

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, tentang iklim komunikasi organisasi IDN Media Surabaya, memiliki mayoritas responden merupakan karyawan dengan pendidikan terakhir S1, berada di divisi IDN Times, dan memiliki lama masa kerja 13-24 bulan. Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa IDN Media memiliki iklim komunikasi organisasi yang positif.

Penelitian mengenai iklim komunikasi organisasi IDN Media Surabaya ini menggunakan 6 indikator, yaitu kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas, dan perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai iklim komunikasi organisasi IDN Media Surabaya, peneliti mendapatkan hasil bahwa iklim komunikasi organisasi tertinggi terdapat pada indikator kepercayaan, perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas, pembuatan keputusan bersama, dan yang paling rendah terdapat pada indikator kejujuran.

Meskipun bernilai positif, terdapat beberapa pernyataan di beberapa indikator yang memiliki nilai yang berada di tidak terlalu tinggi di ambang batas nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa IDN Media pun

mengalami dinamika dalam mengadaptasi iklim komunikasi organisasi yang begitu bebas dan fleksibel seperti yang telah diterapkan.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di IDN Media Surabaya, peneliti ingin memberikan saran akademis dan juga saran praktis. Berikut adalah saran dari peneliti:

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian terkait iklim komunikasi organisasi IDN Media dapat dilakukan secara kualitatif, dengan pendekatan tersebut maka unsur-unsur iklim komunikasi organisasi yang ada dapat diteliti dengan lebih baik lagi, dengan cara wawancara mendalam dan lebih terinci. Penelitian terkait iklim komunikasi IDN Media pun dapat dilakukan melalui metode studi kasus, agar setiap fenomena dapat dijelaskan dengan lebih baik dan lebih dalam lagi. Selain itu, apabila kembali dilakukan dengan metode kuantitatif, penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan *total sampling* untuk membandingkan dengan penelitian yang telah peneliti lakukan.

V.2.2 Saran Praktis

Meskipun IDN Media Surabaya telah memiliki iklim komunikasi organisasi yang positif, namun indikator kejujuran dalam *Town Hall Meeting* memiliki nilai rata-rata yang berada di ambang batas nilai positif. Untuk itu, perlu adanya peningkatan dalam pembuatan suasana yang dapat mendorong adanya kejujuran dalam *Town Hall Meeting* yang diadakan oleh IDN Media.

Ada pula indikator kejujuran dalam *Weekly Meeting* yang juga memiliki nilai rata-rata di ambang nilai positif pula. Untuk itu, perlu adanya peningkatan dalam pembuatan suasana yang dapat mendorong adanya kejujuran dalam *Weekly Meeting* yang diadakan oleh IDN Media.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Curtis, B., Floyd, J. J., & Jerry, L. (1999). *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Effendi, S., & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Hardjana, A. (2016). *Komunikasi Organisasi: Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliwari, A. (2004). *Wacana Komunikasi Organisasi*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Masmuh, A. (2010). *Komunikasi Organisasi: Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Muhammad, D. A. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W., & Don, F. F. (1998). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (1999). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

- Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (Manajemen Humas dan Komunikasi). 1998. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, D. U. (2012). *Metode Penelititan Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tubs, S. L., & Moss, S. (2001). *Human Communication (4th ed)*. United States: Random House Inc.

JURNAL:

- Cahyadi, N. K. (2017). Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Loyalitas Karyawan di Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort. *Jurnal e-Komunikasi*, 5(1).
- Filemon, R. S., Pradekso, T., & Yulianto, M. (2013). Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) Area Sidoarjo. *Interaksi Online*, 1(4).
- Hadi, I. P. (2000). Komunikasi dalam Sebuah Organisasi.
- Harjana, A. (2007). Iklim Komunikasi Keorganisasian. *Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY*, 4(2)

- Irawan, D., & Venus, A. (2016). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Keluarga Berencana Jakarta Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 122-132.
- Marcyola, D. (2013). Iklim komunikasi organisasi dan kinerja karyawan di Bank Bukopin cabang Medan. *FLOW*, 2(1).
- Nugroho, D. B. (2016). Iklim Komunikasi Organisasi PT. Radio Fiskaria Jaya Suara Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, 4(2).
- Santoso, A. (2015). Iklim Komunikasi Organisasi di Hotel Savana Malang. *Jurnal e-Komunikasi*, 3(2).
- Yuliana, R. (2012). Peran Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal STIE Semarang*, 4.
- Yoanne, B. (2013). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi PT. Djatim Super Cooking Oil Surabaya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal e-Komunikasi*, 1(3).

WEBSITE:

IDN Times [on-line]. Diakses pada 11 Maret 2018 dari <https://www.idntimes.com/about-us>