

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS
DJARUM BLACK CAR DI SURABAYA
(Studi Deskriptif Iklim Komunikasi Komunitas Djarum Black Car
di Surabaya

PROPOSAL

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fisip UPN "Veteran"
Jawa Timur



Disusun Oleh :

Muhammad Fadilah
0643010035

YAYASAN KESEJAHTERAAN, PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012

Muhammad Fadilah: Iklim Komunikasi Organisasi Komunitas Djarum Black Car Di Surabaya (Studi Deskriptif Iklim Komunikasi Komunitas Djarum Black Car di Surabaya)

Abstrak

Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil, kurang atau tidak adanya komunikasi dalam organisasi dapat menyebabkan kemacetan atau tidak berjalan secara efektif. Cara seseorang membangun reaksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi di Djarum Black Car Community di Surabaya.

Untuk mengukur variabel Iklim Komunikasi Organisasi yaitu kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas, Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi. Populasi penelitian ini adalah para anggota Djarum Black car Surabaya yang berjumlah 50 orang (Djarum Black Car Community) dan teknik untuk menentukan sampel menggunakan metode total sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Iklim Komunikasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Nilai Iklim Komposit sebesar 0,1158. dari hasil tersebut menunjukkan iklim komunikasi pada Djarum Black Car Community di Surabaya berada pada koefisien yang nilainya kurang dari 0,79, sehingga dikatakan Djarum Black Car Community di Surabaya mempunyai iklim komunikasi yang negatif.

Kata kunci : Iklim Komunikasi Organisasi

Absrac

Good communication with an organization run smoothly and successfully, lack or absence of communication within organizations can lead to congestion or not working effectively. The way one builds a reaction to the organizational aspects of creating a climate of communication. The purpose of this study was to determine how the organization's communication climate in Djarum Black Car Community in Surabaya.

To measure the Organizational Communication Climate variables: trust, shared decision-making, honesty, openness in communication down, listening in upward communication, attention to high-performance goals. This study population are members of Djarum Black car Surabaya numbering 50 people (Djarum Black Car Community) and the technique for determining the total sample using the method of sampling. Technique the analysis which used is the Climate Analysis of Communication.

The results of this study is the value of 0.1158 Composite Climate. of these results shows the communication climate in the Djarum Black Car Community in Surabaya are the coefficients whose value is less than 0.79, so that said Djarum Black Car Community in Surabaya has a negative communication climate.

Key words: Organizational Communication Climate

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Alloh SWT, yang telah melimpahkan karunianya-Nya, sehingga penulisan dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik atas bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini. Dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S. Sos., MSi., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penulis disela kesibukan beliau mengajar, guna penyusunan skripsi ini.
4. Semua dosen dan staff dosen Universitas Pembangunan Nasioanal ”Veteran” Jawa Timur.
5. Orang tuaku tercinta, yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun moril, serta do’a hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.

6. Semua orang yang telah banyak membantu, memberikan saran dan kritik kepada penulis dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa isi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulis juga berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Komunikasi.....	8
2.1.2. Fungsi Komunikasi	10
2.1.3. Strategi Komunikasi.....	11
2.1.4. Proses Komunikasi.....	12
2.1.5. Hambatan Komunikasi	13
2.2. Organisasi.....	18
2.2.1. Komunikasi Dalam Organisasi	19
2.2.1.1. Komunikasi Interpersonal	20

2.2.1.2. Komunikasi Antarpersonal.....	24
2.2.2. Iklim Komunikasi Organisasi	26
2.3. Kerangka Berfikir	29
2.4. Hipotesis.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	31
3.3.1. Iklim Komunikasi Organisasi	31
3.3.2. Pengukuran Variabel	31
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	35
3.2.1. Populasi	35
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Objek Penelitian	41
4.1.1. Sejarah Djarum Black Car Community Di Surabaya	41
4.1.2. Visi Dan Misi.....	43
4.1.3. Struktur Organisasi.....	44
4.2. Penyajian Data.....	44
4.2.1. Idenritas Responden	44
4.2.2. Kepercayaan.....	46
4.2.3. Pembuatan Keputusan Bersama.....	50

4.2.4. Kejujuran	54
4.2.5. Keterbukaan Dalam Komunikasi Kebawah.....	58
4.2.6. Mendengarkan Dalam Komunikasi Keatas	60
4.2.7. Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi	62
4.3. Hasil Pengujian Dan Analisis.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4.	Pertanyaan Tentang Kepercayaan (Vertikal)	47
Tabel 4.5.	Pertanyaan Tentang Kepercayaan (Vertikal)	47
Tabel 4.6.	Pertanyaan Tentang Keyakinan.....	48
Tabel 4.7.	Pertanyaan Tentang Kredibilitas	49
Tabel 4.8.	Pertanyaan Tentang Keikutsertaan Dalam Pengambilan Keputusan.....	51
Tabel 4.9.	Pertanyaan Tentang Perhatian Manajemen Organisasi	52
Tabel 4.10.	Pertanyaan Tentang Tanggapan Manajemen Organisasi.....	53
Tabel 4.11.	Pertanyaan Tentang Penyelesaian Konflik	54
Tabel 4.12.	Pertanyaan Tentang Penyampaian Ide Dalam Kegiatan.....	55
Tabel 4.13.	Pertanyaan Tentang Penyampaian Ide Dalam Manajemen.....	56
Tabel 4.14.	Pertanyaan Tentang Penyampaian Ide Dalam Manajemen.....	57
Tabel 4.15.	Pertanyaan Tentang Penyebaran Informasi.....	58
Tabel 4.16.	Pertanyaan Tentang Mengkomunikasikan Kebijakan	59
Tabel 4.17.	Pertanyaan Tentang Tanggapan Pihak Manajemen.....	60
Tabel 4.18.	Pertanyaan Tentang Penerimaan Pihak Manajemen	61
Tabel 4.19.	Pertanyaan Tentang Komitmen Dalam Pencapaian Tujuan	62

Tabel 4.20. Pertanyaan Tentang Komitmen Dalam menghasilkan Suasana Nyaman	63
Tabel 4.21. Pertanyaan Tentang Komitmen Dalam Menghasilkan Keakraban	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Djarum Black Car Community Di Surabaya.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Input Data
- Lampiran 4 Tabel Frekuensi
- Lampiran 5 Hasil Perhitungan Niki

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi selalu ingin terus mengembangkan organisasinya, untuk selalu dapat mengembangkan organisasi, tentu harus dapat meningkatkan komunikasi di dalam organisasinya dengan cara mengeluarkan semua ide yang ada pada dirinya untuk kemajuan organisasi.

Komunikasi adalah suatu proses untuk menyampaikan (ide, pesan, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain agar saling mempengaruhi di antara keduanya, komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau ferbal yang dapat dimengerti oleh kedua pihak. Komunikasi dapat di katakan terdiri dari suatu rangkaian yang saling berhubungan dengan tujuan akhir yang mempengaruhi perilaku, sikap dan kepercayaan. Kegagalan dalam berkomunikasi sering timbul karena hambatan dalam proses komunikasi. Cruden dan Sherman (1976) mengklasifikasi hambatan komunikasi kedalam tiga aspek; hambatan teknis, hambatan sematik, hambatan manusiawi. Permasalahan bisa terjadi antara anggota dengan anggota dalam sebuah organisasi, bisa juga ketua dari organisasi memiliki suatu permasalahan dengan anggota organisasi. Dengan adanya masalah seperti ini akan menimbulkan kesulitan dalam kemajuan dan perkembangan organisasi.

Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurang atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau tidak berjalan secara efektif. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, seorang

pemimpin dan suatu organisasi perlu memahami dan meningkatkan kemampuan komunikasinya.

Komunikasi dalam organisasi justru timbul dari adanya kebutuhan anggota organisasi untuk saling mempengaruhi di dalam kehidupan bermasyarakat guna mencapai hasil tertentu komunikasi dalam organisasi justru timbul dari adanya kebutuhan anggota organisasi untuk saling mempengaruhi di dalam kehidupan masyarakat guna mencapai hasil tertentu. Komunikasi efektif sangat penting pada setiap tingkat di dalam setiap organisasi dan berfungsi untuk mencapai sasaran secara efektif. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi dalam organisasi maupun komunitas dapat macet atau tidak berjalan organisasi tersebut.

Cara seseorang membangun reaksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi. Iklim komunikasi merupakan keadaan karakteristik yang terjadi di lingkungan kerja yang dianggap mempengaruhi perilaku orang yang dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi juga merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi secara makro mengenai peristiwa komunikasi perilaku seseorang, harapan-harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan organisasi.

Pentingnya keberadaan iklim organisasi dalam PT. Djarum Black adalah perusahaan yang berdiri pada saat Indonesia telah merdeka pada tahun 1951 (tepatnya 21 April 1951). Pendiri Djarum adalah Oei Wie Gwan, iklim organisasi komunikasi pada PT. Djarum Black ini sangat baik hal ini dibuktikan dengan

perhatian yang besar bagi kesehatan dan keselamatan bagi karyawannya, dan mendirikan koperasi bagi karyawannya. PT. Djarum Black juga mempunyai atau memperakasai sebuah komunitas yang disebut dengan Djarum Black Car Community. Dari sini peneliti tertarik mengadakan penelitian tentang iklim Komunikasi Organisasi pada Djarum Black Car Community Surabaya. Komunitas Djarum Black Car yaitu sebuah organisasi yang mewadai bagi pemilik dan pecinta mobil warna hitam yang diprakasai oleh PT. DJARUM BLACK atau disebut BCC (Black Car Community). Djarum Black Car Community terdiri dari berbagai macam organisasi pecinta Djarum Black Car Community di seluruh Indonesia.

Djarum Black Car Community di Surabaya merupakan salah satu bagian dari Djarum Black Car Community Indonesia. Anggota komunitas sebagai pondasi utama organisasi, dituntut memiliki pengetahuan tentang otomotif yang cukup baik dan mampu berkomunikasi dengan baik sesama anggota dan ketuanya serta jajarannya, karena dengan komunikasi yang lancar maka iklim komunikasi yang ada dalam komunitas tersebut juga baik. Pada kenyataanya dari basil penelitian dan pengamatan peneliti diketahui bahwa iklim komunikasi yang terjadi di Djarum Black Car Community Surabaya kurang berjalan denga baik. Hal tersebut dapat diketahui dengan berbagai permasalahan yang ada di dalam Djarum Black Car Community Surabaya seperti kurang berjalannya komunikasi antara ketua komunitas dengan para anggota serta jajarannya, hal itu di indikasikan dari kurangnya waktu untuk bertemu dan berdiskusi dengan anggota lainnya beserta

pengurus dan kurang kekompakan antara anggota dengan pengurusnya dalam mengadakan kegiatan baik internal maupun eksternal. Karena kurangnya interaksi komunikasi yang terjalin dari pimpinan ke anggota komunitas maupun sebaliknya antar sesama anggotanya.

Jika terjadi persoalan internal antara anggota komunitas itu sendiri yang menyangkut nama baik komunitas di masyarakat maupun Djarum Black Car Community yang lain, para anggota tidak dapat menyelesaikan masalah tersebut sehingga masalah tersebut tidak ada titik temunya dan berlarut-larut karena tidak adanya jalinan komunikasi yang baik antara para anggota dengan ketua dan pengurus anggota, maupun dengan sesama anggota yang lain. Seperti penyampaian informasi yang tidak transparan kepada seluruh anggota dalam mengadakan kegiatan sehingga terkadang terjadi kesalah pahaman antara pengurus dengan para anggota, selain itu kurangnya komunikasi yang terjalin antara pimpinan dan para anggota begitupun sebaliknya, terutama dalam mengadakan kegiatan sehingga menyebabkan kegiatan yang di adakan cenderung monoton dan kurang berkembang, sehingga kegiatan yang diadakan kurang maksimal sesuai dengan harapan dan tujuan diadakan kegiatan tersebut. Selain itu yang terjadi pada Djarum Black Car Community adalah terjadinya gap di dalam komunitas tersebut dimana gap tersebut dilakukan oleh beberapa anggota tertentu misalkan, anggota yang memiliki latar belakang orang kaya membuat satu kelompok tersendiri, selain itu anggota yang pandai dalam memodifikasi mobil membuat kelompok tersendiri, selain itu anggota yang bercukupan atau biasa-biasa saja membuat kelompok tersendiri dan anggota yang pandai mesin otomotif

membuat kelompok sendiri. Dampak dari masalah tersebut menyebabkan munculnya perpecahan dan antar anggota di dalam Djarum Black Car Community tersebut. Dengan adanya perpecahan tersebut, berbagai informasi penting yang menyangkut kelangsungan organisasional dari komunitas tersebut menjadi terganggu karena masing-masing anggota komunitas cenderung individual dan berkelompok-kelompok tidak lagi menjadi satu-kesatuan sebagai organisasi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, proses komunikasi serta terciptanya iklim komunikasi organisasi yang baik memegang peranan yang sangat penting dalam suatu organisasi. Proses-proses interaksi yang terlibat dalam perkembangan iklim komunikasi organisasi juga memberi andil pada beberapa pengaruh penting dalam restrukturisasi, reorganisasi, dan dalam menghidupkan kembali unsur-unsur dasar organisasi. Iklim komunikasi yang kuat dan positif seringkali menghasilkan praktik-praktik pengelolaan dan pedoman organisasi yang lebih mendukung. Keharmonisan hubungan dalam suatu organisasi merupakan hal yang penting bagi kelancaran pelaksanaan tugas. Hubungan yang harmonis dalam suatu organisasi, dapat dicapai apabila terjalin suatu komunikasi yang baik antara karyawan dengan atasan maupun dengan sesama rekan kerja.

Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurang atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau tidak berjalan secara efektif. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, seorang pemimpin dan suatu organisasi perlu memahami dan meningkatkan kemampuan komunikasinya (Arifin, Amirullah dan Fauziah, 2003:139).

Iklm komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi secara makro mengenai peristiwa komunikasi perilaku seseorang, harapanharapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan organisasi. Pentingnya iklim komunikasi karena berhubungan dengan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi serta membantu memahami perilaku anggota organisasi. "Poole mengatakan bahwa iklim memiliki sifat-sifat yang selalu tumpang tindih dengan konsep budaya" (Sudianto, 2005:10).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi dalam Komunitas Djarum Black Car di Surabaya tersebut serta ditunjang pentingnya penelitian tentang iklim komunikasi dalam sebuah organisasi, maka dalam penelitian ini penulis akan mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul "Iklim Komunikasi Organisasi Komunitas Djarum Black Car di Surabaya"

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Komunikasi interpersonal didefinisikan oleh Joseph A. Devito (1989) dalam Effendy (2003:59) sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika". Komunikasi interpersonal dengan masing-masing orang berbeda tingkat kedalaman komunikasinya, tingkat intensifnya dan tingkat ekstensifnya. Komunikasi interpersonal antara dua orang kenalan tentu berbeda dari komunikasi interpersonal antarsahabat atau pacar. Berkat komunikasi itu mereka terlibat dapat semakin mengenal. Karena itu juga komunikasi dapat semakin mendalam sifatnya. Berkat komunikasi interpersonal, seorang kenalan pada akhirnya dapat menjadi sahabat. (Hardjana, 2003:85).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikandi atas, maka rumusan masalah dlam penelitian ini adalah "Bagaimanakah iklim komunikasi organisasi Djarum Black Car Community di Surabaya"?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi di Djarum Black Car Community di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan ciri ilmiah pada sebuah penelitian dengan mengaplikasikan teori-teori, khususnya teori-teori. Komunikasi tentang proses komunikasi dan dampaknya terhadap iklim organ isasi

2. Manfaat Praktis

Kegunaan praktis yang akan diperoleh dari peneltian ini adalah agar pihak-pihak yang tertarik dalam kajian masalah yang lama dapat mengambil manfaat, selain itu juga bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pihak Komunitas Djarum Black Car Surabaya, khususnya para anggota agar lebih mampu berkomunikasi dengan baik sesama anggota.