

Iklm komunikasi yang baik, menurut Little John, bisa disebabkan karena tiga hal yaitu struktur organisasi, aparatur pencipta iklim komunikasi, dan karakteristik anggota organisasi. Dalam hal ini, faktor aparatur pencipta iklim komunikasi berperan sangat besar. Direksi dan pimpinan lain berperan besar menciptakan iklim komunikasi dengan baik. Seperti hal perusahaan lain, setiap karyawan diberi tugas dan tanggungjawab masing-masing dengan mekanisme pembagian tugas dan kontrol dari pimpinan. Aparatur penciptaan iklim komunikasi juga membuat mekanisme arus komunikasi antar pimpinan dan anggota atau antar departemen.

Struktur organisasi juga memiliki peran dalam tercipta iklim komunikasi yang baik. Karena dengan struktur organisasi yang jelas maka tercipta garis yang jelas dan tegas antar karyawan dan pimpinan. Sehingga garis komando dan komunikasi tercipta dengan jelas. Dan struktur yang ada sangat jelas mampu mengelompokkan karyawan atas kesamaan karakteristik, kemampuan dan keterampilan, dan tingkat pendidikan. Sehingga dengan kesamaan tersebut karyawan dapat berkomunikasi dengan baik.

Selain faktor-faktor iklim komunikasi tersebut, variabel kepuasan komunikasi juga tergambar dalam perusahaan dengan cukup baik. Hal ini disebabkan hampir semua dari 8 dimensi menurut Wayne Pace dan Don F. Faules, memiliki kecenderungan yang positif walaupun belum cukup signifikan. Dan dari hasil analisa dapat dilihat bahwa sebagian besar

responden memiliki persepsi kepuasan komunikasi yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dengan rata-rata yang mencapai 3,5.

Pace dan Faules (2000) menjelaskan bahwa iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro- mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersonal, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi (hal.154). Sedangkan menurut Redding kepuasan komunikasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan atau anggota organisasi mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Istilah *kepuasan komunikasi* digunakan untuk menyatakan “keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan anggota organisasi dalam lingkungan total organisasinya (Redding, 1972, hal. 429).

Menurut Jablin, salah satu kekeliruan yang sering dibuat oleh para peneliti yang meneliti tentang iklim komunikasi adalah bertindahnya makna iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi (Goldhaber, 1990, hal. 67). Padahal iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi mempunyai makna yang berbeda. Iklim komunikasi mendeskripsikan lingkungan kerja, sedangkan yang dimaksud dengan kepuasan komunikasi adalah reaksi dan perasaan terhadap lingkungan tersebut (Goldhaber, 1990, hal.67). Dennis Richetto, dan Wiemann juga mengeluarkan data yang mendukung bahwa ada hubungan yang kuat dan positif antara kepuasan komunikasi dan iklim komunikasi dan selanjutnya dapat menciptakan keefektifan organisasi (Goldhaber, 1990, hal.67).

TV memiliki hubungan yang kuat. Sehingga secara keseluruhan membuktikan bahwa iklim komunikasi memiliki hubungan dan mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan walaupun tidak semua faktor memiliki hubungan dengan kepuasan komunikasi. Hal ini memperkuat teori Dennism Richetto, dan Wiemann. Lalu, nilai R square sebesar 0,659 menunjukkan bahwa kelima variabel independen mampu menjelaskan 65,9% keragaman dari variabel dependen yaitu kepuasan komunikasi karyawan perusahaan Global TV.

Tabel ANOVA menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00 dan berada di bawah 0,05. Sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen dalam organisasi dalam perusahaan Global TV. Berdasarkan tabel Coefficients dapat diketahui nilai Beta yang menjelaskan kekuatan pengaruh dari tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu mampu diketahui signifikansi tiap variabel independen yang terjadi terhadap variabel dependen. Kemudian dapat dihasilkan bahwa pengaruh yang tidak signifikan terjadi antara variabel dukungan pimpinan terhadap anggota terhadap kepuasan komunikasi (0,503) dan variabel keterbukaan dan keterusterangan terhadap kepuasan komunikasi (0,835). Kedua variabel ini memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Hal ini menolak hipotesa awal yaitu terdapat korelasi r Pearson yang signifikan antara kedua variabel independen tersebut dengan variabel dependen. Selain itu, hubungan kedua variabel independen tersebut dengan variabel dependen memiliki nilai beta yang terendah 0,085 dan -0,026. Sehingga menunjukkan bahwa pengaruh keduanya terhadap variabel dependen sangat lemah. Dan hal ini menolak hipotesa awal bahwa semakin tinggi skor kedua variabel independen akan semakin tinggi juga skor variabel kepuasan komunikasi.

Menurut tabel *Coefficients*, terdapat ketiga variabel tersisa yaitu Pengambilan Keputusan yang Partisipatif, Kepercayaan, dan Tujuan Prestasi yang Tinggi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan komunikasi. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai signifikasinya di bawah 0,05. Hal ini menerima hipotesa awal tentang pengaruh yang terjadi yaitu terdapat Korelasi *r* Pearson yang signifikan antara ketiga variabel tersebut dengan variabel kepuasan komunikasi. Selain itu, angka beta pada variabel pengambilan keputusan yang partisipatif (0,615) dan variabel tujuan prestasi yang tinggi (0,495) memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap variabel kepuasan komunikasi. Sehingga dapat menerima hipotesa awal yang mengatakan bahwa semakin tinggi skor kedua variabel tersebut maka semakin tinggi juga variabel kepuasan komunikasi. Sedangkan angka beta pada variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang lemah terhadap variabel kepuasan komunikasi (0,291). Walaupun lemah namun hipotesa awal dapat diterima yaitu semakin tinggi skor variabel kepercayaan maka semakin tinggi juga variabel kepuasan komunikasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor iklim komunikasi yang berpengaruh dalam pemenuhan kepuasan komunikasi karyawan perusahaan Global TV adalah faktor pengambilan keputusan yang partisipatif, faktor tujuan prestasi yang tinggi dan faktor kepercayaan. Hal ini menarik karena sebagian dari responden menginginkan agar perusahaan tempat mereka mencari nafkah dapat maju dan berkembang. Sehingga mereka menginginkan agar mereka mampu turut serta dalam pengambilan keputusan yang menyangkut pekerjaan mereka.

Menurut *Triangle System* dalam manajemen media, dimana terdapat 3 elemen saling berkaitan yaitu televisi, *advertising*, dan masyarakat. Televisi membuat program acara yang menghibur masyarakat sehingga akan mendatangkan iklan. Iklan membutuhkan televisi untuk

tempat berpromosi dan dari promosi itu diharapkan masyarakat membeli produk mereka. Sedangkan masyarakat membutuhkan televisi sebagai sarana hiburan, informasi, dan pendidikan. Dan diharapkan masyarakat mampu membeli produk dari iklan yang dipasang di televisi. Bisa dikatakan bahwa televisi menjual jasa kepada masyarakat dan menjual produk berupa program kepada pengiklan. Sehingga bisa dikatakan televisi memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lain pada umumnya. Untuk itu, iklim komunikasi yang baik sangat penting menjaga stabilitas perusahaan. Peran karyawan dalam penciptaan keputusan dan terciptanya iklim komunikasi yang baik sangat diperlukan.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor-faktor iklim komunikasi yang berupa dukungan pimpinan terhadap anggota, pengambilan keputusan yang partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, dan tujuan prestasi yang tinggi, sudah berjalan cukup baik dan positif walaupun belum cukup signifikan.
2. Pimpinan sudah cukup baik memberikan dukungan kepada karyawan.
3. Karyawan sudah cukup baik diberikan partisipasi dalam pengambilan keputusan.
4. Karyawan telah cukup baik diberikan kepercayaan
5. Perusahaan sudah cukup terbuka dan terusterang terhadap tujuan dan sasaran prestasi dari perusahaan sehingga anggota cukup mengerti dalam mengerjakan tugasnya.
6. Secara keseluruhan, karyawan mempunyai kepuasan yang cukup baik.
7. Ada hubungan yang nyata, searah, namun sangat lemah antara dukungan pimpinan terhadap anggota dengan kepuasan komunikasi.

8. Ada hubungan yang nyata, searah, namun sangat lemah antara dukungan pimpinan terhadap anggota dengan kepuasan komunikasi.
9. Ada hubungan yang nyata, searah, dan kuat antara pengambilan keputusan yang partisipasif dengan kepuasan komunikasi.
10. Ada hubungan yang nyata, searah, namun lemah antara kepercayaan dengan kepuasan komunikasi.
11. Ada hubungan yang nyata, searah, namun sangat lemah antara keterbukaan dan keterusterangan dengan kepuasan komunikasi.
12. Ada hubungan yang nyata, searah, dan cukup kuat antara tujuan prestasi yang tinggi dengan kepuasan komunikasi.
13. Terdapat pengaruh yang sangat lemah dan dapat diabaikan serta tidak nyata antara dukungan pimpinan terhadap anggota terhadap kepuasan komunikasi. Dan menolak hipotesa awal.
14. Terdapat pengaruh yang sangat lemah dan dapat diabaikan serta tidak nyata antara dukungan pimpinan terhadap anggota terhadap kepuasan komunikasi. Dan menolak hipotesa awal
15. Terdapat pengaruh yang kuat dan nyata antara pengambilan keputusan yang partisipasif terhadap kepuasan komunikasi. Dan menerima hipotesa awal
16. Terdapat pengaruh yang lemah dan nyata antara kepercayaan terhadap kepuasan komunikasi. Dan menerima hipotesa awal

17. Terdapat pengaruh yang sangat lemah dan dapat diabaikan serta tidak nyata keterbukaan dan keterusterangan terhadap kepuasan komunikasi. Dan menolak hipotesa awal
18. Terdapat pengaruh yang cukup kuat dan nyata antara tujuan prestasi yang tinggi terhadap kepuasan komunikasi. Dan menerima hipotesa awal
19. Dari hasil *multiple regression* diketahui bahwa variabel pengambilan keputusan yang partisipasif dan tujuan prestasi yang tinggi yang mempengaruhi kepuasan komunikasi. Selain itu kepercayaan juga mempengaruhi kepuasan komunikasi walau pengaruhnya lemah

V.2. IMPLIKASI TEORITIS

Penelitian ini telah menambah dan memperluas kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi organisasi dengan menerapkan suatu metode analisa sistem komunikasi perusahaan televisi. Pace dan Faules (2000) menjelaskan bahwa iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro- mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersonal, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dalam arti iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi (p.154).

Pengukuran iklim komunikasi organisasi dapat dilakukan dengan menguraikan dimensi-dimensi yang membentuk iklim komunikasi organisasi. Berdasarkan dimensi iklim

komunikasi organisasi tersebut maka dapat dilakukan pengukuran terhadap iklim komunikasi organisasi. Redding mengemukakan lima dimensi penting dari iklim komunikasi organisasi (Muhammad, 2004, p.85) yaitu:

1. "Supportiveness", atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi bawahan dengan atasan membantu bawahan membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting.
2. Partisipasi membuat keputusan.
3. Kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia.
4. Keterbukaan dan keterusterangan.
5. Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

Iklim komunikasi yang telah dijabarkan Redding tersebut merupakan suatu keadaan ideal yang dapat dicapai oleh suatu organisasi. Dalam studi yang dilakukan Dennis bahkan hanya ditemukan 4 dari 5 faktor iklim komunikasi tersebut, yaitu tanpa memasukkan keterbukaan dan keterusterangan. Apabila kelima faktor tersebut terpenuhi maka besar kemungkinan para karyawan merasa puas. Namun juga bukan berarti bila kelima faktor ini atau beberapa dari lima faktor tidak terpenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan pada karyawan.

Namun pada kenyataannya, teori-teori tentang komunikasi dalam perusahaan tidak dapat diterapkan sepenuhnya dalam semua jenis organisasi atau perusahaan. Hal ini karena setiap organisasi karakteristik sendiri-sendiri dan berbeda satu sama lain. Dalam perusahaan televisi yang belum memiliki sistem yang mapan atau bisa dikatakan berkembang ternyata hanya 3 variabel yang mempengaruhi kepuasan komunikasi. dari lima variabel yang

diprediksi mempengaruhi kepuasan komunikasi hanya tiga yang mempengaruhi yaitu pengambilan keputusan yang partisipatif, tujuan prestasi yang tinggi, dan kepercayaan.

Namun penelitian memiliki keterbatasan, objek penelitian yaitu Global TV merupakan perusahaan yang belum *establish* atau perusahaan berkembang. Perusahaan juga baru berdiri sekitar 6 tahun. Selama waktu itu sudah tiga kali berganti manajemen sehingga berganti sistem pula. Sehingga penelitian ini tidak dapat digunakan pada perusahaan lain yang memiliki sistem yang lebih maju.

V.3. IMPLIKASI PRAKTIS

Perusahaan media televisi seperti Global TV yang bisa dikatakan baru berkembang seharusnya mampu membuat sistem organisasi berjalan stabil. Salah satunya adalah dengan mempertahankan karyawan-karyawan yang berprestasi dengan baik. Untuk itu, sebagai perusahaan yang masih berkembang perusahaan belum mampu memberikan kenaikan gaji ataupun bonus atau insentif. Maka sebab itu perlu dibuatkan sistem komunikasi sehingga karyawan merasa nyaman dan puas dalam bekerja. Untuk itu perlu adanya iklim komunikasi yang sehat untuk menunjang kepuasan komunikasi karyawan.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa faktor-faktor iklim komunikasi yang berpengaruh terhadap kepuasan komunikasi adalah Pengambilan Keputusan yang Partisipatif, Tujuan prestasi yang tinggi, dan kepercayaan. Dengan perusahaan yang masih berkembang tentu saja membutuhkan perbaikan – perbaikan. Untuk itu karyawan merasa sangat puas jika mereka diikutsertakan dalam pengambilan keputusan yang menyangkut pekerjaan mereka. Karyawan juga merasa perlu untuk berperan aktif dalam perbaikan perusahaan agar lebih

maju. Sehingga untuk membentuk sistem yang kuat maka perusahaan perlu mengajak karyawan untuk berperan aktif dalam pengambilan keputusan. Karena bagaimanapun karyawan juga yang akan mengerjakan keputusan.

Tujuan prestasi yang tinggi juga memiliki pengaruh untuk kepuasan komunikasi. Karena tujuan prestasi yang tinggi merupakan persepsi anggota organisasi tentang jelas tidaknya tujuan dan sasaran prestasi organisasi dikomunikasikan kepada para anggotanya. Dengan semakin jelas dan tinggi tujuan serta sasaran prestasi maka karyawan akan mengerti akan pekerjaan yang akan dikerjakan. Bila perusahaan memiliki banyak prestasi maka karyawan akan semakin bersemangat bekerja karena memiliki harapan masa depan yang lebih baik khususnya masalah karir. Sehingga perusahaan perlu mengkomunikasikan tujuan dan sasaran prestasi yang tinggi kepada karyawan dan bagaimana mencapainya. Selain itu juga perusahaan perlu memberikan apresiasi atas kerja karyawan dan kejelasan mengenai masa depan.

Kepercayaan juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan komunikasi walau lemah. Dalam hal ini kepercayaan merupakan persepsi anggota organisasi tentang apakah sumber, pesan dan atau kegiatan komunikasi dalam organisasi dapat dipercaya. Termasuk pula persepsi anggota organisasi terhadap kredibilitas atasannya. Oleh sebabnya perusahaan perlu membuat standar operasional prosedur (SOP) yang jelas sehingga setiap informasi dapat dipercaya. Selain itu perusahaan perlu menempatkan orang-orang yang tepat pada posisi yang tepat.

Selain itu, Faktor – faktor iklim komunikasi yang tersebut hanya memiliki pengaruh 65,9% terhadap kepuasan komunikasi pada Global TV. Sehingga perlu diadakan penelitian untuk mengetahui faktor – faktor iklim komunikasi lain diluar yang telah disebut diatas.

Sehingga dengan adanya faktor-faktor baru yang berpengaruh maka akan menambah kepuasan komunikasi karyawan sehingga lebih produktif.

V.4. SARAN

Untuk penelitian-penelitian yang hampir serupa tentang sistem komunikasi perusahaan media televisi selanjutnya, peneliti memberi saran beberapa hal:

- i. Penelitian ini meneliti tentang organisasi perusahaan yang belum *establish* atau belum mapan walaupun tingkatannya udah merupakan televisi nasional. Perusahaan televisi yang belum *establish* biasanya belum memiliki sistem komunikasi dan standar operasi yang belum teratur sehingga masih sering terjadi perubahan. Saran selanjutnya dilakukan penelitian sistem komunikasi internal perusahaan yang sudah *establish* atau sudah maju.
2. Perusahaan seharusnya lebih memberi peran kepada karyawan untuk lebih berpartisipasi dalam membuat keputusan sehingga kerjasama akan lebih produktif.
3. Perusahaan harus menunjukkan keinginan untuk mencapai prestasi yang tinggi sehingga mendorong karyawan lebih kreatif dan memberikan penghargaan kepada karyawan yang bekerja baik.
4. Faktor – faktor iklim komunikasi yang tersebut hanya memiliki pengaruh 65,9% terhadap kepuasan komunikasi pada Global TV sehingga perlu diadakan penelitian untuk mengetahui faktor – faktor iklim komunikasi lain diluar yang telah disebut diatas.



DAFTAR PUSTAKA

- Curtis, Dan B; Floyd, James J; & Winsor, Jerry L. (2004). *Komunikasi bisnis dan profesional*. (Nanan Kandagasari, Rina Komara & Yeti Pujiyanti, Trans.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Daniels, Tom D., Spiker, Barry K, dan Papa, Michael J. (1997). *Perspectives communications on organizational communication* (fourth editions). New York: McGraw Hill.
- Goldhaber, Gerald M. (1990). *Organizational communication*. Dubuque : Wm. C. Brown Publisher.
- Liliweri, Alo. (2004). *Wacana komunikasi organisasi*. Bandung : CV.Mandar Maju.
- Miller, Katherine. (2003). *Organizational communication : Approaches and processes (3 rd Ed)*. California : Wadsworth/Thomson Learning.
- Moore, H. Frazier. (1987). *Hubungan masyarakat : Prinsip, kasus dan masalah satu*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. (2004). *Komunikasi organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu komunikasi : Suatu pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen P. (1994). *Management (4 rd Ed)*. New Jersey : Prentince Hall Internasional.
- Pace, R. Wayne and Don F. Faules. (2001). *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Panggabean, Mutiara S. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.



DAFTAR PERTANYAAN

No Kuisiner :
 Nama :
 Jenis Kelamin :
 Departemen :
 Lama bekerja :
 Pendidikan : 1. SMA 2. D3 3. S1

1 Sangat Tidak Setuju
 2 Tidak Setuju
 3 Ragu-Ragu
 4 Setuju
 5 Sangat Setuju

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
IKLIM KOMUNIKASI						
Dukungan						
1	Dalam bekerja, pimpinan memberi petunjuk kerja kepada saya	1				
2	Pimpinan memberikan jalan keluar terhadap permasalahan yang saya hadapi	2				
3	Pimpinan memperhatikan prestasi kerja saya	3				
4	Saya merasakan adanya dukungan dari pimpinan dalam bekerja	4				
5	Pimpinan merasa saya dibutuhkan dalam organisasi	5				
Keputusan						
6	Pimpinan melibatkan saya dalam rapat-rapat organisasi	1				
7	Dalam situasi kerja yang mendesak, saya boleh mengambil keputusan kerja sendiri	2				
8	Saya merasa bebas melontarkan pendapat dalam rapat organisasi	3				
9	Saya merasa pimpinan menghargai pendapat saya	4				
Kepercayaan						
10	Menurut saya, pimpinan memiliki kemampuan untuk memimpin bawahannya	1				
11	Menurut saya, pimpinan telah menduduki jabatan yang tepat	2				
12	Saya merasa dipercaya dalam menjalankan pekerjaan saya	3				
13	Saya percaya pada sumber yang menyampaikan pesan atau informasi yang berkaitan dengan pekerjaan di organisasi	4				
14	Pimpinan memiliki kepercayaan dan kejujuran yang tinggi terhadap anggota mereka	5				
15	Saya percaya, bahwa pimpinan menghargai pendapat saya	6				
16	Saya percaya pada kebenaran isi pesan yang saya terima	7				
17	Semua pimpinan tampaknya dapat memercayai bawahan dan mereka dapat saling mengandalkan	8				
18	Segenap anggota organisasi tampaknya memercayai pimpinan dan mereka dapat saling mengandalkan	9				
Keterbukaan						
19	Saya merasa bebas untuk melontarkan pendapat kepada pimpinan setiap kali bertemu	1				
20	Pimpinan mau menerima kritik dan saran dari saya	2				
21	Pimpinan bersedia memperbaiki kesalahan yang dilakukannya	3				
22	Pimpinan mau memberikan jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan	4				

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
23	Perusahaan mau memberikan informasi tentang manajemennya, sebatas yang perlu diketahui anggota	5				
Prestasi						
24	Saya mengetahui tujuan dari kegiatan perusahaan	1				
25	Saya menganggap tujuan tersebut sudah baik dan benar	2				
26	Menurut saya, semua karyawan menunjukkan komitmen terhadap tujuan berkinerja tinggi	3				
27	Pimpinan menjelaskan kepada saya tentang tujuan pekerjaan saya	4				
28	Sebelum menjalankan suatu pekerjaan, kami (karyawan dan pimpinan) biasanya mendiskusikan dahulu tujuan pekerjaan tersebut	5				
KEPUASAN KOMUNIKASI						
Informasi						
29	Semua karyawan memperoleh penjelasan yang dapat meningkatkan kemampuan koordinasi mereka tentang pekerjaan dalam perusahaan	1				
30	Dalam tiga bulan terakhir, frekuensi antara saya dengan pimpinan tentang pekerjaan lebih sering dilakukan	2				
31	Dalam tiga bulan terakhir, frekuensi antara saya dengan pimpinan tentang hal luar pekerjaan lebih sering dilakukan	3				
Kecukupan						
32	Menurut saya, kegiatan komunikasi telah berlangsung baik dalam perusahaan	1				
33	Perusahaan memberikan peluang cukup untuk menghasilkan kerja yang unggul	2				
34	Semua karyawan dapat memperoleh segala informasi yang berkaitan dengan pekerjaan mereka secara langsung	3				
35	Saya merasa telah mendapatkan semua informasi yang saya butuhkan dalam perusahaan	4				
Perbaikan						
36	Saya merasa bebas mencari nasehat bila menghadapi kesulitan yang berkaitan dengan tugas	1				
37	Saya merasa bebas untuk menyarankan perbaikan bagi perusahaan pada pimpinan	2				
38	Pimpinan bertindak bijak bila mendisiplinkan atau menegur karyawannya; tidak ada niat mempermalukan mereka di depan umum	3				
39	Pimpinan memberikan penghargaan bila kerja saya baik	4				
40	Pimpinan senantiasa mau mendengarkan dan bersikap terbuka pada saran atau laporan tentang persoalan dari bawahannya	5				
Efisiensi						
41	Saya merasa mendapatkan kebebasan untuk saling berkomunikasi dengan pimpinan	1				
42	Terdapat saluran komunikasi untuk menyampaikan saran, kritik dan keluhan dalam organisasi secara tertutup	2				
43	Pimpinan cukup berpartisipasi dalam pertemuan departemen	3				

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
44	Saluran komunikasi (spt email) berfungsi dengan baik dan efisien	4				
45	Menurut saya, pimpinan tidak pernah mengalami masalah untuk berkomunikasi dengan anggotanya	5				
Kualitas						
46	Terdapat media dalam organisasi yang berfungsi untuk menjembatani komunikasi antara karyawan dengan pimpinan	1				
47	Terdapat media dalam organisasi yang berfungsi untuk menjembatani komunikasi antar karyawan	2				
48	Media-media tersebut berjalan dengan baik sesuai dengan fungsinya	3				
49	Menurut saya, kualitas media-media tersebut cukup baik	4				
50	Menurut saya, media-media tersebut dapat dipercaya kebenarannya	5				
Sejawat						
51	Saya merasa mendapatkan kebebasan untuk saling berkomunikasi dengan rekan-rekan	1				
52	Teman-teman dalam perusahaan adalah orang baik-baik dan menyenangkan untuk diajak bergaul	2				
53	Sesama karyawan sering bertemu diluar kantor	3				
54	Sesama karyawan sering beraktivitas bersama selain tugas dari perusahaan	4				
55	Sesama karyawan sering mengadakan pertemuan informal diluar tugas dari perusahaan	5				
56	Setiap karyawan dapat mengungkapkan 'apa isi pikirannya' bila sedang berbicara, baik dengan pimpinan ataupun teman sejawat	6				
Organisasi						
57	Perusahaan mau memberikan informasi tentang manajemennya, sebatas yang perlu diketahui karyawan, secara terbuka	1				
58	Segenap karyawan memperoleh informasi yang dapat meningkatkan kinerja dalam perusahaan	2				
59	Saya cukup mengenal perusahaan Global TV secara keseluruhan	3				
60	Saya merasa informasi yang saya ketahui tentang perusahaan cukup banyak	4				
Integrasi						
61	Kerjasama dan kontak dengan departemen lain berjalan secara memuaskan	1				
62	Semua karyawan tampaknya dapat saling mempercayai dengan pimpinannya dan mereka dapat saling mengandalkan	2				
63	Saya merasa bagian dari perusahaan	3				
64	Saya merasa diterima di departemen manapun di perusahaan	4				
65	Menurut saya, Global TV adalah perusahaan yang solid dan kompak	5				



RELIABILITY

```

/VARIABLES=Dukungan1 Dukungan2 Dukungan3 Dukungan4 Dukungan5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Dukungan1	15.7143	3.888	.516	.584
Dukungan2	15.3571	3.276	.813	.418
Dukungan3	15.2000	5.061	.153	.755
Dukungan4	15.4143	4.710	.436	.627
Dukungan5	15.2857	5.164	.342	.662

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Keputusan1 Keputusan2 Keputusan3 Keputusan4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keputusan1	10.7286	3.969	.461	.725
Keputusan2	10.6571	3.707	.622	.640
Keputusan3	11.1286	2.346	.801	.500
Keputusan4	10.4286	4.886	.345	.773

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Kepercayaan1 Kepercayaan2 Kepercayaan3 Kepercayaan4
Kepercayaan5 Kepercayaan6 Kepercayaan7 Kepercayaan8 Kepercayaan9
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.553	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepercayaan1	29.3857	8.327	.352	.503
Kepercayaan2	29.8571	5.429	.600	.356
Kepercayaan3	29.7714	7.802	.708	.442
Kepercayaan4	30.1857	10.530	-.257	.672
Kepercayaan5	29.6000	9.026	.143	.551
Kepercayaan6	30.3714	7.367	.381	.478
Kepercayaan7	30.1429	9.342	.044	.572
Kepercayaan8	30.0571	8.924	.160	.547
Kepercayaan9	30.2286	7.106	.403	.468

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Keterbukaan1 Keterbukaan2 Keterbukaan3 Keterbukaan4 Keterbukaan5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	86	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.449	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keterbukaan1	15.1512	3.847	.230	.398
Keterbukaan2	14.7907	2.779	.627	.049
Keterbukaan3	14.8256	4.616	-.036	.601
Keterbukaan4	14.8023	4.208	.298	.368
Keterbukaan5	14.8488	4.106	.196	.421

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Prestasi1 Prestasi2 Prestasi3 Prestasi4 Prestasi5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Prestasi1	13.7714	6.353	.635	.696
Prestasi2	14.1286	8.983	.289	.801
Prestasi3	13.9143	8.022	.425	.767
Prestasi4	13.7286	6.375	.764	.648
Prestasi5	13.9429	6.953	.622	.702

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Informasi1 Informasi2 Informasi3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .
```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	84.9
	Excluded ^a	13	15.1
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.462	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Informasi1	6.3425	1.701	.338	.320
Informasi2	6.6575	1.284	.435	.092
Informasi3	7.4658	1.363	.151	.677

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Kecukupan1 Kecukupan2 kecukupan3 Kecukupan4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.577	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kecukupan1	10.4571	2.223	.534	.331
Kecukupan2	10.6143	2.559	.528	.354
kecukupan3	10.1143	4.798	-.133	.710
Kecukupan4	10.7286	2.548	.448	.424

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Perbaikan1 Perbaikan2 Perbaikan3 Perbaikan4 Perbaikan5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.554	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perbaikan1	14.9714	5.796	.285	.522
Perbaikan2	15.3000	3.459	.554	.310
Perbaikan3	15.3429	5.185	.235	.546
Perbaikan4	14.6857	6.364	-.028	.675
Perbaikan5	14.9571	4.071	.656	.289

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Efisiensi1 Efisiensi2 Efisiensi3 Efisiensi4 Efisiensi5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Efisiensi1	13.9857	5.435	.527	.538
Efisiensi2	14.3429	6.345	.295	.651
Efisiensi3	14.1143	6.827	.223	.677
Efisiensi4	13.9429	5.649	.580	.523
Efisiensi5	14.2429	5.578	.436	.584

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Kualitas1 Kualitas2 Kualitas3 Kualitas4 Kualitas5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas1	12.9286	12.792	.703	.872
Kualitas2	12.8714	12.664	.727	.866
Kualitas3	13.1000	11.512	.837	.839
Kualitas4	12.9429	11.968	.869	.833
Kualitas5	13.0714	14.850	.529	.905

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Sejawat1 Sejawat2 Sejawat3 Sejawat4 Sejawat5 Sejawat6

```

```

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sejawat1	18.2286	10.382	.135	.748
Sejawat2	18.4571	11.063	-.088	.820
Sejawat3	19.0143	7.116	.694	.608
Sejawat4	18.9429	6.576	.800	.566
Sejawat5	19.1714	7.217	.510	.672
Sejawat6	18.6857	7.059	.758	.591

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Organisasi1 Organisasi2 Organisasi3 Organisasi4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Organisasi1	10.4714	2.948	.303	.598
Organisasi2	10.3143	3.233	.337	.572
Organisasi3	10.8714	1.882	.643	.281
Organisasi4	10.2571	3.150	.303	.592

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Integrasi1 Intergarsi2 Integarsi3 Integrasi4 Integrasi5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL .

```

Reliability

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	81.4
	Excluded ^a	16	18.6
	Total	86	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Integrasi1	13.2286	5.686	.621	.510
Intergarsi2	13.4286	5.031	.782	.410
Integarsi3	12.3429	9.591	.145	.701
Integrasi4	12.7714	9.338	.028	.739
Integrasi5	13.5429	4.687	.571	.546



LAMPIRAN 3

FACTOR

```

/VARIABLES Dukungan1 Dukungan2 Dukungan3 Dukungan4 Dukungan5 /MISSING
LISTWISE /ANALYSIS Dukungan1 Dukungan2 Dukungan3 Dukungan4 Dukungan5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.563
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	109.636
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Dukungan1	1.000	.561
Dukungan2	1.000	.867
Dukungan3	1.000	.885
Dukungan4	1.000	.477
Dukungan5	1.000	.797

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.373	47.466	47.466
2	1.214	24.278	71.744
3	.810	16.204	87.947
4	.393	7.859	95.807
5	.210	4.193	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.373	47.466	47.466
2	1.214	24.278	71.744
3			
4			
5			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Dukungan1	.740	.116
Dukungan2	.917	.161
Dukungan3	.242	.909
Dukungan4	.685	-.087
Dukungan5	.676	-.584

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Keputusan1 Keputusan2 Keputusan3 Keputusan4 /MISSING LISTWISE
/ANALYSIS Keputusan1 Keputusan2 Keputusan3 Keputusan4
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.577
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	91.768
	df	6
	Sig.	.000

LAMPIRAN 3

Communalities

	Initial	Extraction
Keputusan1	1.000	.879
Keputusan2	1.000	.675
Keputusan3	1.000	.847
Keputusan4	1.000	.890

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.277	56.923	56.923
2	1.014	25.350	82.273
3	.481	12.023	94.297
4	.228	5.703	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.277	56.923	56.923
2	1.014	25.350	82.273
3			
4			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Keputusan1	.667	-.658
Keputusan2	.819	.070
Keputusan3	.919	-.048
Keputusan4	.562	.757

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Kepercayaan1 Kepercayaan2 Kepercayaan3 Kepercayaan5
Kepercayaan6 Kepercayaan7 Kepercayaan8 Kepercayaan9 /MISSING LISTWISE
/ANALYSIS Kepercayaan1 Kepercayaan2 Kepercayaan3 Kepercayaan5 Kepercayaan6
Kepercayaan7 Kepercayaan8 Kepercayaan9
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.571
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	166.739
	df	28
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Kepercayaan1	1.000	.470
Kepercayaan2	1.000	.760
Kepercayaan3	1.000	.833
Kepercayaan5	1.000	.856
Kepercayaan6	1.000	.624
Kepercayaan7	1.000	.586
Kepercayaan8	1.000	.795
Kepercayaan9	1.000	.528

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.774	34.673	34.673
2	1.508	18.856	53.529
3	1.170	14.622	68.151
4	.938	11.721	79.872
5	.723	9.039	88.912
6	.358	4.478	93.390
7	.327	4.092	97.481
8	.201	2.519	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.774	34.673	34.673
2	1.508	18.856	53.529
3	1.170	14.622	68.151
4			
5			
6			
7			
8			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
Kepercayaan1	.642	.206	-.124
Kepercayaan2	.863	-.056	.113
Kepercayaan3	.851	-.327	-.042
Kepercayaan5	.272	-.119	.876
Kepercayaan6	.448	-.569	-.317
Kepercayaan7	.117	.683	.325
Kepercayaan8	.354	.710	-.406
Kepercayaan9	.692	.217	.039

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Keterbukaan1 Keterbukaan2 Keterbukaan4 Keterbukaan5 /MISSING
LISTWISE /ANALYSIS Keterbukaan1 Keterbukaan2 Keterbukaan4 Keterbukaan5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.505
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	60.042
	df	6
	Sig.	.000

LAMPIRAN 3

Communalities

	Initial	Extraction
Keterbukaan1	1.000	.524
Keterbukaan2	1.000	.799
Keterbukaan4	1.000	.352
Keterbukaan5	1.000	.191

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.867	46.665	46.665
2	.999	24.984	71.649
3	.816	20.392	92.041
4	.318	7.959	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.867	46.665	46.665
2			
3			
4			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Keterbukaan1	.724
Keterbukaan2	.894
Keterbukaan4	.594
Keterbukaan5	.437

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Prestasi1 Prestasi2 Prestasi3 Prestasi4 Prestasi5 /MISSING
LISTWISE /ANALYSIS Prestasi1 Prestasi2 Prestasi3 Prestasi4 Prestasi5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```


Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.659
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	135.654
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Prestasi1	1.000	.685
Prestasi2	1.000	.197
Prestasi3	1.000	.368
Prestasi4	1.000	.796
Prestasi5	1.000	.611

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.657	53.132	53.132
2	.938	18.768	71.900
3	.794	15.886	87.786
4	.471	9.427	97.214
5	.139	2.786	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.657	53.132	53.132
2			
3			
4			
5			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Component Matrix^a

	Component
	1
Prestasi1	.827
Prestasi2	.444
Prestasi3	.607
Prestasi4	.892
Prestasi5	.782

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Informasi1 Informasi2 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS Informasi1
Informasi2
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.501
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	22.713
	df	1
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Informasi1	1.000	.762
Informasi2	1.000	.762

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.525	76.241	76.241
2	.475	23.759	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.525	76.241	76.241
2			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Informasi1	.873
Informasi2	.873

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Kecukupan1 Kecukupan2 Kecukupan4 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS
Kecukupan1 Kecukupan2 Kecukupan4
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.672
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	38.258
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Kecukupan1	1.000	.630
Kecukupan2	1.000	.677
Kecukupan4	1.000	.598

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.906	63.527	63.527
2	.597	19.887	83.414
3	.498	16.586	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.906	63.527	63.527
2			
3			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Kecukupan1	.794
Kecukupan2	.823
Kecukupan4	.774

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Perbaikan1 Perbaikan2 Perbaikan3 Perbaikan5 /MISSING LISTWISE
/ANALYSIS Perbaikan1 Perbaikan2 Perbaikan3 Perbaikan5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.439
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	85.574
	df	6
	Sig.	.000

LAMPIRAN 3

Communalities

	Initial	Extraction
Perbaikan1	1.000	.340
Perbaikan2	1.000	.454
Perbaikan3	1.000	.521
Perbaikan5	1.000	.800

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.114	52.856	52.856
2	.976	24.406	77.262
3	.723	18.085	95.346
4	.186	4.654	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.114	52.856	52.856
2			
3			
4			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Perbaikan1	.583
Perbaikan2	.674
Perbaikan3	.722
Perbaikan5	.894

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Efisiensi1 Efisiensi2 Efisiensi3 Efisiensi4 Efisiensi5
/MISSING LISTWISE /ANALYSIS Efisiensi1 Efisiensi2 Efisiensi3 Efisiensi4
Efisiensi5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

LAMPIRAN 3

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.673
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	60.979
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Efisiensi1	1.000	.651
Efisiensi2	1.000	.230
Efisiensi3	1.000	.152
Efisiensi4	1.000	.687
Efisiensi5	1.000	.466

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.187	43.736	43.736
2	.940	18.802	62.538
3	.886	17.718	80.256
4	.649	12.980	93.236
5	.338	6.764	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.187	43.736	43.736
2			
3			
4			
5			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Component Matrix^a

	Component
	1
Efisiensi1	.807
Efisiensi2	.480
Efisiensi3	.390
Efisiensi4	.829
Efisiensi5	.682

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Kualitas1 Kualitas2 Kualitas3 Kualitas4 Kualitas5 /MISSING
LISTWISE /ANALYSIS Kualitas1 Kualitas2 Kualitas3 Kualitas4 Kualitas5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.622
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	310.833
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Kualitas1	1.000	.672
Kualitas2	1.000	.691
Kualitas3	1.000	.819
Kualitas4	1.000	.857
Kualitas5	1.000	.440

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.479	69.576	69.576
2	.738	14.759	84.335
3	.621	12.426	96.761
4	.108	2.151	98.912
5	.054	1.088	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.479	69.576	69.576
2			
3			
4			
5			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Kualitas1	.820
Kualitas2	.831
Kualitas3	.905
Kualitas4	.926
Kualitas5	.663

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Sejawat2 Sejawat3 Sejawat4 Sejawat5 Sejawat6 /MISSING
LISTWISE /ANALYSIS Sejawat2 Sejawat3 Sejawat4 Sejawat5 Sejawat6
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

LAMPIRAN 3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.649
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	206.357
	df	10
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Sejawat2	1.000	.923
Sejawat3	1.000	.665
Sejawat4	1.000	.901
Sejawat5	1.000	.864
Sejawat6	1.000	.767

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.933	58.664	58.664
2	1.186	23.726	82.390
3	.465	9.296	91.686
4	.332	6.642	98.328
5	.084	1.672	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.933	58.664	58.664
2	1.186	23.726	82.390
3			
4			
5			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Sejawat2	-.132	.952
Sejawat3	.793	.189
Sejawat4	.947	-.064
Sejawat5	.878	-.304
Sejawat6	.787	.385

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Organisasi1 Organisasi2 Organisasi3 Organisasi4 /MISSING
LISTWISE /ANALYSIS Organisasi1 Organisasi2 Organisasi3 Organisasi4
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.534
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	39.368
	df	6
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Organisasi1	1.000	.332
Organisasi2	1.000	.399
Organisasi3	1.000	.765
Organisasi4	1.000	.351

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.847	46.170	46.170
2	.969	24.216	70.386
3	.794	19.846	90.232
4	.391	9.768	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

LAMPIRAN 3

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.847	46.170	46.170
2			
3			
4			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Organisasi1	.576
Organisasi2	.632
Organisasi3	.875
Organisasi4	.593

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Integrasi1 Integarsi2 Integarsi3 Integarsi4 Integrasi5
/MISSING LISTWISE /ANALYSIS Integrasi1 Integarsi2 Integarsi3 Integrasi4
Integrasi5
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION .
    
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.511
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	110.055
	df	10
	Sig.	.000

LAMPIRAN 3

Communalities

	Initial	Extraction
Integrasi1	1.000	.786
Intergarsi2	1.000	.893
Integarsi3	1.000	.260
Integrasi4	1.000	.817
Integrasi5	1.000	.711

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.282	45.643	45.643
2	1.185	23.700	69.344
3	.946	18.919	88.263
4	.400	8.004	96.267
5	.187	3.733	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.282	45.643	45.643
2	1.185	23.700	69.344
3			
4			
5			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Integrasi1	.865	-.193
Intergarsi2	.869	.371
Integarsi3	.277	-.428
Integrasi4	.074	.901
Integrasi5	.834	-.123

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES Perbaikan1 Perbaikan2 Perbaikan3 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS
Perbaikan1 Perbaikan2 Perbaikan3
/PRINT INITIAL KMO
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
    
```

Faktor-faktor..., Bambang Widio Abideno, FISIP UI, 2009.

LAMPIRAN 3

```
/EXTRACTION PC  
/ROTATION NOROTATE  
/METHOD=CORRELATION .
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.537
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	13.030
	df	3
	Sig.	.005

Communalities

	Initial
Perbaikan1	1.000
Perbaikan2	1.000
Perbaikan3	1.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.474	49.131	49.131
2	.916	30.534	79.665
3	.610	20.335	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

a. 1 components extracted.

```
FACTOR  
/VARIABLES Perbaikan1 Perbaikan3 Perbaikan5 /MISSING LISTWISE /ANALYSIS  
Perbaikan1 Perbaikan3 Perbaikan5  
/PRINT INITIAL KMO EXTRACTION  
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)  
/EXTRACTION PC  
/ROTATION NOROTATE  
/METHOD=CORRELATION .
```

Factor Analysis

[DataSet1] D:\Program Files\Program Support\global tv-rev.sav

LAMPIRAN 3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.597
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	38.067
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Perbaikan1	1.000	.423
Perbaikan3	1.000	.743
Perbaikan5	1.000	.664

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.830	61.012	61.012
2	.764	25.461	86.473
3	.406	13.527	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.830	61.012	61.012
2			
3			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Perbaikan1	.651
Perbaikan3	.862
Perbaikan5	.815

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.