

# Audit Mini Mengenai Kepuasan Komunikasi Organisasi di UD. Prima Jaya

Yusak Alvian, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*alvianyusak@gmail.com*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan. Kepuasan komunikasi organisasi di UD. Prima Jaya diukur melalui sembilan dimensi menurut Down & Hazen (1977), yaitu : Dimensi Informatif, Keutuhan Organisasi, Perspektif Perusahaan, Komunikasi Horizontal Antar-Bagian, Komunikasi Subordinasi, Komunikasi Manajemen Atasan, Lingkungan Komunikasi, Komunikasi Pengawasan dan Umpan Balik.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode audit mini komunikasi yang melihat pada empat aspek yakni : Manajemen, Organisasi, Komunikasi dan Umpan balik. Untuk proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada 35 orang karyawan dan wawancara untuk mendapatkan data tambahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa titik rawan dalam perusahaan yang perlu mendapat perhatian adalah pada aspek organisasi. Rekomendasi yang diberikan peneliti kepada perusahaan adalah supaya dapat lebih memperhatikan kepuasan komunikasi organisasi yang terletak pada aspek organisasi karena titik rawan yang ada pada perusahaan ini terletak pada aspek tersebut.

**Kata Kunci:** Kepuasan Komunikasi Organisasi, Audit Mini, UD Prima Jaya

## Pendahuluan

Istilah *kepuasan komunikasi* digunakan untuk menyatakan “keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan pegawai dalam lingkungan total komunikasinya” (Redding, 1972:429). Meskipun kepuasan komunikasi terlihat bertumpang-tindih dengan iklim komunikasi, kepuasan komunikasi ini cenderung memperkaya gagasan iklim dengan menyoroti tingkat individu dan pribadi. Analisis paling komprehensif mengenai kepuasan komunikasi organisasi dilakukan oleh Downs dan Hazen (1977) sebagai bagian dari usaha mereka untuk mengembangkan suatu instrumen untuk mengukur kepuasan komunikasi. Secara keseluruhan, kepuasan berhubungan dengan perbedaan antara apa yang orang inginkan dari sudut pandang komunikasi dalam organisasi dan apa yang orang miliki dalam kaitan tersebut (Pace & Faules, 2005:164-165). Kepuasan komunikasi organisasi sendiri tidak lepas dari komunikasi organisasi yang berada dalam suatu perusahaan.

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi adalah sebagai berikut, “*organizational communications is the process of creating and*

*exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*". Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah 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. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian. (Muhammad, 2005:67)

Komunikasi organisasi sering diartikan sebagai perilaku pengorganisasian (*organizing behavior*) yakni bagaimana para karyawan terlibat dalam proses bertransaksi dan memberikan makna atas apa yang sedang terjadi. Artian ini lebih mengacu kepada definisi dari komunikasi transaksional. Sedangkan arti dari komunikasi organisasi sendiri lebih kepada simbol-simbol yang memungkinkan kehidupan organisasi, apakah kata-kata, gagasan-gagasan, konstruk yang mendorong, mengesyahkan, mengkoordinasikan dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi-situasi spesifik. Dengan demikian komunikasi organisasi lebih daripada sekedar apa yang dilakukan orang-orang melainkan sebuah penjelasan teoritis atas praktek-praktek komunikasi dalam organisasi yang "melayani" kebersamaan baik dalam organisasi maupun melayani orang lain yang membutuhkan organisasi. (Liliweri, 2004:60)

Dalam suatu perusahaan atau organisasi pastilah terdiri dari sekelompok orang yang saling bekerja sama demi suatu kepentingan bisnis, profesi, sosial dan berbagai macam keperluan lainnya. Pada setiap organisasi di dunia pastilah memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai, oleh karena itu diperlukanlah kerja sama yang kuat antar individu yang terlibat di dalam organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut, mereka yang terlibat dalam suatu organisasi perlu menciptakan sebuah aliran komunikasi yang efektif pula. Komunikasi yang efektif akan menjadi faktor yang penting bagi pencapaian tujuan suatu organisasi, baik itu organisasi bisnis maupun nonbisnis. Sehingga menurut Hardjana (2000:33) penyelenggaraan sistem komunikasi yang efektif merupakan keharusan bagi suatu organisasi.

Peneliti memilih UD. Prima Jaya sebagai subyek penelitian karena di perusahaan ini seseorang yang merupakan *owner* perusahaan turut ikut serta secara langsung berkomunikasi dengan setiap karyawannya. *Owner* perusahaan pada umumnya hanya mengawasi kegiatan perusahaan dari jarak jauh dan belum tentu berkomunikasi secara langsung dengan para karyawannya. UD. Prima Jaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengurusan dan penggalian tanah. Selain itu UD. Prima Jaya juga menyediakan jasa pada bidang angkutan dan rental *dump truck*, serta alat berat seperti *bulldozer* dan *excavator*. Dari wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Potje Paul selaku direktur sekaligus *owner* perusahaan, peneliti mengetahui bahwa perusahaan ini didirikan pada tahun 1994, tepatnya pada tanggal 3 April 1994. Itu menandakan bahwa perusahaan ini telah berdiri selama 21 tahun. Letak dari UD. Prima Jaya sendiri berada di daerah Balongbendo, Krian. Dalam menjalankan perusahaannya Potje Paul dibantu oleh sekitar 35 orang karyawan yang terbagi menjadi beberapa profesi mengikuti keahliannya.

Setelah dilakukan pengamatan serta wawancara secara langsung pada tanggal 15 Agustus 2015 dengan Potje Paul beserta beberapa staff perusahaan, peneliti mengetahui bahwa di perusahaan ini ada masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan, yaitu : tidak lancarnya aliran komunikasi antara manajemen dengan tenaga kerja yang ada di perusahaan. Pada salah satu kasus yang pemilik ceritakan kepada peneliti ialah saat pemilik memerintahkan kepada bagian operasional untuk memberitahukan kepada para *driver dump truck* supaya berangkat lebih pagi agar dapat mendapatkan 2 rit (ritase, istilah yang digunakan dalam penyewaan truck yang memiliki arti pengiriman barang dari lokasi A ke B) di suatu hari. Tetapi meskipun sudah diberitahukan mengenai informasi ini, tetap saja ada beberapa *driver* yang tidak dapat memenuhi target yang dipatok oleh pemilik. Mereka sering berkata bahwa informasi yang diterima kurang jelas sehingga membuat kesalahpahaman antara mereka dengan manajemen. Kasus lainnya ialah seperti saat atasan sudah memberitahu tentang aturan perbaikan unit yang mengalami kerusakan harus dilakukan di garasi Krian bukan Trosobo, tetapi kadang ada sopir yang salah mengerti tentang aturan tersebut. Sehingga ketika ada kerusakan ada sopir yang membawa unit nya ke garasi Trosobo bukan Krian. Hal ini tentunya sangat mengganggu produktivitas pekerjaan sehingga membuat target perusahaan yang telah dipatok oleh pemilik kadang tidak terpenuhi. Kurangnya komunikasi yang tertata dengan benar membuat informasi yang mengalir tidak dapat diterima dengan baik sehingga membuat kinerja beberapa karyawan menjadi tidak efektif dan menjadi mempengaruhi target perusahaan tidak tercapai.

Oleh karena itu, melihat masalah komunikasi organisasi yang sedang dialami pada perusahaan ini, peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan ini dan mencoba mencari sebuah rekomendasi yang tepat agar perusahaan ini dapat menemukan jalan keluar dari masalah yang sedang dialaminya. Dengan melakukan penelitian secara mendetail dan mendalam pada perusahaan ini, besar harapan peneliti supaya segala hambatan dalam komunikasi organisasi dan gangguan-gangguan yang menyebabkan terjadinya macet aliran informasi dalam perusahaan ini dapat diketahui sehingga bisa diperoleh cara untuk mengatasi masalah yang sedang dialami oleh perusahaan ini. Harapannya tentu dengan diketahui dan berhasil diatasinya masalah komunikasi organisasi yang sedang dialami oleh perusahaan, perusahaan akan dapat meraih target yang diinginkan dan semakin mampu bersaing di tengah persaingan global yang semakin keras.

Sebelum peneliti meneliti lebih jauh kedalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu akan memaparkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang juga membahas mengenai kepuasan komunikasi organisasi. Penelitian-penelitian tersebut antara lain, penelitian dengan judul “Kepuasan Komunikasi Organisasi di PT AIMS PERDANA Cabang Surabaya” oleh Ratih Lestiwardani pada tahun 2010 ([http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft\\_detail.php?knokat=14586](http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=14586)). Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan komunikasi organisasi terhadap komunikasi organisasi di perusahaan ini memiliki tingkatan yang sama. Dari total 10 orang yang diambil datanya menyatakan bahwa 5 orang atau 50% menyatakan puas dan

5 orang atau 50% sisanya merasa tidak puas. Ketidakpuasan komunikasi organisasi ini dikarenakan karyawan tersebut merasa tidak menerima informasi yang lengkap mengenai perusahaan secara seutuhnya, dan hal ini kemudianlah yang membuat kinerja mereka menjadi tidak bisa positif terhadap perusahaan.

Penelitian lainnya mengenai kepuasan komunikasi organisasi adalah penelitian dengan judul “Kepuasan Komunikasi Organisasi di Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya” oleh Sienny Setiono Cusoy pada tahun 2009 ([http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft\\_detail.php?knokat=11440](http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=11440)). Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode *depth interview*. Metode *depth interview* dipilih karena penelitian ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” menyangkut masalah komunikasi yang terjadi di perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa kepuasan komunikasi organisasi didukung oleh beberapa faktor, antara lain kepuasan akan informasi di Matahari yang terlihat dari adanya ruang komunikasi yang nyaman seperti diadakan pertemuan-pertemuan rutin tiap minggunya. Sedangkan ketidakpuasan komunikasi organisasi di Matahari terletak pada beberapa hal, antara lain pada proses penyampaian informasi yaitu dari atasan ke bawahan dan antar rekan sekerja yang disebabkan karena keterbatasan waktu yang digunakan dalam pertemuan-pertemuan tersebut sehingga komunikasi yang terjalin kurang bisa maksimal dan juga informasi yang diberikan dirasa kurang oleh karyawan.

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu inilah kemudian peneliti menjadi tertarik melakukan penelitian yang membahas mengenai kepuasan komunikasi organisasi pula. Namun dalam penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan cara yang berbeda dengan peneliti yang terdahulu. Adapun cara tersebut ialah dengan melakukan penelitian dengan menggunakan metode audit mini. Peneliti ingin melihat bagaimana kepuasan komunikasi organisasi di UD. Prima Jaya dengan menggunakan metode audit mini karena peneliti merasa bahwa dalam beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu belum ada penelitian yang menggunakan metode ini, sehingga membuat peneliti pada kesempatan kali ini ingin melakukan penelitian dengan metode ini.

Supaya bisa mengetahui apakah kegiatan komunikasi di suatu organisasi sudah berjalan efektif atau berhasil mencapai tujuan serta sasaran dari suatu organisasi ialah dengan melakukan audit mini terhadap kepuasan komunikasi organisasi. Istilah “audit mini komunikasi keorganisasian” merupakan terjemahan dari bahasa Inggris “*Communication Mini-audit*”, yang dianjurkan oleh Susan Cluff melalui tulisannya yang berjudul “*Conducting Mini Audit*” yang dimuat dalam *World Communication*, jurnal IABC (*International Association of Business Communicators*), terbitan Februari 1987. Proses pelaksanaannya audit komunikasi mini oleh Susan Cluff disebut dengan singkatan MAP (*Mini-Audit Project*). (Hardjana, 2000:144)

Audit mini mempunyai tujuan yang sama dengan audit komunikasi yang menyeluruh -audit total- yakni meningkatkan kinerja program komunikasi. Hanya saja audit mini tidak dapat menghasilkan informasi yang serinci dan selengkap hasil dari audit total. Namun sebagai alat dan metode audit mini sangat praktis untuk mengumpulkan informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan efektivitas

program yang sedang berlangsung maupun untuk dijadikan petunjuk bagi melaksanakan audit total yang menyeluruh dan lebih mendalam. Lagipula, audit mini dapat dilaksanakan dengan dana, energi, dan waktu yang lebih terbatas – waktu enam minggu, sebuah gugus tugas yang terdiri atas paling banyak lima orang, termasuk seorang koordinator. (Hardjana, 2000:144)

Sehingga penelitian dilakukan untuk menjawab rumusan masalah “Seberapa Tinggi Kepuasan Komunikasi Organisasi di UD. Prima Jaya?”

## **Tinjauan Pustaka**

### **Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun setidaknya-tidaknya satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi menafsirkan suatu pertunjukan. Karena fokus kita adalah komunikasi di antara anggota-anggota suatu organisasi, analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara simultan. Sistem tersebut menyangkut pertunjukan dan penafsiran pesan diantara lusinan atau bahkan ratusan individu pada saat yang sama yang memiliki jenis-jenis hubungan berlainan yang menghubungkan mereka; yang pikiran, keputusan dan perilakunya diatur oleh kebijakan-kebijakan, regulasi, dan “aturan-aturan”; yang mempunyai gaya berlainan dalam berkomunikasi, mengelola, dan memimpin; yang dimotivasi oleh kemungkinan-kemungkinan yang berbeda; yang berada pada tahap perkembangan berlainan dalam berbagai kelompok; yang mempersepsi iklim komunikasi berbeda; yang mempunyai tingkat kepuasan berbeda dan tingkat kecukupan informasi yang berbeda pula; yang lebih menyukai dan menggunakan jenis, bentuk, dan metode komunikasi yang berbeda dalam jaringan yang berbeda; yang mempunyai tingkat ketelitian pesan yang berlainan; dan yang membutuhkan penggunaan tingkat materi dan energi yang berbeda untuk berkomunikasi efektif. (Pace & Faules, 2005:31-32)

### **Kepuasan Komunikasi Organisasi**

Menurut Down dan Hazen (1977:63) kepuasan komunikasi organisasi adalah keadaan emosional yang menyenangkan bagi karyawan dalam memandang komunikasi perusahaan untuk meningkatkan kemampuan kerja mereka. Meskipun kepuasan komunikasi terlihat bertumpang-tindih dengan iklim komunikasi, kepuasan komunikasi ini cenderung memperkaya gagasan iklim dengan menyoroti tingkat individu dan pribadi.

Down dan Hazen (1977) memberikan analisis komprehensif mengenai kepuasan komunikasi organisasi sebagai bagian dari usaha mereka untuk mengembangkan

suatu instrumen untuk mengukur kepuasan komunikasi. Down dan Hanzen mengidentifikasi ada sembilan dimensi yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan berkomunikasi. Dimensi-dimensi tersebut antara lain :

1. Dimensi Informatif. Dimensi informatif terdiri dari faktor-faktor kepuasan komunikasi seperti kualitas informasi, perspektif organisasi dan keutuhan organisasi.
2. Keutuhan Organisasi. Informasi tentang arah organisasi, kehendak organisasi terhadap tugas yang harus dilaksanakan, informasi serta pengetahuan tentang kerja adalah penting diketahui oleh karyawan.
3. Perspektif Perusahaan. Informasi yang jelas tentang tujuan organisasi, perubahan-perubahan dalam organisasi, kebijakan serta pendekatan serta prosedur kerja di kalangan anggota organisasi membantu melicinkan lagi pelaksanaan kerja.
4. Komunikasi Horizontal Antar-Bagian. Komunikasi ini didefinisikan sebagai proses integrasi tindakan di peringkat kegiatan untuk tujuan meningkatkan tingkat kecepatannya dalam proses pemecahan masalah, semangat tim serta koordinasi ke arah pencapaian tujuan pembentukan organisasi.
5. Komunikasi Subordinasi (Rekan Sekerja). Adapun komunikasi informal adalah metode di mana informasi diperoleh dari rekan sekerja, kelompok, dan orang yang berpengaruh. Biasanya mengacu pada pola hubungan pribadi di kalangan anggota-anggota organisasi terlepas dari posisi mereka yang relatif dalam bagan organisasi.
6. Komunikasi Manajemen Atasan. Manajemen puncak terdiri dari mereka yang terlibat dalam aspek perencanaan, formulasi dan evaluasi kebijakan serta strategi, koordinasi dan evaluasi pelaksanaan program-program.
7. Lingkungan Komunikasi. Kebanyakan sarjana dan praktisi berpendapat bahwa dalam sebuah organisasi, lingkungan komunikasi yang sempurna memiliki karakteristik berikut (Daniel, Spikers, & Papa, 1997) : (1) Komunikasi yang fleksibel dengan memiliki saluran yang terbuka serta penyebaran informasi dari berbagai arah (atas, bawah, dan horizontal); (2) Memiliki informasi yang tepat serta memadai, lengkap tentang aspek-aspek prosedur kerja, penilaian prestasi kerja, kebijakan organisasi, keputusan dan lain aspek yang terkait dengan tugas; (3) Saling percaya mempercayai, keterbukaan, dan dukungan dalam berkomunikasi antara atasan dengan bawahan; (4) Keterlibatan dalam proses membuat keputusan, solusi masalah, dan lain-lain yang terkait dengan tugas serta kepemimpinan yang demokratis.
8. Komunikasi Pengawasan. Hubungan yang berbentuk difusi dan infus dalam proses berkomunikasi dengan petugas supervisor. Tiga hal penting adalah keterbukaan pejabat atasan untuk menerima ide-ide, kesediaan

untuk mendengar dan perhatian yang diberikan, serta bimbing pandu pejabat atasan dalam menyelesaikan masalah kerja.

9. Umpan Balik. Tanggapan adalah penting dalam proses komunikasi, dengan kata lain tanpa umpan balik proses komunikasi yang terjadi adalah berbentuk satu arah. Dalam menjalankan tugas, umpan tentang prestasi kerja, penilaian kinerja saat, dan pemahaman tentang perintah yang diterima adalah penting.

Secara keseluruhan, kepuasan berhubungan dengan perbedaan antara apa yang orang inginkan dari sudut pandang komunikasi dalam organisasi dan apa yang orang miliki dalam kaitan tersebut. Kepuasan hampir tidak berhubungan dengan keefektifan pengungkapan pesan, tetapi bila pengalaman berkomunikasi memenuhi keinginan seseorang, biasanya hal itu dipandang sebagai memuaskan, meskipun mungkin tidak efektif secara khusus sepanjang berkaitan dengan standar penciptaan, pengungkapan dan penafsiran pesan. Kepuasan adalah suatu konsep yang biasanya berkenaan dengan kenyamanan; jadi kepuasan dalam komunikasi berarti anda merasa nyaman dengan pesan-pesan, media dan hubungan-hubungan dalam organisasi. (Pace & Faules, 2005:164-165)

## Metode

### Audit Mini Komunikasi

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu metode audit mini yang dilakukan berdasarkan analisis di dalam perusahaan. Metode audit mini adalah penyelidikan yang diadakan untuk menemukan titik-titik rawan, mendokumentasikan dan menguji program dan prosedur kerja, mendapatkan umpan balik, dan membuat berbagai rekomendasi. (Hardjana, 2000:144). Metode audit mini ini nantinya akan dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada para karyawan dan manajemen perusahaan yang telah ditentukan.

### Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah para manajemen dan karyawan dari UD. Prima Jaya yang berlokasi di Balongbendo, Krian. Sampel adalah cara untuk menentukan sampling yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang *representative*. Sampel merupakan bagian tertentu yang dipilih dari populasi. Dalam penelitian ini populasinya adalah para manajemen dan karyawan dari UD. Prima Jaya. Sedangkan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *total sampling* dimana semua populasi digunakan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (1994:62), *total sampling* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang relatif kecil. Peneliti menggunakan metode *total sampling* karena jumlah

responden yang ada di UD. Prima Jaya hanya berjumlah 35 orang. Sehingga sampel yang nantinya digunakan dalam penelitian ini akan ada sebanyak 35 sampel.

### *Analisis Data*

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan data kuesioner sebagai data primer dan data sekunder yaitu wawancara tatap muka untuk mendukung hasil analisis kuantitatif. Nantinya akan dilakukan pengukuran menggunakan skala likert dalam lima jenjang dengan kategori jawaban “Sangat Tidak Setuju (STS)” dengan skor 1, “Tidak Setuju (TS)” dengan skor 2, “Netral (N)” dengan skor 3, “Setuju (S)” dengan skor 4 dan “Sangat Setuju (ST)” dengan skor 5.

## Temuan Data

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana indikator dalam kuesioner dapat mengukur konsep yang diinginkan. Untuk mengukur validitas digunakan korelasi *product moment pearson*. Dari hasil olahan SPSS pada data yang dikumpulkan peneliti dapat dijelaskan bahwa dari semua data yang disebarkan peneliti kepada responden, setelah diadakan uji validitas ternyata semua data yang diperoleh adalah valid. Hal ini dapat dibuktikan dengan pengujian validitas dimana semua item pertanyaan memiliki nilai Koefisien Korelasi yang harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,334.

### Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila kita selalu mendapatkan hasil yang sama dari gejala pengukuran yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda-beda. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang sudah ditentukan diatas 0,6.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
,958	51

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS

Dari hasil olahan SPSS diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,958. Ini berarti nilai tersebut telah lebih besar dari 0,6. Jadi bisa disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

## Analisis dan Interpretasi

**Tabel 2. Tabel Total Kepuasan Komunikasi Organisasi**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
	(orang)	(%)
Sangat Rendah	10	0,56
Rendah	26	1,46
Netral	406	22,75
Tinggi	742	41,57
Sangat Tinggi	601	33,67
Total	1785	100

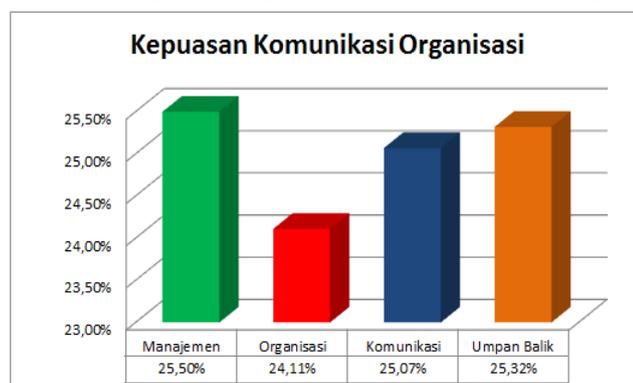
Sumber : Olahan Peneliti dalam SPSS

Tabel 4.59 di atas menunjukkan hasil jawaban keseluruhan dari 35 responden atas 51 poin pertanyaan kuesioner. Tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan sangat tinggi pada perusahaan UD. Prima Jaya. Hal ini ditunjukkan oleh jumlah 742 pada jawaban tingkatan tinggi dengan persentase sebesar 41,57% dan 601 pada jawaban tingkatan sangat tinggi dengan persentase sebesar 33,67%.

Sedangkan untuk jawaban dengan tingkatan netral ada sebanyak 406 dengan persentase sebesar 22,75%. Dari 35 responden yang menjawab untuk tingkatan rendah hanya terdapat 26 jawaban dengan persentase sebesar 1,46% dan untuk tingkatan sangat rendah juga memiliki tingkatan yang lebih kecil lagi, yaitu hanya terdapat 10 jawaban dengan persentase sebesar 0,56% saja.

Melalui hasil dari analisis jawaban secara keseluruhan ini dapat di simpulkan bahwa sebagian besar karyawan di UD. Prima Jaya telah memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap komunikasi organisasi dalam perusahaan tersebut. Dengan begini juga dapat di tarik kesimpulan bahwa karyawan di UD. Prima Jaya juga telah memiliki tingkat kepuasan yang tinggi pada hampir keseluruhan dimensi kepuasan komunikasi yang telah di tanyakan oleh peneliti.

**Gambar 1. Diagram Kepuasan Komunikasi Organisasi**



Sumber : Olahan Peneliti, 2016

Hasil penelitian ini menemukan bahwa titik rawan yang ada pada UD. Prima Jaya terletak pada aspek organisasi dengan memiliki persentase yang paling kecil diantara aspek yang lainnya, yaitu sebesar 24,11%. Setelah dilakukan analisis juga diketahui bahwa pada aspek organisasi yang menyebabkan aspek ini menjadi titik rawan ada pada poin pertanyaan 'karyawan memperoleh informasi yang jelas dan padat' dan 'karyawan diizinkan untuk bertindak sendiri tanpa perlu melalui izin dari atasan dalam melaksanakan tugas yang harus segera dilakukan'.

Kemudian setelah itu terdapat aspek komunikasi yang juga cukup perlu diperhatikan dengan memiliki persentase yaitu sebesar 25,07%. Aspek ini perlu diperhatikan karena ada beberapa poin pertanyaan seperti pada poin 'karyawan memperoleh informasi tepat waktu dari anggota kerja yang lain' dan 'karyawan memperoleh informasi yang bisa dipercaya keakuratannya dari bagian yang lain' yang memiliki jawaban responden seperti merasa kurang puas. Aspek umpan balik yang memiliki persentase sebesar 25,32% bisa dibilang tidak termasuk dalam posisi rawan. Kemudian untuk aspek terakhir yang memiliki persentase tertinggi dibandingkan dengan aspek lainnya yaitu sebesar 25,50% terdapat pada aspek manajemen.

Dari hal inilah dapat diketahui bahwa kepuasan komunikasi organisasi tertinggi yang ada pada UD. Prima Jaya terletak pada aspek manajemen dengan persentase sebesar 25,50%. Sedangkan kepuasan komunikasi organisasi terendah terletak pada aspek organisasi dengan persentase sebesar 24,11%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan komunikasi organisasi pada aspek organisasi harus dapat lebih ditingkatkan lagi untuk bisa meningkatkan kepuasan komunikasi supaya dapat membantu kelancaran kerja dan tercapainya target perusahaan pula.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab 4, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu secara keseluruhan bisa diketahui bahwa sebagian besar karyawan di UD. Prima Jaya telah memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dengan komunikasi organisasi yang terjadi dalam perusahaan tersebut. Hal ini diketahui pada tabel 4.59 yang mendeskripsikan hasil dari seluruh kuesioner (51 pertanyaan) yang diajukan kepada 35 responden. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa terdapat 742 jawaban yang masuk dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 41,57% dan 601 pada jawaban yang masuk dalam kategori tingkatan sangat tinggi dengan persentase sebesar 33,67%. Selain itu, untuk kategori jawaban netral yang mayoritas lebih cenderung kepada puas terdapat sebanyak 406 dengan persentase sebesar 22,75%. Kemudian untuk responden yang menjawab dengan kategori rendah hanya terdapat 26 jawaban dengan persentase sebesar 1,46% dan untuk kategori tingkatan sangat rendah juga memiliki tingkatan yang lebih kecil lagi, yaitu hanya terdapat 10 jawaban dengan persentase sebesar 0,56% saja.

Dari hasil analisis tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hampir secara keseluruhan karyawan di UD. Prima Jaya telah merasa puas dengan komunikasi organisasi yang terjadi pada perusahaan tersebut. Hal ini juga ditunjukkan dari

analisis pada teori kesembilan dimensi kepuasan komunikasi organisasi yang dijadikan alat ukur untuk mengukur kepuasan komunikasi di perusahaan ini terjawab dengan sebagian besar karyawan yang lebih banyak memilih jawaban tinggi dan sangat tinggi pada kesembilan dimensi tersebut. Tetapi ada beberapa kekurangan, seperti dari dimensi keutuhan organisasi pada kuesioner no 23 & 25 serta dimensi informatif pada kuesioner no 11 yang perlu diperbaiki sistem komunikasinya.

Walaupun hampir secara keseluruhan karyawan di UD. Prima Jaya telah merasa puas dengan komunikasi organisasi yang terjadi pada perusahaan tersebut, tetapi masih terdapat beberapa karyawan yang merasa belum puas dengan beberapa dimensi kepuasan komunikasi yang dijadikan alat ukur kepuasan komunikasi organisasi tersebut. Hal ini terbukti dari analisis pada keempat aspek utama yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan audit, aspek tersebut terdiri dari manajemen, organisasi, komunikasi dan umpan balik. Setelah dilakukan analisis diketahui bahwa pada UD. Prima Jaya memiliki aspek manajemen dengan persentase sebesar 25,50%, aspek organisasi yang memiliki persentase sebesar 24,11%, aspek komunikasi yang memiliki persentase yaitu sebesar 25,07% dan aspek umpan balik yang memiliki persentase sebesar 25,32%. Dari hasil analisis pada tiap aspek inilah dapat diketahui bahwa kepuasan komunikasi organisasi tertinggi yang ada pada UD. Prima Jaya terletak pada aspek manajemen dan kepuasan komunikasi organisasi terendah terletak pada aspek organisasi.

Peneliti memberikan rekomendasi pada perusahaan terkait empat aspek audit mini komunikasi yakni aspek manajemen, organisasi, komunikasi dan umpan balik. Adapun rekomendasi ini dapat menjadi perbaikan, efektivitas dan efisiensi organisasi tersebut. Rekomendasi yang peneliti berikan kepada perusahaan ini adalah berupa masukan, khususnya untuk atasan perusahaan yaitu diharapkan supaya dapat lebih memperhatikan kepuasan komunikasi organisasi yang terletak pada **aspek organisasi**. Hal ini dikarenakan setelah peneliti melakukan analisis secara menyeluruh menggunakan metode penelitian audit mini diketahui bahwa titik rawan yang ada pada perusahaan ini terletak pada aspek tersebut. Selain itu peneliti juga memberikan rekomendasi kepada perusahaan agar lebih memperhatikan kepuasan karyawan, hal ini dikarenakan setelah peneliti melakukan penelitian pada posisi karyawan masih menunjukkan ada rasa ketidakpuasan walaupun jumlahnya tidaklah banyak. Sehingga hal inilah yang membuat peneliti merasa perlu memberikan rekomendasi supaya manajemen dapat lebih memperhatikan kepuasan karyawan tersebut karena hal itu sangatlah penting dalam kelancaran kerja suatu perusahaan.

## Daftar Referensi

- Down, C. W., & Hazen, M. D. (1977) *A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction*. *The Journal of Business Communication*, 14, 63-73.
- Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational Communication*. (6th ed). MC. Graw Hill. USA.
- Hardjana, A. (2000). *Audit Komunikasi : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Liliweri, A. (2004). *Wacana Komunikasi Organisasi*. Bandung: CV. Mandar Maju



Muhammad, A. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara

Pace, R. Wayne & Faules, Don F. (2005). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

**Non Buku :**

Cussoy, S. S. (2009). *Kepuasan Komunikasi Organisasi di Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya*. Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia

Lestiowardi, R. (2010). *Kepuasan Komunikasi Organisasi di PT Aims Perdana Cabang Surabaya*. Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia