

**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP  
KOMITMEN ORGANISASI DI UNIT KEGIATAN MAHASISWA (UKM)  
JURNALISTIK UNTIRTA**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada  
Konsentrasi Jurnalistik Program studi Ilmu Komunikasi



Oleh :  
Cahyo Wibisono  
NIM. 092013

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
SERANG  
2013**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yangbertandatangan dibawahini:

Nama : Cahyo Wibisono  
NIM : 6662092013  
Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 14 September 1990  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa kripsi yang berjudul **Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta** adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan adalah benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, November 2013

Cahyo Wibisono

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama** : CAHYO WIBISONO  
**NIM** : 6662092013  
**Judul Skripsi** : IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP  
KOMITMEN ORGANISASI DI UNIT KEGIATAN  
MAHASISWA (UKM) JURNALISTIK UNTIRTA

Serang, 11 November 2013

**Skripsi Ini Telah Disetujui Untuk Diujikan**

Menyetujui,

**Pembimbing I**



**IstiNursih, S.Ip., M.Ikom**

NIP. 197508102005012001

**Pembimbing II**

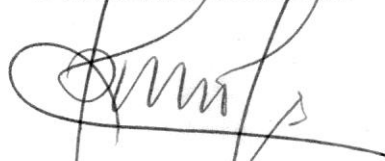


**Burhanudin SE., M.Si**

NIP. 1197504052008121001

Mengetahui,

**Dekan FISIP UNTIRTA**



**Dr. AgusSjafari, S.Sos., M.Si**

NIP. 1971108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama : CAHYO WIBISONO**  
**NIM : 6662092013**  
**Judul : PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP  
KOMITMEN ORGANISASI DI UNIT KEGIATAN MAHASISWA  
(UKM) JURNALISTIK UNIVERSTAS SULTAN AGENG  
TIRTAYASA**

**Telah diujikan dihadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi dan Komprehensif di Serang,  
tanggal 18 bulan Novmber 2013 dan dinyatakan LULUS.**

**Serang, 18 November 2013**

**Ketua Penguji :**

**Rahmi Winangsih, Dra., M.Si**  
**NIP. 197810192005012001**

**Anggota :**

**Muhammad Jaiz, S.Sos.M, pd**  
**NIP. 19710629200312001**

**Anggota :**

**Burhanudin M, SE., M.Si**  
**NIP. 197504052008121001**

**Dekan FISIP Untirta**

**Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 19708242005011002**

**Mengetahui,**

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**

**Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197708112005122003**

***"Karena Allah selalu bersama orang-orang yang  
terus berusahadan berdoa. Percaya,  
Senyum dan tetap Semangat"***

***Skripsi ini Kupersembahkan untuk Mamadan Bapak yang  
senantiasa membantu, mendukung dan tidak henti mendoakan sertaan  
tuk orang-orang Tersayang.  
Terimakasih semua, Aku Sayang Kalian..***

## ABSTRAK

**Cahyo Wibisono. NIM 092013. “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa”. SKRIPSI. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. 2013.**

Suatu organisasi apapun bentuknya dan bidang kegiatannya akan melibatkan komunikasi dalam penyebaran informasi. Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi sebab telah banyak bukti yang menunjukkan pentingnya komunikasi dalam menunjang keberhasilan organisasi. Sebab itu dalam sebuah organisasi, iklim komunikasi itu sangat penting karena iklim komunikasi sebuah organisasi mempengaruhi hidup anggota organisasi. Kepada siapa anggota bicara, siapa yang anggota sukai, bagaimana perasaan anggota, bagaimana kegiatan kerja anggota, bagaimana perkembangan anggota, apa yang ingin dicapai anggota, bagaimana cara anggota menyesuaikan diri dengan organisasi dimana tempat anggota bekerja dan kerjasama antar anggota organisasi dapat digunakan sebagai upaya untuk menciptakan tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang diuji menggunakan teori strukturasi.

Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuisioner dengan skala likert 1-4. Sedangkan sampel ditentukan dengan teknik sampling jenuh sebanyak 59 responden.

menerangkan bahwa hasil uji koefisien korelasi antara variabel X yaitu variabel iklim komunikasi organisasi terhadap variabel Y yaitu variabel komitmen organisasi sebesar 0,507. Nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,507 > 0,256$ ) maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, bahwa hipotesis yang menerangkan bahwa ada pengaruh antara iklim komunikasi organisasi dengan komitmen organisasi diterima.

**Kata kunci : Iklim Komunikasi Organisasi, Komitmen Organisasi, UKM Jurnalistik Untirta.**

## ABSTRACT

**Cahyo Wibisono. NIM 092013. “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa”. SKRIPSI. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. 2013.**

The Influence of Organization Communication Climate Toward Organization Commitment in Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Journalism at Sultan Ageng Tirtayasa University.

The organization whatever that the type and area of activity would be involve the communication in information distributing. It was unwilling because has many evidence that can show the communication was very important in support the organization success. Therefore, in organization, communication climate it was very important because the communication climate of organization influenced of people live in the organization. Who can people talk about, who people like that, how people feeling, how people doing the activity, how people can improve, what people achievement, how people way to adapt theirselves with organization when people place for doing work and cooperate each people of organization can used as effort for create the organization purpose in accordance with effective and efficiency.

The method of this research use the quantitative. The data collected through questionnaire with likert scale 1-4. Meanwhile, the sample fixed by sampling jenuh technique as many 59 respondent. The result of this research can showed has the influence of communication climate in the organization toward organization commitment at UKM Journalism.

Explain that the results of testing the coefficient of correlation between the variable X organization communication against climatic variable Y organizational commitment of variable 0,507. The value of  $r_{count} > r_{table}$  ( $0,507 > 0,256$ ) then the  $H_0$  ditolak,  $H_a$  received, that hypothesis explains that there are influences on climate communication between organizations with organizational commitment accepted.

**Keywords : Organization Communication Climate, Organization**

**Commitment, UKM Jurnalistik Untirta.**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa menganugraahkan segala nikmat yang telah menuntun manusia dari jaman jahiliyah menuju jaman penuh keimanan. Shalawat dan salam juga senantiasa tercurahkan kepada baginda Rosulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman kelak.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yth. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Yth. Bapak Dr. Agus Sjafari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Yth. Ibu Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.



4. Yth. Ibu Asri Praceka, S.Sos selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
5. Yth. Ibu Isti Nursih, S.Ip., M. Ikom selaku pembimbing skripsi, atas bimbingan dan nasehatnya kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Yth. Bapak Burhanudin SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi, atas bimbingan dan nasehatnya kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
7. Yth. Ibu Rahmi Winangsih, Dra. M.Si. selaku dosen pembimbing, atas bimbingan dan nasehatnya kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
8. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan yang tiada hentinya kepada penulis selama ini.
9. Kakak, adik dan keponakan kutersayang, Dita Mayang Sari, Mas Arie, Mbak Ratna, Doni dan Fajar. Terima kasih atas kasih sayang dan semangatnya selama ini.
10. Segenap Dosen dan Staf Jurusan maupun Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
11. Ketua UKM Jurnalistik Untirta beserta pengurus. Terima kasih atas bantuan dan partisipasinya selama penelitian berlangsung.
12. Keluarga besar UKM Jurnalistik beserta teman-temanku seperjuangan yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Atas kebaikan dan pertemanannya selama ini.

Kepada semua pihak tersebut, semoga amal kebaikan yang telah dilakukan selama ini mendapatkan ganjaran dan rahmat dari Allah SWT. Tiada hal lain yang dapat penulis lakukan selain mendoakan semuanya.

Akhirnya Kata penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Saran dan Kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sah bagi berbagai pihak.

**Wassalamualaikum Wr. Wb**

Serang, Maret 2013

Penulis,

**Cahyo Wibisono**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I.PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Organisasi.....	9
2.2 Aliran Komunikasi Organisasi.....	11
2.3 Karakteristik dan Fungsi Organisasi.....	14
2.3.1 Karakteristik Organisasi.....	14

2.3.2 Fungsi Organisasi.....	15
2.4 Iklim Komunikasi Organisasi.....	17
2.5 Komitmen Organisasi.....	20
2.5.1 Membangun Komitmen.....	21
2.5.2 Indikator Perilaku Komitmen.....	24
2.6 Kerangka Berfikir.....	25
2.6.1 Teori Strukturasi.....	25
2.6.2 Kerangka konseptual.....	28
2.7 Hipotesis Penelitian.....	31
2.8 Penelitian Sebelumnya.....	31
2.9 Operasional Variabel.....	33
<b>BAB III Metodologi Penelitian</b>	
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Instrumen Penelitian.....	36
3.2.1 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	40
3.4.1 Uji Validitas.....	41
3.4.2 Uji Realiabilitas.....	42
3.4.3 Uji Koefisien Korelasi.....	43

3.4.4 Uji Signifikansi.....	44
3.4.5 Uji Koefisien Destermisasi.....	45
3.4.6 Uji Regresi Linier Sederhana.....	46
3.5 Hasil Pengujian Validitas dan Realiabilitas Intrumen.....	47
3.6 Waktu Penelitian.....	49
<b>BAB IV Hasil Penelitian</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Profil UKM Jurnalistik Untirta.....	51
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Identitas Responden.....	54
4.3 Data Penelitian.....	55
4.3.1 Variabel Iklim Komunikasi Organisasi.....	55
4.3.2 Variabel Komitmen Organisasi.....	64
4.4 Pengujian Persyaratan Statistik.....	73
4.4.3 Uji Normalitas.....	73
4.5 Pengujian Hipotesis.....	74
4.5.1 Uji Koefisien Korelasi.....	74
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi.....	76
4.6 Uji Regresi Linier Sederhana.....	78
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	91

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b>	Penelitian Sebelumnya.....	31
<b>Tabel 2.2</b>	Operasional Variabel Penelitian.....	33
<b>Tabel 3.1</b>	Skala Likert.....	37
<b>Tabel 3.2</b>	Katagori Koefisien Korelasi.....	44
<b>Tabel 3.3</b>	<i>Item-Total Statistik</i> .....	48
<b>Tabel 3.4</b>	<i>Reliability Statistics</i> .....	49
<b>Tabel 3.5</b>	Jadwal Penelitian.....	50
<b>Tabel 4.1</b>	Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin.....	54
<b>Tabel 4.2</b>	Pimpinan UKM Jurnalistik sangat menaruh kepercayaan yang tinggi.....	55
<b>Tabel 4.3</b>	Sesama anggota menaruh kepercayaan yang tinggi.....	56
<b>Tabel 4.4</b>	Memberikan kesempatan untuk memberikan saran sebelum mengambil keputusan.....	57
<b>Tabel 4.5</b>	Memberikan ide dan saran dalam memecahkan persoalan yang dihadapi.....	58
<b>Tabel 4.6</b>	Suasana dalam UKM Jurnalistik diliputi kejujuran.....	59
<b>Tabel 4.7</b>	Memberitahukan Pekerjaan yang harus dikerjakan.....	59
<b>Tabel 4.8</b>	Pimpinan memberi informasi masalah UKM Jurnalistik pada Para anggota.....	60
<b>Tabel 4.9</b>	Menceritakan masalah yang pekerjaan.....	61
<b>Tabel 4.10</b>	Pimpinan bersedia keluhan anggota tentang UKM Jurnalistik.....	62

<b>Tabel 4.11</b>	Untuk hasil yang sempurna melakukan pengecekan ulang terhadap hasil kerja.....	63
<b>Tabel 4.12</b>	Merasa ikut memiliki UKM Jurnalistik.....	64
<b>Tabel 4.13</b>	Merasa terikat emosional dengan UKM Jurnalistik.....	65
<b>Tabel 4.14</b>	UKM Jurnalistik sangat berarti.....	67
<b>Tabel 4.15</b>	Merasa masalah UKM Jurnalistik seperti masalah Anggota.....	67
<b>Tabel 4.16</b>	Sulit terikat dengan organisasi lain .....	68
<b>Tabel 4.17</b>	Merasa tidak komitmen bila meninggalkan UKM Jurnalistik.....	68
<b>Tabel 4.18</b>	Alasan utama tetap berada di UKM Jurnalistik adalah karena loyalitas terhadap organisasi.....	69
<b>Tabel 4.19</b>	Mau berusaha diatas batas normal untuk mensukseskan UKM Jurnalistik.....	70
<b>Tabel 4.20</b>	Bekerja keras mewujudkan visi dan misi UKM Jurnalistik.....	71
<b>Tabel 4.21</b>	Berusaha memberikan waktu, tenaga dan pikiran di UKM Jurnalistik Untirta.....	72
<b>Tabel 4.1</b>	Hasil Uji Validitas.....	74
<b>Tabel 4.2</b>	Distribusi skor nilai variabel X dan Y.....	75
<b>Tabel 4.3</b>	Uji Normalitas.....	76
<b>Tabel 4.4</b>	Korelasi.....	78
<b>Tabel 4.5</b>	Koefisien Determinasi.....	79
<b>Tabel 4.6</b>	Regresi Linier.....	81

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	29
-------------------	------------------------------------	----



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan unsur pokok dalam suatu organisasi. Komunikasi juga merupakan suatu proses penting dimana telah memberi nafas kehidupan dalam organisasi. Suatu organisasi apapun bentuknya dan bidang kegiatannya akan melibatkan komunikasi dalam penyebaran informasi. Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi sebab telah banyak bukti yang menunjukkan pentingnya komunikasi dalam menunjang keberhasilan organisasi.

Onong Uchjana Effendy dalam Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyebutkan komunikasi adalah, Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan, berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan, dan sebagainya, dilakukan secara tatap muka maupun secara tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau prilaku (1993:28,60).

Sedangkan Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah. Definisi ini

mengandung tujuh konsep kunci, yaitu: proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

Keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh berhasil tidaknya komunikasi yang dilakukan organisasi tersebut. Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jalannya roda organisasi. Komunikasi pada organisasi mempunyai peranan yang sangat penting untuk mengatasi masalah-masalah dan tujuan dari organisasi. Jika komunikasi tidak berjalan dengan baik, bawahan tidak mengetahui apa saja serangkaian kegiatan yang harus mereka lakukan dengan cepat dan tepat. Pimpinan tidak akan dapat memberi instruksi-instruksi, tidak ada kerja sama yang baik karena tidak memungkinkan koordinasi kerja dalam organisasi. Tetapi sebaliknya apabila komunikasi berjalan dengan baik dan diterapkan dalam situasi dan kondisi yang cocok serta harmonis dalam organisasi segala hambatan-hambatan akan dapat diatasi dengan baik, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai.

Pace dan Faules (2005) berbicara masalah komunikasi organisasi, tidak lepas dari masalah perpindahan aliran informasi secara formal. Ada empat jenis arah aliran komunikasi dalam organisasi, yaitu; komunikasi kebawah, aliran komunikasi dari atas atau orang yang memiliki otoritas lebih tinggi, ke bawahannya yang otoritasnya lebih rendah. Komunikasi ke atas, aliran komunikasi dari bawah ke atasan. Komunikasi ke atas sangat penting karena menumbuhkan loyalitas anggota pada organisasi dengan memberikan kesempatan pada anggota untuk menyalurkan pemikiran-

pemikiran, dan saran mereka untuk keberlangsungan hidup organisasi. Komunikasi horizontal, komunikasi yang terjadi antara orang yang memiliki jabatan yang sama dalam unit kerja yang sama pula.

Dalam hal ini, organisasi yang berorientasi ke masa depan dan bersikap profesional selalu berusaha menciptakan hubungan yang harmonis antara kepentingan organisasi dan anggota organisasi untuk menciptakan sikap yang positif yang mendukung tercapainya tujuan dan sasaran organisasi. Keberhasilan pimpinan dalam menyampaikan pesan pada bawahannya dapat diperoleh dengan komunikasi yang efektif, dimana akan menciptakan sikap positif bawahan terhadap pimpinan. Dalam hal ini, akan menciptakan sikap disiplin, bertanggung jawab, dan bekerja sama dalam melaksanakan tugas-tugas organisasi.

Menurut Gibson (2000), kinerja organisasi tergantung pada kinerja individu. Organisasi terdiri dari sekelompok individu yang mempunyai karakteristik berbeda antar anggota organisasi tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Robbins (1998), bahwa organisasi merupakan unit sosial yang terdiri dari dua orang atau lebih dan dilakukan secara terus menerus untuk dapat mencapai tujuan bersama. Kerjasama antar anggota organisasi dapat digunakan sebagai upaya untuk menciptakan tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Hal ini juga tidak lepas dari faktor-faktor iklim komunikasi organisasi. Iklim komunikasi organisasi yang kondusif bagi anggota organisasi mampu memberikan kenyamanan dalam bekerja, bahkan

kemungkinan mereka bekerja akan loyal dan berkomitmen terhadap organisasi.

Menurut W. Charles Redding, dalam bukunya *Communication within the Organization (1972)*, menyatakan bahwa iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Dengan mengetahui iklim sebuah organisasi, anggota dapat mengetahui lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap dengan cara-cara tertentu (Pace&Faules, 2000:148).

Sebab itu dalam sebuah organisasi, iklim komunikasi itu sangat penting karena iklim komunikasi sebuah organisasi mempengaruhi hidup anggota organisasi yaitu; kepada siapa anggota bicara, siapa yang anggota sukai, bagaimana perasaan anggota, bagaimana kegiatan kerja anggota, bagaimana perkembangan anggota, apa yang ingin dicapai anggota, bagaimana cara anggota menyesuaikan diri dengan organisasi dimana tempat anggota bekerja dan kerjasama antar anggota organisasi dapat digunakan sebagai upaya untuk menciptakan tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Iklim komunikasi organisasi yang kondusif bagi anggota organisasi mampu memberikan kenyamanan dalam bekerja, bahkan kemungkinan mereka bekerja akan bertahan dan loyal terhadap organisasinya.

Komitmen anggota terhadap organisasi akan tercermin dari kepuasan mereka terhadap pekerjaan. Salah satu hal yang dapat memotivasi anggota

dalam bekerja adalah memenuhi harapan atau kebutuhan mereka dalam berorganisasi, jika kebutuhan mereka terpenuhi, maka mereka akan berusaha untuk tetap bekerja dengan baik pada organisasi tersebut. Hal inilah yang kemudian melahirkan komitmen anggota pada organisasi, sehingga mereka menggunakan seluruh kemampuannya dengan baik untuk perkembangan kemajuan organisasinya dan pada akhirnya tujuan organisasi akan terwujud.

Iklim komunikasi organisasi tentu tidak selalu sama antara organisasi satu dengan yang lain, karena tiap organisasi mempunyai karakteristik yang berbeda. Demikian pula dengan iklim komunikasi organisasi UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Jurnalistik merupakan sebuah lembaga Pers yang ada di Untirta (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). Yang merupakan salah satu organisasi mahasiswa di Untirta. Ditengah pesatnya perkembangan media massa saat ini, UKM Jurnalistik Untirta berusaha menunjukkan eksistensinya di Untirta maupun Banten serta universitas nasional. Bukan hanya sekedar untuk meramaikan media massa yang dikonsumsi, tetapi lebih daripada itu yaitu memberikan informasi-informasi yang berkualitas berdasarkan idealisme mahasiswa dan tentunya menarik dan kreatif sebagaimana jargonnya "*every thing does with creativity*".

Peningkatan mutu dan peningkatan Sumber Daya Manusia, peralatan yang standar, serta menggali kreativitas, bentuk dan inovasi yang menarik. Dan semua ini akan berjalan lancar apabila sistem komunikasi yang efektif dapat terwujud di dalam UKM Jurnalistik Untirta itu sendiri. Sehingga

nantinya akan terjalin hubungan yang baik antara Atasan (*supervisor*) dan bawahan, baik di dalam kerangka kerja maupun di luar kerangka kerja tersebut.

Tidak hanya itu, komunikasi itu sangat penting karena iklim komunikasi sebuah organisasi mempengaruhi hidup anggota organisasi yaitu kepada siapa anggota bicara, siapa yang anggota sukai, bagaimana perasaan anggota, bagaimana kegiatan kerja anggota, bagaimana perkembangan anggota, apa yang ingin di capai anggota, dan bagaimana cara anggota menyesuaikan diri dengan organisasi di mana tempat anggota bekerja. Apabila iklim komunikasi organisasi cukup kondusif, maka anggota organisasi akan memiliki komitmen terhadap organisasinya. Tingkat motivasi dan komitmen anggota organisasi terhadap organisasi akan tercermin dari kepuasan mereka terhadap pekerjaan, bila mana kebutuhan anggota organisasi terpenuhi, maka mereka menggunakan seluruh kemampuannya dengan baik untuk perkembangan kemajuan organisasinya dan pada akhirnya tujuan organisasi akan terwujud.

**Berdasarkan uraian diatas, maka penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta”.**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diungkapkan diatas, maka masalah dirumuskan sebagai berikut :“Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta” ?

## **1.3. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diuraikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adakah hubungan Iklim Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta?
2. Adakah hubungan Komitmen Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta?
3. Berapa besar Iklim Organisasi terhadap komitmen organisasi?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil hubungan Iklim Komunikasi Terhadap Komitmen Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta, yaitu antara lain :

1. Untuk mengetahui adakah hubungan Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta.
2. Untuk mengetahui adakah Komitmen Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta.
3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh Iklim Organisasi terhadap komitmen organisasi.

## **1.5. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, sebagai berikut :

### **1.5.1. Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat mengaplikasikan materi-materi pengajaran ilmu komunikasi khususnya mengenai komunikasi organisasi serta memberikan kontribusi keilmuan bagi ilmu komunikasi, khususnya mengenai iklim komunikasi organisasi sebagai sarana pembelajaran tentang komunikasi organisasi maupun komunikasi yang terbangun didalamnya.

### **1.5.2. Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis sekaligus menjadi bahan masukan atau pertimbangan bagi pengurus maupun anggotaUKM Jurnaistik Untira dalam menjalankan roda organisasi dalam rangka meningkatkan kinerja para anggotanya melalui komunikasi organisasi.



## **BAB II**

### **TIN JAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Komunikasi Organisasi**

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci, yaitu: proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

1. Proses, suatu organisasi adalah 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, adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.
3. Jaringan, organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki 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.
4. Keadaan Saling Tergantung, keadaan saling tergantung telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan, maka akan

berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

5. Hubungan, organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial, maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata lain, jaringan melalui mana jalannya pesan dalam organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari.
6. Lingkungan, lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem.
7. Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan (Muhammad, 2009:67-74).

Dari pengertian komunikasi organisasi yang telah diuraikan tersebut, secara sederhana yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tolak ukur tercapainya keberhasilan komunikasi organisasi atas penggunaan alat tertentu sebagai media komunikasi internal sebuah organisasi, dari arus informasi, pertukaran informasi dan perpindahan arti dalam suatu organisasi. Hal ini sesuai dengan pengertian mengenai komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Katz dan Kahn (dalam Muhammad, 2009:65-66).

Peneliti ini ingin mengetahui optimalisasi komunikasi organisasi dan pemenuhan kebutuhan informasi yang didapat dari pengaruh iklim

komunikasi organisasi terhadap komitmen anggota organisasi di UKM Jurnalistik Untirta.

## 2.2. Aliran Komunikasi Organisasi

Berbicara masalah komunikasi organisasi, tidak lepas dari masalah perpindahan aliran informasi secara formal. Ada empat jenis arah aliran komunikasi dalam organisasi, yaitu:

1. Komunikasi kebawah, aliran komunikasi dari atas atau orang yang memiliki otoritas lebih tinggi, ke bawahannya yang otoritasnya lebih rendah. Menurut Katz & Khan ada lima jenis informasi yang biasanya dikomunikasikan kepada bawahan Pace dan Faules (2005: 185), yaitu:
  - a. Informasi bagaimana melakukan pekerjaan.
  - b. Informasi mengenai dasar pemikiran pekerjaan.
  - c. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi.
  - d. Informasi mengenai kinerja pegawai
  - e. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (*sense of mission*).
2. Komunikasi ke atas, aliran komunikasi dari bawah ke atasan. Komunikasi ke atas sangat penting karena menumbuhkan loyalitas anggota pada organisasi dengan memberikan kesempatan pada anggota untuk menyalurkan pemikiran-pemikiran, dan saran mereka untuk keberlangsungan hidup organisasi. Komunikasi ke atas juga penting karena memberi tahu kepada atasan kapan bawahan siap menerima

informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan mampu menerima dan memahami informasi yang diberikan kepada mereka.

Pace dan Faules (2005: 190), mengemukakan informasi apa saja yang dikomunikasikan, yaitu:

- a. Memberitahu apa yang dilakukan bawahan-pekerjaan mereka, prestasi, kemajuan, dan rencana-rencana untuk waktu mendatang.
  - b. Menjelaskan persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan.
  - c. Memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
  - d. Mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi.
3. Komunikasi horizontal, komunikasi yang terjadi antara orang yang memiliki jabatan yang sama dalam unit kerja yang sama pula. Komunikasi horizontal ini biasanya terjadi diantara bawahan dengan sesama bawahan dalam suatu organisasi, yang memiliki atasan yang sama. Tujuan dalam komunikasi horizontal adalah:
- a. Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja.
  - b. Membagi informasi mengenai rencana kerja dan kegiatan.
  - c. Untuk memecahkan masalah.
  - d. Untuk memperoleh pemahaman bersama.
  - e. Untuk mendamaikan, berunding, dan menegahi perbedaan.
  - f. Untuk menumbuhkan dukungan antar personal.

4. Komunikasi lintas- saluran, komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang tidak menjadi atasan ataupun bawahan satu dengan yang lainnya dan menempati bagian fungsional yang berbeda.

Menyimak Katz dan Kahn serta Pace dan Faules diatas, Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa aliran komunikasi organisasi adalah segala aktivitas komunikasi yang mengalir secara formal maupun informal dari atasan ke bawahan, bawahan ke atas, sesama anggota organisasi dan terjadi didalam sebuah organisasi. Dalam penelitian ini, aliran komunikasi organisasi di UKM Jurnalistik Untirta adalah segala sesuatu aktivitas komunikasi yang terjadi diantara atasan, bawahan, anggota yang memiliki jabatan setara melakukan komunikasi demi terciptanya iklim komunikasi organisasi serta komitmen dalam organisasi.

## **2.3. Karakteristik dan Fungsi Organisasi**

### **2.3.1. Karakteristik Organisasi**

Secara umum Muhammad (2009:29-32), memberikan 4 karakteristik organisasi, yaitu bersifat; dinamis, memerlukan informasi, mempunyai tujuan dan struktur.

1. Dinamis, Organisasi sebagai sistem terbuka, terus menerus mengalami perubahan karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungannya dan perlu menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan yang selalu berubah tersebut.

2. **Memerlukan Informasi,** Semua organisasi memerlukan informasi untuk hidup. Tanpa informasi, organisasi tidak dapat jalan. Untuk mendapat informasi adalah melalui proses komunikasi. Oleh karena itu komunikasi memegang peranan penting dalam organisasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan bagi organisasi. Informasi yang dibutuhkan ini baik dari dalam organisasi maupun dari luar.
3. **Mempunyai Tujuan,** Organisasi merupakan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan sendiri-sendiri.
4. **Terstruktur,** Organisasi dalam rangka mencapai tujuannya biasanya membuat aturan-aturan, undang-undang dan hierarki hubungan dalam organisasi. Hal ini dinamakan struktur organisasi.

Seperti yang diungkapkan Muhammad dalam bukunya, mengenai karakteristik organisasi. Dalam penelitian ini, apa yang telah dikemukakan seperti apa yang ada di UKM Jurnalistik Untirta. Dari yang bersifat dinamis, terus menerus mengalami perubahan karena adanya tantangan baru dari lingkungan dengan cara menyesuaikan diri. Tidak dapat dipungkiri pula setiap organisasi memerlukan informasi dari dalam organisasi maupun luar, serta memiliki tujuan dan terstruktur. Semua hal tersebut terjadi di UKM Jurnalistik Untirta

dalam rangka menciptakan iklim komunikasi organisasi yang baik dan tercapainya komitmen anggota organisasi.

### **2.3.2. Fungsi Organisasi**

Setiap organisasi pada dasarnya memiliki fungsinya masing-masing, sesuai dengan jenis dan sifat organisasi yang didirikan. Namun, secara umum fungsi organisasi diantaranya; memenuhi kebutuhan pokok organisasi, mengembangkan tugas dan tanggung jawab, memproduksi hasil produksi dan mempengaruhi orang (Muhammad,2002:32).

Memenuhi Kebutuhan Pokok Organisasi, Setiap organisasi mempunyai kebutuhan pokok masing-masing dalam rangka kelangsungan hidup organisasi tersebut. Misalnya, semua organisasi cenderung memerlukan gedung sebagai tempat beroperasinya; uang atau modal untuk biaya pekerja atau fasilitas yang diperlukan dalam pelaksanaan, format-format dan tempat-tempat penyimpanannya, petunjuk-petunjuk dan materi tertulis yang berkenaan dengan aturan-aturan dan undang-undang dari organisasi.

Mengembangkan Tugas dan Tanggung Jawab, Kebanyakan organisasi bekerja dengan bermacam-macam standar etis tertentu. Ini berarti bahwa organisasi harus hidup sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh organisasi, maupun standar masyarakat dimana organisasi itu berada. Setiap tugas yang menjadi tanggung jawab

suatu organisasi dibarengi dengan tanggung jawab terhadap pelaksanaannya, maupun efek yang ditimbulkannya.

Memproduksi Hasil Produksi, fungsi utama dari organisasi adalah memproduksi barang, orang atau jasa, sesuai dengan jenis organisasinya. Mempengaruhi dan Dipengaruhi Orang, Sesungguhnya organisasi digerakkan oleh orang yang membimbing, mengelola, mengarahkan dan menyebabkan pertumbuhan organisasi. Orang yang memberikan ide-ide baru dan arah baru.

Orang sebagai anggota organisasi maupun sebagai pemakai jasa organisasi, dipengaruhi oleh organisasi. Kebanyakan dari orang dewasa menghabiskan waktu kerjanya kira-kira 50-60% dalam organisasi sebagai anggota organisasi (Hunt, 1979 dalam Muhammad, 2002:34).

Agar suatu organisasi dapat terus berkembang, organisasi hendaknya memilih anggota organisasi yang diperlukannya yang mempunyai kemampuan yang baik dalam bidangnya dan juga memberikan kesempatan kepada seluruh anggota untuk mengembangkan diri mereka masing-masing.

Sebagaimana visi dan misi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta, dengan membentuk para jurnalis yang berjiwa independen dan kreatif dikalangan mahasiswa. UKM Jurnalistik Untirta membuat anggaran dasar rumah tangga serta program kerja



setiap tahunnya. Untuk memenuhi kebutuhan pokok organisasi serta fungsi organisasi.

#### **2.4. Iklim Komunikasi Organisasi**

Iklim komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules, merupakan gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi. Iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi di dalam organisasi (Face & Faules, 2005:147).

Menurut Redding yang dikutip oleh Pace dan Faules, iklim komunikasi organisasi sebagai fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai mereka dan memberi mereka kebebasan dalam mengambil resiko, mendorong mereka dan memberikan mereka tanggung jawab dalam mengerjakan tugas-tugas mereka, menyediakan informasi yang terbuka dan cukup tentang organisasi, mendengarkan dengan penuh perhatian serta memperoleh informasi yang dapat dan terus terang dari anggota organisasi serta aktif memberi penyuluhan kepada para anggota organisasi sehingga dapat melihat bahwa keterlibatan mereka penting bagi keputusan-keputusan organisasi dan menaruh perhatian pada pekerjaan yang bermutu dan memberikan tantangan (Face & Faules, 2005:154).

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi ialah kondisi dan keadaan komunikasi yang dilakukan secara internal dan persepsi tentang pesan dan peristiwa yang terjadi di dalam organisasi yang mempengaruhi tingkah laku dan sikap dari anggota organisasi.

Adapun pedoman organisasi, adalah serangkaian pernyataan yang mempengaruhi, mengendalikan, dan memberi arahan bagi anggota organisasi dalam mengambil keputusan dan tindakan. Pedoman organisasi terdiri atas pernyataan-pernyataan seperti cita-cita, misi, tujuan, strategi, kebijakan, prosedur dan aturan (Pace&Faules, 2000:151-153).

Redding mengemukakan lima dimensi penting dari iklim komunikasi, yaitu :

- a. “*Supportiveness*”, atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting.
- b. Partisipasi membuat keputusan.
- c. Kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia.
- d. Keterbukaan.
- e. Keterusterangan.

Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi (Muhammad, 2000:85).

Iklm komunikasi organisasi di dalam organisasi itu penting karena iklim komunikasi sebuah organisasi mempengaruhi cara hidup meliputi: kepada siapa kita bicara, siapa yang kita sukai, bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja kita, bagaimana perkembangan kita, apa yang ingin kita capai dan bagaimana cara kita menyesuaikan diri dengan organisasi (Muhammad,2000:148).

Guzley dalam Pace dan Faules menyatakan keputusan-keputusan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif untuk meningkatkan diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam bekerja, untuk meraih kesempatan dalam organisasi secara bersemangat, untuk mendukung para rekan dan anggota organisasi lainnya, untuk melaksanakan tugas secara kreatif, dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan organisasi dan operasinya, semuanya ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi. Iklim yang negatif dapat benar-benar merusak keputusan yang dibuat anggota organisasi mengenai bagaimana mereka akan bekerja dan berpartisipasi untuk organisasi.

Melihat pengertian yang ada, jelas terlihat bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan hal yang harus dipikirkan dan tidak bisa dianggap remeh. Seperti yang dinyatakan Pace dan Faules bahwa iklim komunikasi memainkan peranan sentral dalam mendorong anggota organisasi untuk mencurahkan usaha kepada pekerjaan mereka dalam organisasi. Sehingga mereka dapat menyimpulkan bahwa iklim komunikasi dalam organisasi mempunyai konsekuensi penting bagi pergantian dan masa kerja anggota

dalam organisasi. Iklim komunikasi yang positif cenderung meningkatkan dan mendukung komitmen pada organisasi (Muhammad:159-160).

## **2.5. Komitmen Organisasi**

Komitmen adalah kemampuan dan kemauan untuk menyelaraskan perilaku pribadi dengan kebutuhan, prioritas dan tujuan organisasi. Hal ini mencakup cara-cara mengembangkan tujuan atau memenuhi kebutuhan organisasi yang intinya mendahulukan misi organisasi dari pada kepentingan pribadi (Soekidjan, 2009). Menurut Meyer dan Allen (1991, dalam Soekidjan, 2009), komitmen dapat juga berarti penerimaan yang kuat individu terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, dan individu berupaya serta berkarya dan memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan di organisasi tersebut.

Menurut Van Dyne dan Graham (2005, dalam Muchlas, 2008), faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi adalah: personal, situasional dan posisi. Personal mempunyai ciri-ciri kepribadian tertentu yaitu teliti, ekstrovert, berpandangan positif (optimis), cenderung lebih komit. Lebih lanjut Dyne dan Graham (2005, dalam Muchlas, 2008) menjelaskan karakteristik dari personal yang ada yaitu: usia, masa kerja, pendidikan, jenis kelamin, status perkawinan, dan keterlibatan kerja. Situasional yang mempunyai ciri-ciri dengan adanya: nilai (*value*) tempat kerja, keadilan organisasi, karakteristik pekerjaan, dan dukungan organisasi. Sedangkan posisional dipengaruhi oleh masa kerja dan tingkat pekerjaan. Menurut

Quest (1995, dalam Soekidjan, 2009) komitmen merupakan nilai sentral dalam mewujudkan soliditas organisasi. Hasil penelitian *Quest* (1995, dalam Soekidjan, 2009) tentang komitmen organisasi mendapatkan hasil :

- a. Komitmen tinggi berkorelasi positif dengan kemandirian dan “*SelfControl*”.
- b. Komitmen tinggi berkorelasi positif dengan kesetiaan terhadap organisasi.
- c. Komitmen tinggi berkorelasi dengan tidak terlibatnya anggota dengan aktifitas kolektif yang mengurangi kualitas dan kuantitas kontribusinya.

Lebih lanjut Soekidjan (2009) menjelaskan bahwa secara umum komitmen kuat terhadap organisasi terbukti, meningkatkan kepuasan kerja, mengurangi absensi dan meningkatkan kinerja.

### **2.6.1. Membangun Komitmen**

Menurut Martin dan Nichols (1991, dalam Soekidjan, 2009),

Tiga pilar komitmen yang perlu dibangun adalah:

1. Rasa memiliki (*a sense of belonging*)
2. Rasa bergairah terhadap pekerjaannya
3. Kepemilikan terhadap organisasi (*ownership*)

Rasa memiliki dapat dibangun dengan menumbuhkan rasa yakin anggota bahwa apa yang dikerjakan berharga, rasa nyaman dalam organisasi, cara mendapat dukungan penuh dari organisasi berupa misi dan nilai-nilai yang jelas yang berlaku di organisasi. Rasa bergairah terhadap pekerjaan ditimbulkan dengan cara memberi perhatian,

memberi delegasi wewenang, serta memberi kesempatan serta ruang yang cukup bagi anggota/karyawan untuk menggunakan ketrampilan dan keahliannya secara maksimal. Rasa kepemilikan dapat ditimbulkan dengan melibatkan anggota/karyawan dalam membuat keputusan-keputusan (Soekidjan, 2009).mempromosikan komitmen kolektif, meningkatkan stabilitas sistem sosial, serta menendalikan perilaku para anggota.

Schein (1992, dalam Rastodio, 2009) mendefinisikan budaya organisasi sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi belajar mengatasi atau menanggulangi masalah-masalahnya yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integrasi internal yang sudah berjalan dengan cukup baik, sehingga perlu diajarkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan dan merasakan berkenaan dengan masalah-masalah tersebut.

Menurut Noe dan Mondy (1993, dalam Rastodio, 2009), budaya organisasi adalah sistem dari *shared values*, keyakinan dan kebiasaan-kebiasaan dalam suatu organisasi yang saling berinteraksi dengan struktur formalnya untuk mendapatkan norma-norma perilaku. Budaya organisasi juga mencakup nilai-nilai dan standar-standar yang mengarahkan perilaku pelaku organisasi dan menentukan arah organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian di atas, meskipun konsep budaya organisasi memunculkan perspektif yang beragam, terdapat kesepakatan di antara para ahli budaya dalam hal mendefinisikan budaya organisasi. Intinya bahwa budaya organisasi berkaitan dengan sistem makna bersama yang diyakini oleh anggota organisasi (Rastodio, 2009).

Gibson, ddk (1996) menjelaskan bahwa komitmen organisasi melibatkan tiga aspek, yaitu :

1. Identifikasi dengan tujuan organisasi.
2. Perasaan keterlibatan dalam tugas-tugas organisasi.
3. Perasaan loyalitas terhadap organisasi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi adalah keadaan psikolog individu yang berhubungan dengan keyakinan, kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi. Kemauan yang kuat untuk bekerja demi organisasi dan keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi.

### **2.6.2. Indikator Perilaku Komitmen**

Menurut Quest (1995, Soekidjan, 2009) indikator-indikator perilaku komitmen yang dapat dilihat pada karyawan adalah :

- a. Melakukan upaya penyesuaian, dengan cara agar cocok di organisasinya dan melakukan hal-hal yang diharapkan, serta menghormati norma-norma organisasi, menuruti peraturan dan ketentuan yang berlaku.

- b. Meneladani kesetiaan, dengan cara membantu orang lain, menghormati dan menerima hal-hal yang dianggap penting oleh atasan, bangga menjadi bagian dari organisasi, serta peduli akan citra organisasi.
- c. Mendukung secara aktif, dengan cara bertindak mendukung misi memenuhi kebutuhan/misi organisasi dan menyesuaikan diri dengan misi organisasi.
- d. Melakukan pengorbanan pribadi, dengan cara menempatkan kepentingan organisasi diatas kepentingan pribadi, pengorbanan dalam hal pilihan pribadi, serta mendukung keputusan yang menguntungkan organisasi walaupun keputusan tersebut tidak disenangi.

Meyer dan Allen (1991 dalam Soekidjan, 2009) membagi komitmen organisasi menjadi tiga macam atas dasar sumbernya :

- a. *Affective Commitment*, Berkaitan dengan keinginan secara emosionalterikat dengan organisasi, identifikasi serta keterlibatan berdasarkan atas nilai-nilai yang sama.
- b. *Continuance Commitment*, Komitmen didasari oleh kesadaran akanbiaya-biaya yang akan ditanggung jika tidak bergabung dengan organisasi. Disini juga didasari oleh tidak adanya alternatif lain.



- c. *Normative Commitment*, Komitmen berdasarkan perasaan wajib sebagai anggota/karyawan untuk tetap tinggal karena perasaan hutang budi. Disini terjadi juga internalisasi norma-norma.

## **2.6. Kerangka Berfikir**

### **2.6.1. Teori Strukturasi**

Memahami komunikasi berarti, memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung. Apabila seorang ingin memahami iklim komunikasi dalam sebuah organisasi harus paham pengertian dari komunikasi itu sendiri.

Maka, sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori, model atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan deskripsi teori yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi, maka dapat berkaitan dengan kepercayaan, kejujuran, keterbukaan dalam berkomunikasi.

Masalah yang dileliti dalam penelitian ini adalah pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Berkaitan dengan masalah diatas maka yang menjadi

landasan teori dalam penelitian ini adalah *Teori Strukturasi* (Anthony Giddens). Menekankan bahwa tindakan manusia adalah sebuah proses untuk menghasilkan dan menghasilkan kembali berbagai sistem sosial. Dengan kata lain, ketika kita berkomunikasi satu sama lain, maka kita membuat berbagai struktur hubungan individu yang jauh lebih kecil atau sempit. Menurut Giddens, struktur sosial menentukan bagaimana manusia bertindak, namun pada saat yang sama tindakan manusia menuntun bagaimana struktur sosial terbentuk. Secara khusus strukturasi dapat didefinisikan sebagai berikut.

“ *The production and reproduction of the social systems through members' use of rules and resources in interaction* ” (produksi dan reproduksi sistem sosial melalui penggunaan berbagai aturan dan sumber daya oleh anggota dalam interaksi).

Manusia sebagai anggota sosial bertindak menurut aturan tertentu untuk mencapai tujuannya, namun sering kali manusia tidak menyadari bahwa mereka secara bersama-sama menciptakan kekuatan yang memberikan pengaruh terhadap tindakan mereka dimasa depan. Bentuk dan harapan terhadap hubungan, norma dan peran kelompok, jaringan komunikasi serta lembaga sosial merupakan struktur yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tindakan sosial sebagai struktur yang ada menyediakan berbagai aturan yang memandu tindakan manusia, tetapi tindakan yang mereka lakukan pada gilirannya menciptakan aturan baru, atau menghasilkan kembali aturan lama.

Donald Ellis (1999) menggambarkan interaksi dan struktur sebagai dua hal yang saling menjalin atau saling berpilin, seperti dua tali yang dipilin (*braiden entities*) keduanya memiliki hubungan yang sangat erat.

Secara singkat, teori strukturasi menyatakan bahwa organisasi dan kelompok menciptakan struktur, yang dapat diinterpretasikan sebagai aturan dan sumber daya organisasi, namun struktur pada gilirannya menciptakan sistem sosial dalam organisasi. Kelompok dan organisasi melakukan kegiatannya berdasarkan pada cara para anggota organisasi dalam menggunakan struktur yang ada, sedangkan struktur kekuasaan memandu proses pengambilan keputusan dalam organisasi.

Giddens mengemukakan bahwa setiap tindakan atau perilaku akan menghasilkan sesuatu yang baru yang disebut dengan tindakan baru (*fresh act*), yaitu sesuatu yang baru yang dikembangkan yang bersumber dari tindakan atau perilaku sebelumnya. Setiap tindakan dan perilaku yang dilaksanakan kelompok atau organisasi selalu dipengaruhi oleh sejarah atau pengalaman masa lalu yang digunakan sebagai referensi untuk memahami aturan dan sumber daya apa yang akan digunakan didalam sistem.

Pada dasarnya dalam teori strukturasi merupakan suatu teori umum yang dapat digunakan pada berbagai situasi. Teori ini memberikan pengaruh sangat besar dalam bidang komunikasi

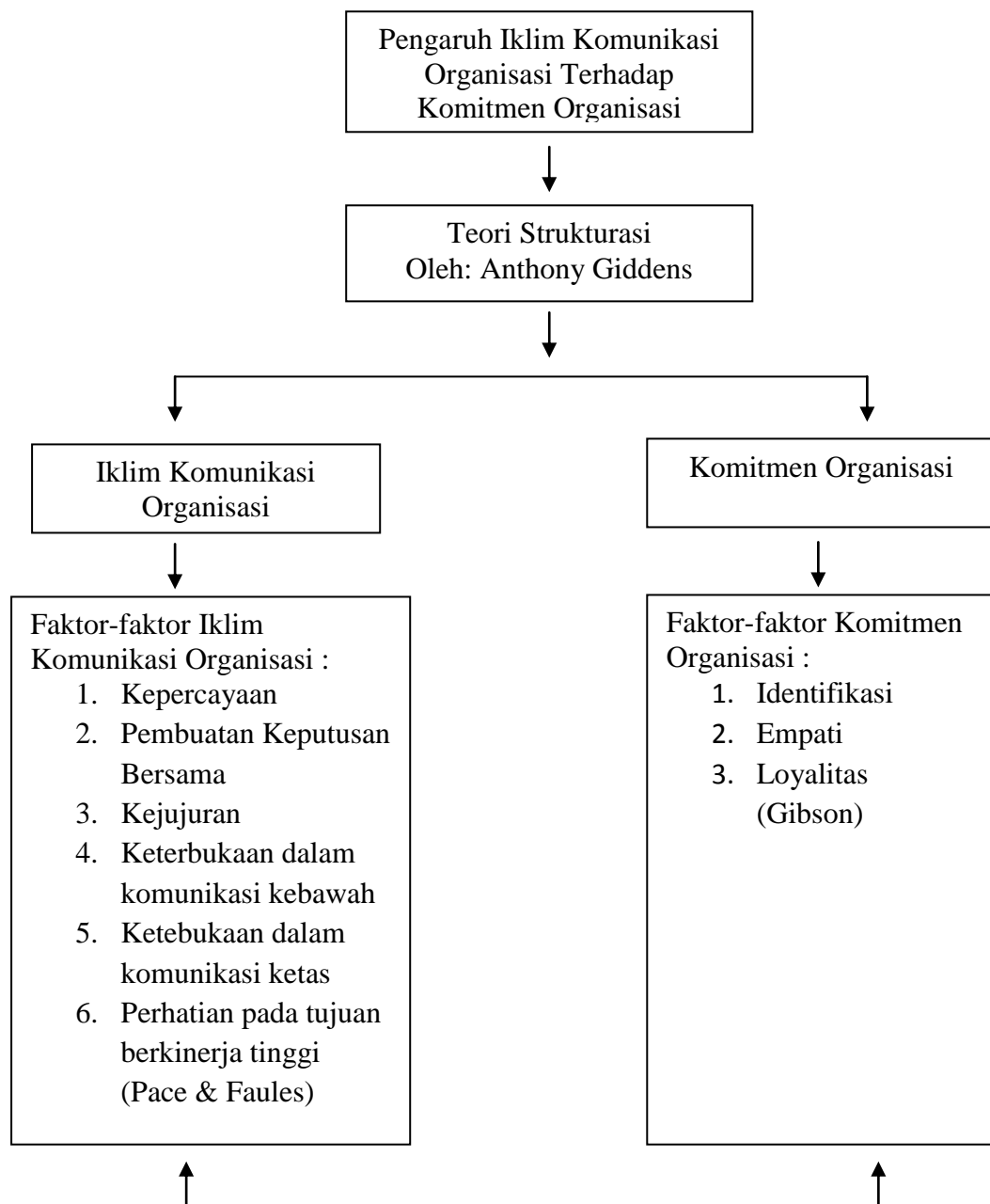
organisasi. Berdasarkan dengan iklim komunikasi yang baik diantaranya dengan keterbukaan dalam berkomunikasi, dukungan, kepercayaan, dan partisipasi keputusan. Hal ini membuat anggota dapat berpengaruh terhadap tingkah laku organisasi.

### **2.6.2. Kerangka Konseptual**

Teori Strukturasi menyatakan bahwa tindakan manusia adalah suatu proses untuk menghasilkan dan menghasilkan kembali sistem sosial. Manusia sebagai anggota sosial bertindak menurut aturan tertentu untuk mencapai tujuannya, namun sering kali manusia tidak menyadari bahwa mereka secara bersama-sama menciptakan kekuatan yang memberikan pengaruh terhadap tindakan mereka dimasa depan.

Penelitian yang menggunakan strukturasi memusatkan pada iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi. Dalam iklim komunikasi organisasi Redding yang dikutip oleh Pace dan Faules, iklim komunikasi organisasi sebagai fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi. Redding mengemukakan lima dimensi penting dari iklim komunikasi, yaitu; *Supportiveness*, partisipasi membuat keputusan, kepercayaan, keterbukaan, keterusterangan. Gibson, ddk (1996) menjelaskan bahwa komitmen organisasi melibatkan tiga aspek, yaitu identifikasi dengan tujuan organisasi, perasaan keterlibatan dalam tugas-tugas organisasi, perasaan loyalitas terhadap organisasi.

Penelitian ini berusaha menemukan hubungan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi. Secara sederhana, kerangka konseptual penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran Penelitian

## 2.7. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas bahwa variabel X (Iklim Komunikasi) dan Variable Y (Komitmen Organisasi), maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Terdapat pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Organisasi”.

Dengan kriteria hipotesis :

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh antara variabel “Iklim Komunikasi Organisasi” terhadap “Komitmen Organisasi” di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta.
2. Ha : Terdapat pengaruh anantara variabel “Iklim Komunikasi Organisasi” terhadap variabel “Komitmen Organisasi” di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta.

## 2.8. Penelitian Sebelumnya

**Tabel 2.1**

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Direktorat Jendral Pajak Pratama Kantor Pelayanan Pajak Serang	1. Peneliti: Diskatiya Gustiandri  2. Universitas: Sultan Ageng Tirtayasa  3. Tahun: 2012	1. Teori: Iklim Komunikasi Face & Faules  2. Metode: Eksplanatif Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis korelasi yang dilakukan penelitian ini, antara variabel X dan Y pada penelitian ini memiliki

				tingkat hubungan yang kuat sebesar 0,665.
2	Pengaruh Motivasi Kerja dan Iklim Komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi	1. Peneliti: Anwar Sanusi 2. Universitas: Universitas Indonesia 3. Tahun: 2012	1. Teori Penguat ( <i>reinforcement Theory</i> ), Teori penentu tujuan ( <i>Goal setting theory</i> ). 2. Metode: Kuantitatif eksplanasi	bahwa tingkat komitmen pegawai ANRI berada pada tingkat sedang atau cukup baik. iklim komunikasi organisasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi.
3.	Pengaruh Motivasi dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai Sekretariat Daerah Kota Batam	1. Peneliti: Tri Eka Jauhari 2. Universitas: Universitas Terbuka Tahun: 2010	1. Teori: Teori Gibson, Teori Robert Stringer 2. Metode: Kuantitatif <i>Explanatory research</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Motivasi kerja, Iklim Komunikasi dan pengaruh signifikan komitmen organisasi. Artinya bila semakin baik iklim komunikasi organisasi maka akan semakin

				tinggi pula komitmen organisasi.
--	--	--	--	----------------------------------

## 2.9. Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi variabel bebas dan variabel terkait. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel bebas (variabel X) yaitu “Iklim Komunikasi Organisasi” di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta.
- b. Variabel terikat (Variabel Y) yaitu pemenuhan kebutuhan spiritual khalayak penonton.

Operasionalisasi kedua variabel tersebut digambarkan melalui tabel operasionalisasi variabel sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Skala	Pertanyaan no.
(Variabel X) Iklim Komunikasi Organisasi	Kepercayaan	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan pimpinan terhadap anggota</li> <li>• Kepercayaan sesama anggota</li> </ul>	Likert	1,2
	Partisipasi	Pembuatan keputusan bersama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberian kesempatan untuk mengambil keputusan</li> <li>• Sumbangan ide dan saran dari anggota</li> </ul>	Likert	3,4
	keterusterangan	Kejujuran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suasana diliputi kejujuran</li> </ul>	Likert	5
	Keterbukaan	Keterbukaan komunikasi ke bawah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberitahuan pekerjaan ke bawah</li> <li>• Pemberian informasi ke bawah</li> </ul>	Likert	6,7



		Keterbukaan komunikasi ke atas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota menceritakan masalah pekerjaan</li> <li>• Bersedia mendengarkan keluhan anggota</li> </ul>	Likert	8,9
	Supportiveness	Perhatian pada tujuan berkinerja tinggi	Melakukan pengecekan ulang	Likert	10
(Variabel Y) Komitmen organisasi	Identitas anggota	Identifikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa ikut memiliki</li> <li>• Merasa terikat emosional</li> <li>• Organisasinya sangat berarti</li> </ul>	Likert	11,12,13
	Kepedulian	Empati	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permasalahan yang sama</li> <li>• Sulit terikat dengan organisasi lain</li> <li>• Meninggalkan organisasi merasa tidak komitmen</li> </ul>	Likert	14,15,16
		Loyalitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loyalitas terhadap organisasi</li> <li>• Mau berusaha diatas normal</li> <li>• Bekerja keras mewujudkan visi dan misi</li> <li>• Berusaha keras meluangkan waktu</li> </ul>	Likert	17,18,19,20

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data guna mencapai tujuan diharapkan perlu adanya suatu metode penelitian yang sesuai dan tepat. Metodologi penelitian merupakan suatu usaha pembuktian terhadap suatu objek penelitian untuk memperoleh kebenaran dari permasalahan dengan menggunakan pendekatan ilmiah untuk menghasilkan hasil yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Adapun metode penelitian korelatif dengan pendekatan kuantitatif.

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2007:2). Penelitian ini menggunakan metode penelitian korelatif dengan pendekatan kuantitatif. Proses penelitian kuantitatif adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teori untuk pelaksanaan penelitian. Selain itu, penelitian secara kuantitatif digunakan untuk menjaga nilai keobjektifan hasil penelitian nantinya. Penelitian korelatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dari nilai variabel mandiri dan variabel terikat. Peneliti bisa saja membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif antar satu variabel terikat terhadap variabel bebas.

### 3.2. Instrumen Penelitian

Setelah desain penelitian telah dirancang maka langkah berikutnya adalah merancang instrumen penelitian. Instrumen ini dimaksud sebagai perangkat lunak dari seluruh rangkaian proses pengumpulan data penelitian di lapangan (Bungin, 2005: 94). Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti dan diukur dari indikator-indikator variabel yang diberikan oleh peneliti. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti sekaligus menguji reliabilitasnya dan validitasnya. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk angket atau kuesioner, dengan jumlah variabel sebanyak dua variabel.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran instrumen penelitian menggunakan Skala *Likert* (Sugiyono, 2005: 107). Indikator variabel yang disusun melalui *item-item* instrumen dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, kemudian diberikan jawaban setiap item instrumennya secara gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dengan jumlah variabel sebanyak dua variabel. Sedangkan skala pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Indikator variabel yang disusun melalui *item-item* instrumen dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan diberikan jawaban setiap item instrumennya. Jawaban setiap *item* diberi skor, seperti yang dijelaskan pada tabel skor item instrumen di bawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Skor Item-item Instrumen**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Kurang setuju	2
Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono, 2007)

### 3.2.1 Jenis dan Sumber Data

#### A. Jenis Data

1. Data Primer, yaitu data yang langsung diperoleh peneliti melalui angket (kuesioner), wawancara (*interview*), dan observasi (pengamatan).
2. Data Sekunder, yaitu data yang tidak langsung diperoleh peneliti, namun diperoleh melalui orang lain maupun dokumen seperti, hasil penelitian yang relevan.

#### B. Sumber Data

1. Responden, yaitu anggota UKM Jurnalistik Untirta yang dilibatkan secara langsung dalam kegiatan penelitian ini, untuk memperoleh gambaran atas materi yang dijadikan objek penelitian.
2. Literatur, yaitu data kepustakaan yang memiliki hubungan dengan penelitian.

### **3.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

Secara teknis dalam penelitian ini menggunakan angket. Sering pula metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim atau diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti (Bungin, 2005: 123). Peneliti juga dapat memberikan pertanyaan langsung kepada responden dan responden menjawab atau dengan kata lain metode angket merupakan metode wawancara yang berstruktur.

## **3.3. Populasi dan Sampel**

### **3.3.1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2007:90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi untuk pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Anggota aktif UKM Jurnalistik Untirta tahun 2013 yang berjumlah 59 orang.

### **3.3.2. Sampel**

Sugiyono menyatakan, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008:81). Setelah mengetahui jumlah populasi yang akan dijadikan responden, maka langkah selanjutnya adalah menentukan teknik pengambilan

sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara Nonprobabilitas. Nonprobabilitas adalah teknik yang tidak memberikan peluang (kesempatan) yang sama bagi setiap unsur-unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Rosady, 2008:156). Sampel yang diambil berdasarkan sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota digunakan sebagai sampel. Hal ini populasi relatif kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 59 orang, yaitu seluruh anggota aktif UKM Jurnalistik Untirta untuk diteliti sebagai responden.

#### **3.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Setelah data dikumpulkan maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Tahap ini merupakan tahap yang sangat penting dan menentukan. Pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga berhasil disimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian. Teknik pengolahan data dalam Bungin (2009:165-168) tersebut menggunakan cara sebagai berikut:

1. *Editing Data*. Adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan. Oleh karena itu, keadaan tersebut harus diperbaiki melalui *editing* ini. Proses editing dimulai dengan memberi identitas pada instrumen penelitian yang telah terjawab.

Kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrumen dan poin yang janggal tersebut.

2. *Coding data*. Setelah tahap editing selesai dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasi data-data tersebut melalui tahap koding. Maksudnya bahwa data yang telah diedit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis. kemudian diberikan skor dengan menggunakan skala *Likert*.
3. *Tabulating data*. Adalah memasukan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Penyusunan data dalam tabel-tabel yang mudah dibaca dan tabel tersebut disiapkan untuk dianalisis.

Setelah pengolahan data dilakukan, tahap selanjutnya adalah analisis data. Dimana analisis itu dilakukan untuk membahas masalah yang terdapat dalam rumusan masalah. Analisis data dilakukan dalam usaha untuk menyederhanakan data yang didapat agar mudah dipahami oleh pembaca. Metode analisis yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

### 3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Kevaliditasan instrumen menggambarkan bahwa suatu instrumen benar-benar mampu mengukur variabel-variabel yang akan diukur dalam penelitian serta mampu menunjukkan tingkat kesesuaian antar konsep dan hasil pengukuran. Rumus Korelasi *Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana:

r	= Koefisien Korelasi Product Moment
$\sum X$	= Jumlah skor dalam sebaran X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam sebaran Y
$\sum XY$	= Jumlah hasil kali skor X dan Y yang berpasangan
$\sum X^2$	= Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X
$\sum Y^2$	= Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y
n	= Jumlah sampel

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata dalam Bahasa Inggris *rely*, yang berarti percaya, dan *reliable* yang artinya dapat dipercaya. Dengan demikian reliabilitas dapat diartikan sebagai keterpercayaan. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan internal konsistensi dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yaitu penghitungan yang dilakukan dengan menghitung rata-rata interkolerasi di antara butir-butir pertanyaan dalam kuesioner, variabel di katakan reliabel jika nilai alphanya lebih dari 0.30. Dengan dilakukan uji reliabilitas maka akan menghasilkan suatu instrumen yang benar-benar tepat atau



akurat dan mantap. Apabila koefisien reliabilitas instrumen yang dihasilkan lebih besar berarti instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang cukup baik.

Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right)$$

Dimana :

n = Jumlah butir

$S_i^2$  = Variasi butir

$S_t^2$  = Variasi total

### 3.4.3 Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui kuat atau tidaknya korelasi antara variabel X dan variabel Y, yaitu antara variabel iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi anggota UKM Jurnalistik Untirta, atau untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara kedua variabel tersebut. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi Produk *Moment Pearson* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana:

r = Koefisien Korelasi Product Moment

$\sum X$  = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum XY$  = Jumlah hasil kali skor X dan Y yang berpasangan

$\sum X^2$  = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X

$\Sigma Y^2$  = Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y  
 $n$  = Jumlah sampel  
 Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, bahwa hipotesis yang menerangkan bahwa ada hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak,  $H_a$  diterima, bahwa hipotesis yang menerangkan bahwa tidak ada hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta. Selanjutnya untuk mengetahui kekuatan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2010:214)

### 3.4.3. Uji Signifikansi

Untuk menguji signifikansi korelasi, maka harus dilakukan tes apakah korelasi antara variabel X dan variabel Y signifikan atau tidak. Maka perlu dilakukan uji signifikansi. Dalam Sugiyono (2007:184), uji signifikansi dapat dihitung dengan menggunakan rumus t, yaitu:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

$r$  = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah pengamatan/observasi

Setelah diperoleh harga  $t_{hitung}$ , maka signifikansinya ditentukan dengan menggunakan  $t_{tabel}$ , dengan taraf signifikansi sebesar 10%, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (berarti tidak ada pengaruh yang signifikan)
- b. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (berarti ada pengaruh yang signifikan)

#### 3.4.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sederhana ( $r^2$ ) adalah satu ukuran yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variansi variabel dependen, dengan  $0 < r^2 < 1$ . Jika nilai  $r$  adalah 0, maka tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y, sedangkan semakin mendekati angka 1, maka hubungan akan semakin kuat, besarnya koefisien korelasi akan berkisar antara -1 sampai dengan +1. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi ( $r$ ). Penggunaan koefisien determinasi dalam korelasi tidak harus diinterpretasikan sebagai besarnya pengaruh variabel X terhadap Y mengingat bahwa korelasi tidak sama dengan kausalitas. Secara bebas dikatakan dua variabel

mempunyai hubungan belum tentu variabel satu mempengaruhi variabel lainnya. Lebih lanjut dalam konteks korelasi antara dua variabel maka pengaruh variabel X terhadap Y tidak nampak.

Kemungkinannya hanya korelasi merupakan penanda awal bahwa variabel X mungkin berpengaruh terhadap Y. Sedangkan bagaimana pengaruh itu terjadi dan ada atau tidak kita akan mengalami kesulitan untuk membuktikannya. Hanya menggunakan angka  $r^2$  kita tidak akan dapat membuktikan bahwa variabel X mempengaruhi Y. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi (KD) adalah:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi  
r = Koefisien Korelasi

### 3.4.5 Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi digunakan untuk meneliti hubungan antara dua variabel atau lebih, atau untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang diteliti. Persamaan regresi digunakan untuk menguji signifikansi antara variabel bebas yaitu iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi. Dengan rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Dengan:

$Y'$  = Nilai yang diprediksikan

$a$  = Konstanta atau bila harga  $X = 0$

$b$  = Koefisien regresi atau angka arah, yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, bila  $b (-)$  maka terjadi penurunan

$X$  = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Harga  $a$  dan  $b$  dapat dicari dengan rumus berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Dengan:

$n$  = Jumlah responden atau sampel

$X$  = Variabel bebas

$Y$  = Variabel terikat

### 3.5. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 17, kemudian membandingkan nilai masing-masing  $r$  hitung (*corrected item total correlation*) dengan  $r$  tabel yang diperoleh melalui :  $df$  (*degree of freedom correlation* atau derajat kebebasan) =  $n - k = 30 - 2 = 28$ , dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh  $r$  tabel = 0,374.

Hasil uji validasi untuk variable iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.3****Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Q1	2.87	.776	30
Q2	3.00	.788	30
Q3	2.97	.615	30
Q4	3.50	.509	30
Q5	2.97	.556	30
Q6	3.43	.504	30
Q7	2.87	.900	30
Q8	2.87	.681	30
Q9	3.00	.695	30
Q10	3.23	.679	30
Q11	2.97	.669	30
Q12	2.73	.785	30
Q13	2.87	.900	30
Q14	3.03	.669	30
Q15	2.87	.730	30
Q16	2.80	.805	30
Q17	3.03	.669	30
Q18	2.90	.759	30
Q19	3.03	.669	30
Q20	2.90	.759	30

Uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17.00. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang diajukan kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ .

**Tabel 3.4****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.809	.811	20

Hasil Ouput SPSS

Berdasarkan tabel diatas, nilai *cronbach alpha* dalam penelitian ini adalah 0,809. Mengacu pada tingkat reliabilitas instrumen dalam Triton (2006:248) yang menyatakan bahwa nilai *cronbach alpha*  $>0,6$  memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. *Cronbach alpha* instrumen penelitian ini adalah  $0,809 > 0,6$  maka reliabilitas instrumen penelitian tergolong sangat reliabel.

### 3.6. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa provinsi Banten. UKM Jurnalistik Untirta berkedudukan di Gedung Pusat Kegiatan Mahasiswa A (PKM A) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Raya Jakarta km.4 Pakupatan, Serang - Banten. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan selesai.

**Tabel 3.5**  
**Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	April	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
1	Penyusunan Proposal Penelitian							
2	Seminar Proposal							
3	ACC Judul							
4	Penyusunan Bab 1-3							
5	Penyusunan Kuisisioner							
6	Penelitian							
7	Penyusunan Bab 4-5							
8	Sidang Skripsi							



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

Pada bab ini penulis akan membahas hasil penelitian mengenai Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Komitmen Anggota di UKM Jurnalistik. Pembahasan hasil penelitian tersebut diuraikan menjadi beberapa bagian diantaranya deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil kuisioner penelitian, pengukuran pengaruh dan pengujian hipotesis penelitian.

Berikut ini adalah uraian hasil penelitian mengenai Pengaruh Iklim Komunikasi terhadap Komitmen Anggota di UKM Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa:

##### **4.1.1 Profil UKM Jurnalistik Untirta**

Unit Kegiatan Mahasiswa Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa atau yang akrab dikenal UKM Jurnalistik Untirta merupakan salah satu organisasi yang berada dilingkungan kampus negeri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa atau lebih dikenal Untirta. UKM Jurnalistik juga salah satu organisasi internal kampus yang bergerak dibidang kejournalistikan atau sebagai *persnya* mahasiswa. UKM Jurnalistik berkedudukan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa - Banten. UKM Jurnalistik merupakan organisasi *intern* kampus.

Perjalanan pendirian UKM Jurnalistik Untirta ini sangat panjang, setelah melewati proses verifikasi sidang umum musyawarah

mahasiswa Unitirta tanggal 24 Mei 2005, kami mulai menapaki langkah baru menuju kebebasan berkomunikasi dan informasi. Kini jumlah kami syukur Alhamdulillah bertambah terus dengan bergabungnya kawan-kawan dari seluruh fakultas di Untirta.

Rapat Kerja (RAKER) pertama UKM Jurnalistik Untirta terlaksana pada tanggal 15 September 2005, akhirnya menetapkan dua divisi yang akan menggambarkan dan mengaplikasikan kegiatan didunia jurnalistik, yaitu divisi *Broadcasting* dan divisi Media Cetak.

Divisi *broadcasting* adalah divisi yang mengakomodir semua kegiatan kejournalistikan dalam bentuk media elektronik, baik televisi, radio, maupun film. Dengan sejalannya perkembangan UKM Jurnalistik selama kurang lebih tiga tahun, kami hanya baru dapat mengakomodasi kegiatan pemberitahuan melalui media televisi. Beberapa karya liputan pemberitaan kami dapat tersiar melalui satu program disalah satu program televisi swasta yang disebut Metro Kampus. Namun, kami tidak menutup kemungkinan akan mengembangkan kegiatan dilingkup radio dan perfilman ditahun ini dan selanjutnya.

Divisi media cetak adalah divisi yang mengakomodir semua kegiatan kejournalistikan dalam bentuk media cetak atau sering disebut surat kabar dan fotografi. Dalam sejalanya perkembangan UKM Jurnalistik kami telah dapat menerbitkan bulletin selama 12 edisi dan 1 edisi special yang terbit setiap awal bulan. Berbagai pemberitahuan

kampus dan rubric lainnya yang kami sajikan dalam 12 halaman. Namun, kami juga terus berupaya untuk dapat merealisasikan kegiatan fotografi jika perlengkapan tersedia bagi teman-teman mahasiswa yang senang akan dunia foto.

UKM Jurnalistik berdasarkan konstitusi lembaga intern kampus dan prinsip-prinsip hak asasi manusia. UKM Jurnalistik berpedoman pada semangat dan prinsip-prinsip deklarasi Jurnalis 10 Mei 2000.

1. Jurnalis memperjuangkan kemerdekaan setiap orang untuk menyatakan pendapat, memperoleh informasi, dan hak berkumpul dan berserikat.
2. Jurnalis membela dan meningkatkan harkat, martabat, dan pengetahuan dalam membuat karya mahasiswa.

UKM Jurnalistik menggunakan lambang Bintang yang menjulang tinggi ke angkasa yang di kombinasi dengan warna kuning dan biru, dengan tulisan UKM Jurnalistik Untirta dengan warna hitam.

- Kuning: Optimis, Harapan, Filosofi
- Biru: Kepercayaan, Konservatif, Keamanan, Teknologi, Kebersihan, Keteraturan
- Hitam: Power, Kecanggihan

Pada tahun 2007 UKM Jurnalistik mengalami proses regenerasi pengurus dengan terselenggaranya kongres kedua pada bulan September 2006. Mengacu pada AD/ART UKM Jurnalistik pengurus periode 2005-2006 mengalami pergantian oleh pengurus 2006-

2007. Dilatar belakangi pengalaman 1 tahun bersama UKM Jurnalistik para pengurus 2006-2007 memiliki motivasi untuk tetap memperjuangkan kebebasan pers kampus dengan mempertahankan demokrasi kampus Untirta.

#### **4.2 Deskripsi Hasil Penelitian**

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuisisioner penelitian yang terdiri dari 20 butir pertanyaan. Adapun pertanyaan yang peneliti ajukan meliputi: nama responden dan jenis kelamin. Responden dalam penelitian ini ialah seluruh anggota aktif di UKM Jurnalistik Untirta. Sedangkan, deskripsi data variabel X peneliti menggambarkan faktor-faktor iklim komunikasi organisasi, yang terdiri atas kepercayaan, pembutan keputusan bersama, kejujuran, ketebukaan dalam komunikasi kebawah, keterbukaan dalam komunikasi keatas, perhatian pada tujuan kinerja tinggi. Kemudian data variabel Y yaitu faktor-faktor komitmen anggota organisasi, yang terdiri atas identifikasi, empati, dan loyalitas. Berikut ini adalah hasil kuisisioner penelitian yang telah diolah kedalam SPSS versi 17.00 yaitu:

#### 4.2.1 Identitas Responden

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	32	54.2	54.2	54.2
laki-laki	27	45.8	45.8	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS Jenis Kelamin*

Seperti yang telah disinggung pada bab sebelumnya, bahwa anggota UKM Jurnalistik Untirta berjumlah 59 orang. Berdasarkan tabel frekuensi di atas, 27 laki-laki atau 45,8% dan 32 perempuan atau 54,2%. Hal ini menggambarkan bahwa anggota perempuan lebih banyak dari pada laki-laki. Hal ini juga berdasarkan penerimaan anggota baru yang dilakukan setiap tahunnya yang didominasi oleh perempuan, sebagai calon anggota baru.

#### 4.3 Data Penelitian

Kuisisioner dalam penelitian ini dibagikan kepada 59 anggota aktif UKM Jurnalistik Untirta, dengan cara bertemu langsung.

##### 4.3.1 Variabel Iklim Komunikasi Organisasi

Indikator pertama untuk iklim komunikasi organisasi adalah faktor-faktor iklim komunikasi organisasi yaitu kepercayaan. Berikut ini adalah hasil penelitian berdasarkan faktor-faktor iklim komunikasi organisasi di UKM Jurnalistik Untirta yaitu :

**Tabel 4.2**  
**Pimpinan UKM Jurnalistik sangat menaruh kepercayaan yang tinggi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	5	8.5	8.5	8.5
tidak setuju	9	15.3	15.3	23.7
Valid Setuju	36	61.0	61.0	84.7
sangat setuju	9	15.3	15.3	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 1*

Karakteristik Iklim Komunikasi Organisasi yang pertama adalah kepercayaan, peneliti memberikan kuisisioner dengan pertanyaan pertama pemimpin UKM Jurnalistik sangat menaruh kepercayaan yang tinggi. Berdasarkan tabel diatas lebih dari 50% responden memberikan positif dengan jawaban setuju sebesar 61% dan jawaban sangat setuju sebesar 15,3%. Jawaban negatif hanya diberikan responden sebesar 15.3% untuk jawaban tidak setuju dan 8,3% untuk jawaban sangat tidak setuju.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pimpinan UKM Jurnalistik sangat menaruh kepercayaan tinggi kepada anggotanya, telah sesuai dengan faktor kepercayaan dari iklim komunikasi organisasi.

**Tabel 4.3**  
**Sesama anggota menaruh kepercayaan yang tinggi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	11	18.6	18.6	23.7
Valid Setuju	31	52.5	52.5	76.3
sangat setuju	14	23.7	23.7	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no.2*

Dari tabel diatas masih dari unsur kepercayaan, 52,5% responden menjawab setuju dan 23.7% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan no.2 mengenai sesama anggota terlihat saling menaruh kepercayaan yang tinggi. Saling percaya antar anggota merupakan salah satu unsur yang baik terciptanya iklim komunikasi yang baik pula.

Responden yang menjawab tidak setuju sebesar 18,6% dan sangat tidak setuju sebesar 5,1%. Keragaman jawaban ini menunjukkan adanya perbedaan tolak ukur seseorang tentang percaya dan tidak kepercayaannya.

**Tabel 4.4**  
**Memberikan kesempatan untuk memberikan saran sebelum mengambil keputusan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	7	11.9	11.9	16.9
Setuju	41	69.5	69.5	86.4
sangat setuju	8	13.6	13.6	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no.3*

Memberikan kesempatan pada anggota untuk memberikan saran sebelum mengambil keputusan atau dapat dikatakan pembuatan keputusan bersama dari setiap masalah yang ada dalam organisasi merupakan faktor iklim komunikasi organisasi. Dari tabel diatas

dihasilkan bahwa 69,5% menjawab setuju dan 13,6% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan tersebut.

Hal ini menunjukkan mayoritas anggota UKM Jurnalistik merasakan kesempatan mereka dalam memberikan saran sebelum para pimpinan mengambil keputusan. Metode pengambilan keputusan UKM Jurnalistik biasa dengan menggelar rapat koordinasi dari setiap pimpinan bidang maupun pimpinan divisi dan dipimpin langsung oleh pimpinan umum serta di ikuti oleh seluruh anggota UKM Jurnalistik, menurut penelitian dilapangan, dengan berkumpul dan rapat koordinasi seluruh lapisan UKM Jurnalistik akan tercipta kedekatan emosional yang baik antar anggota dan pimpinan.

Pada penelitian ini, pimpinan UKM Jurnalistik memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk mengambil saran sebelum mengambil keputusan. Responden yang menjawab tidak setuju sebesar 11,9% dan sangat tidak setuju 5,1%.

**Tabel 4.5**  
**Memberikan ide dan saran dalam memecahkan persoalan yang dihadapi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	0	0	0	0
Tidak setuju	0	0	0	0
Setuju	31	52.5	52.5	52.5
sangat setuju	28	47.5	47.5	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no.4*

Tabel frekuensi diatas menunjukkan sebanyak 31 orang atau 52,5% responden menjawab setuju, 28 orang atau 47,5% responden



menjawab sangat setuju dan tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju, sangat tidak setuju. Berdasarkan data tersebut dan hasil analisis di lapangan menggambarkan bahwa setiap anggota diberikan kesempatan memberi gagasan maupun ide serta saran dalam memecahkan setiap masalah yang dihadapi oleh UKM Jurnalistik. Dalam hal ini faktor iklim komunikasi organisasi dari pengambilan keputusan bersama sangat dirasakan seluruh anggota UKM Jurnalistik.

**Tabel 4.6**  
**Suasana dalam UKM Jurnalistik diliputi kejujuran**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	5	8.5	8.5	13.6
Setuju	45	76.3	76.3	89.8
sangat setuju	6	10.2	10.2	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no.5*

Intisari pertanyaan no. 5 berkaitan dengan kejujuran dilingkungan internal UKM Jurnalistik, kejujuran ini pula yang menjadi salah satu faktor iklim komunikasi organisasi. Berdasarkan tabel diatas, responden setuju dengan pertanyaan suasana dalam UKM Jurnalistik diliputi kejujuran. Hal ini ditunjukkan dengan 45 orang atau 76,3% responden menjawab setuju dan 6 orang atau 10,2% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan tersebut.

Jawaban tidak setuju hanya ada 8,5% yang diberikan oleh 5 orang responden dan kurang sangat tidak setuju 5,1% yang diberikan oleh 3 orang responden.

**Tabel 4.7**  
**Memberitahukan pekerjaan yang harus dikerjakan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	37	62.7	62.7	62.7
sangat setuju	22	37.3	37.3	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no.6*

Memberitahukan pekerjaan yang harus dikerjakan kepada anggota merupakan salah satu kewajiban para pemimpin yang ada di UKM Jurnalistik, selain menjadi salah satu faktor iklim komunikasi dengan memberitahukan pekerjaan kepada anggota maka akan tercipta keterbukaan komunikasi kebawah yang berupa intruksi tugas anggota. Dari tabel diatas, ditunjukan bahwa hasilnya sangat positif bahwa jawaban setuju 62,7% yang diberikan kepada 37 orang responden dan jawaban sangat setuju diberikan 37,3% yang diberikan kepada 22 responden.

Pada pertanyaan no.6 berkaitan dengan pemberitahuan pekerjaan kepada anggota tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan hasil data yang diperoleh serta yang terjadi dilapangan berdasarkan pengamatan langsung, bahwa pemberitahuan pekerjaan yang dilakukan oleh para pemimpin untuk anggota UKM Jurnalistik berjalan dengan baik. para pimpinan

memberikan intruksi langsung dengan anggota sesuai dengan program kerja yang telah disepakati atau menempelkan program kerja di sekretariat UKM Jurnalistik.

**Tabel 4.8**  
**Pimpinan memberi informasi masalah UKM Jurnalistik pada para anggota**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	5	8.5	8.5	13.6
Setuju	37	62.7	62.7	76.3
sangat setuju	14	23.7	23.7	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no.7*

Pertanyaan no. 7 berkaitan dengan pertanyaan sebelumnya mengenai keterbukaan komunikasi kebawah oleh pimpinan UKM Jurnalistik dengan pertanyaan memberitahukan pekerjaan yang harus dikerjakan sedangkan pertanyaan kali ini tentang memberikan informasi tentang masalah UKM Jurnalistik. Berdasarkan tabel diatas, ditunjukan bahwa 62,7% responden setuju dan 23,7% sangat setuju sedangkan yang menjawab tidak setuju 8,5% dan sangat tidak setuju 5,1%.

Berdasarkan analisis di lapangan, sebagian besar responden menerima komunikasi kebawah yang dilakukan oleh para pimpinan UKM Jurnalistik. Komunikasi yang di bangun tidak hanya melalui rapat-rapat formal akan tetapi komunikasi kekeluargaan lebih tercipta ketika rapat formal selesai. Pesan yang disampaikan setelah rapat formal

lebih menyentuh emosional dan psikologis kedekatan antara atasan dan bawahan.

**Tabel 4.9**  
**Menceritakan masalah pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	4	6.8	6.8	6.8
tidak setuju	7	11.9	11.9	18.6
Valid Setuju	41	69.5	69.5	88.1
sangat setuju	7	11.9	11.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 8*

Keterbukaan dalam komunikasi atas oleh bawahan atau anggota organisasi dirasa penting, dimana biasanya anggota menceritakan masalah pekerjaan mereka kepada pimpinan. pernyataan ini mendapatkan respon dari responden dengan tunjukan jawaban setuju sebesar 69,5%, sangat setuju 11,9%, tidak setuju 11,9%, dan sangat tidak setuju 6,8%.

Keterbukaan dalam komunikasi kebawah, dengan ditujukan dengan pertanyaan anggota menceritakan setiap masalah pekerjaan dengan pimpinannya, pada hasil data diatas menunjukkan bahwa memang kedekatan anggota dengan para pemimpinya tercipta dengan baik. Hasil pengamatan langsung di lapangan, bahwa setiap anggota dapat berkonsultasi kepada pimpinan mereka tidak hanya dalam acara formal saja.

**Tabel 4.10**  
**Pimpinan bersedia keluhan anggota tentang UKM Jurnalistik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	6	10.2	10.2	15.3
Setuju	40	67.8	67.8	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 9*

Pertanyaan no. 9 berkaitan dengan pertanyaan sebelumnya mengenai keterbukaan komunikasi keatas oleh pimpinan UKM Jurnalistik dengan pertanyaan anggota selalu menceritakan masalah pekerjaan dengan pimpinan sedangkan pertanyaan kali ini tentang pimpinan bersedia mendengarkan keluhan anggota tentang UKM Jurnalistik. Berdasarkan tabel diatas, ditunjukan bahwa 67,8% responden setuju dan 16,9% sangat setuju. Sedangkan responden yang menjawab tidak setuju 10,2% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 5,1%.

Berdasarkan data diatas bahwa pertanyaan yang berkaitan dengan komunikasi keatas mendapatkan hasil yang positif. Berdasarkan analisis di lapangan para pemimpin UKM Jurnalistik, tidak canggung untuk mendengarkan keluh kesah anggotanya.

**Tabel 4.11**  
**Untuk hasil yang sempurna melakukan pengecekan ulang terhadap hasil kerja**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	8	13.6	13.6	15.3
Valid Setuju	34	57.6	57.6	72.9
sangat setuju	16	27.1	27.1	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 10*

Pengecekan ulang terhadap hasil kerja untuk meraih hasil yang sempurna, ini merupakan salah satu perhatian pada tujuan berkinerja tinggi dan menjadi salah satu faktor dari iklim komunikasi organisasi. Berdasarkan tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa 57,6% responden menjawab setuju dan 27,6% menjawab sangat setuju. Pada pertanyaan no. 10 ini, jawaban lainnya yaitu tidak setuju sebesar 13,6% dan sangat tidak setuju sebesar 1,7%.

Hal ini menunjukkan bahwa anggota UKM Jurnalistik menunjukan ketelitian mereka dalam bekerja. Pada dasar setiap media massa, sebelum diterbitkan kepada khalayak luas perlu dilakukan pengecekan berulang kali. Hal tersebut sudah menjadi kewajiban dan ditanamkan kepada seluruh anggota UKM Jurnalistik untuk melakukan pengecekan ulang dalam setiap pekerjaan.

#### **4.3.2 Variabel Komitmen Anggota Organisasi**

Setelah menguraikan frekuensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang menyangkut variabel iklim komunikasi organisasi, selanjutnya adalah menguraikan frekuensi jawaban responden

menyangkut variabel komitmen anggota organisasi pada UKM Journalistik Untirta.

Variabel komitmen anggota organisasi dalam penelitian ini terdiri dari beberapa indikator diantaranya Identifikasi, empati dan loyalitas yang merupakan penjabaran dari faktor-faktor komitmen anggota organisasi.

Berikut ini adalah uraian frekuensi jawaban responden mengenai variabel komitmen anggota organisasi pada UKM Journalistik Untirta:

**Tabel 4.12**  
**Merasa ikut memiliki UKM Journalistik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	4	6.8	6.8	10.2
Valid Setuju	36	61.0	61.0	71.2
sangat setuju	17	28.8	28.8	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 11*

Berdasarkan tabel diatas, sebanyak 89,8% responden memberikan jawaban positif dengan jawaban setuju 61% dan 28,8% sangat setuju. Hasil ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyetujui dengan pertanyaan bahwa mereka merasa ikut memiliki UKM Journalistik, yang menjadi wadah kreativitas mereka.

Rasa memiliki terhadap organisasi, sudah harus ditanamkan oleh setiap anggota. Pada dasarnya setiap anggota harus memiliki komitmen organisasi, untuk mempertahankan organisasinya agar tetap

menjaga eksistensinya, ujar resti salah satu anggota UKM Jurnalistik ketika diwawancarai.

**Tabel 4.13**  
**Merasa terikat emosional dengan UKM Jurnalistik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	11	18.6	18.6	23.7
Valid Setuju	38	64.4	64.4	88.1
sangat setuju	7	11.9	11.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 12*

Pertanyaan no. 12 berhubungan dengan pertanyaan sebelumnya yaitu mengenai rasa memiliki UKM Jurnalistik sedangkan pertanyaan kali ini tentang merasa keterikatan emosional yang keduanya merupakan unsur pertanyaan dari identifikasi dan merupakan salah satu faktor dari komitmen organisasi.

Berdasarkan tabel diatas, responden yang menjawab setuju sebesar 64,4% dan 11,9% menjawab sangat setuju dengan pertanyaan anggota merasa terikat secara emosional dengan UKM Jurnalistik. Hasil data ini tidak jauh berbeda dengan data sebelumnya yang didominasi hasil positif.

Sedangkan jawaban negatif responden pada pertanyaan ini dilihat dari 18,6% menjawab tidak setuju dan 5,1% menjawab sangat tidak setuju.



**Tabel 4.14**  
**UKM Jurnalistik sangat berarti**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
	tidak setuju	5	8.5	8.5	13.6
	Setuju	37	62.7	62.7	76.3
	sangat setuju	14	23.7	23.7	100.0
	Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 13*

Pertanyaan selanjutnya mengenai empati dari anggota UKM Jurnalistik dengan pertanyaan UKM Jurnalistik sangat berarti bagi anggota. Dari hasil tabel diatas diperoleh bahwa 5,1% responden menjawab sangat tidak setuju, 8,5% responden menjawab tidak setuju, 62.7% menjawab setuju dan 23,7% responden menjawab sangat setuju pada pertanyaan no. 13. Hasil ini menunjukkan mayoritas responden setuju dengan pertanyaan UKM Jurnalistik sangat berarti bagi anggota dalam kehidupannya menjadi mahasiswa Untirta.

Dalam hasil analisis lapangan, hampir seluruh anggota setiap harinya singgah di sekretariat UKM Jurnalistik, disana mereka tidak hanya berkarya, belajar dan saling bertukar informasi. Tapi mereka juga mendapatkan hiburan game dari komputer, yang merupakan program kaderisasi untuk menumbuhkan kekompankan mereka, ujar Septian.

**Tabel 4.15**  
**Merasa masalah UKM Journalistik seperti masalah anggota**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	3	5.1	5.1	6.8
Valid Setuju	45	76.3	76.3	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 14*

Peratanyaan selanjutnya merasa masalah UKM Journalistik seperti masalah anggota, pertanyaan ini berhubungan dengan pertanyaan sebelumnya. Dari tabel diatas menunjukkan sebesar 76,3% responden setuju dan 16,9% responden sangat setuju. Dengan hasil ini menunjukkan bahwa jawaban positif mendominasi seperti tabel sebelumnya yang menunjukkan hasil positif. Dapat diartikan bahwa tingkat empati anggota UKM Journalistik sangat tinggi.

Dari tabel diatas ada pula sedikit anggota yang menjawab tidak setuju yaitu 3 orang dengan 5,1% sedangkan 1,7% responden menjawab sangat tidak setuju yaitu 1 orang.

**Tabel 4. 16**  
**Sulit terikat dengan organisasi lain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	10	16.9	16.9	20.3
Valid Setuju	38	64.4	64.4	84.7
sangat setuju	9	15.3	15.3	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 15*

Sulit terikat dengan organisasi lain berarti hanya UKM Jurnalistik saja yang dapat mengikat anggota dalam satu wadah keluarga besar UKM Jurnalistik. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebesar 64.4% menjawab setuju dan 15.3% menjawab sangat setuju.

Dari hasil pengamatan dilapangan, tidak banyak anggota UKM Jurnalistik yang memiliki dua organisasi atau lebih. Sehingga mereka merasa terikat dan nyaman berada di UKM Jurnalistik. Dengan pertanyaan no. 15 responden lainnya menjawab tidak setuju sebesar 16,9% dan 3,4% responden menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.17**  
**Merasa tidak komitmen bila meninggalkan UKM Jurnalistik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	4	6.8	6.8	6.8
tidak setuju	8	13.6	13.6	20.3
Valid Setuju	37	62.7	62.7	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 16*

Dari tabel frekuensi diatas dapat dihasilkan bahwa sebanyak 6,8% menjawab sangat tidak setuju, 13,6% menjawab tidak setuju, 62,7% responden menjawab setuju dan 16,9% responden menjawab sangat setuju dengan intisari pertanyaan no. 16 jawaban tertinggi responden yang menjawab setuju dengan persentase 62,7%. Hal ini menggambarkan bahwa responden setuju mau berusaha diatas batas normal untuk mensukseskan UKM Jurnalistik.

Dari hasil pengamatan dilapangan, anggota sedia setiap saat berada di sekretariat ketika melaksanakan program kerja yang membutuhkan waktu dan tenaga extra. Penggambaran ini dilihat peneliti ketika mereka mengerjakan majalah Bidik Utama Ospek, mereka rela menginap di sekretariat UKM Journalistik untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

**Tabel 4.18**  
**Alasan utama tetap berada di UKM Journalistik adalah karena loyalitas terhadap organisasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	7	11.9	11.9	13.6
Valid Setuju	37	62.7	62.7	76.3
sangat setuju	14	23.7	23.7	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 17*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa alasan utama mereka tetap berada di UKM Journalistik adalah karena loyalitas mereka terhadap organisasinya.

Hal ini dilihat dari angka 62,7% pada jawaban setuju dan 23% pada jawaban sangat setuju. Sedangkan jawaban negatif hanya ada sebesar 11,9% yaitu tidak setuju dan sangat tidak setuju sebesar 1,7%. Hal ini menunjukkan bahwa anggota UKM Journalistik memiliki loyalitas yang tinggi terhadap organisasi. Walaupun terlihat dari hasil negatif ada 7 orang yang memberikan jawaban tidak setuju dan 1 orang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

**Tabel 4.19**  
**Mau berusaha diatas batas normal untuk mensukseskan UKM**  
**Jurnalistik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	8	13.6	13.6	18.6
Valid Setuju	38	64.4	64.4	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 18*

Loyalitas merupakan bagian dari faktor-faktor komitmen organisasi, dengan memberikan pertanyaan “merasa tidak komitmen bila meninggalkan UKM Jurnalistik” kepada responden. Peneliti berharap dapat mengetahui komitmen anggota UKM Jurnalistik.

Hal ini digambarkan dari frekuensi jawaban responden pada tabel diatas menunjukkan 5,1% responden menjawab sangat tidak setuju, 13,6% responden menjawab tidak setuju sedangkan 64,4% resnponden menjawab setuju dan 16,9% menjawab sangat setuju.

Pada pertanyaan no 18 ini, 81,3% menunjukkan hasil positif. Dari 59 responden yang diajukan pertanyaan alasan utama tetap berada di UKM Jurnalistik adalah karena loyalitas terhadap organisasi 48 orang menjawab setuju dan sangat setuju.

**Tabel 4.20**  
**Bekerja keras mewujudkan visi dan misi UKM Jurnalistik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	5.1	5.1	5.1
tidak setuju	7	11.9	11.9	16.9
Valid Setuju	39	66.1	66.1	83.1
sangat setuju	10	16.9	16.9	100.0
Total	59	100.0	100.0	

*Sumber: Output SPSS frekuensi pertanyaan no. 19*

Wujud dari loyalitas terhadap organisasi dapat dilihat dari kerja keras, berdasarkan tabel diatas menunjukan hasil positif dengan frekuensi pertanyaan 66,1% menjawab setuju dan 16,9% menjawab sangat setuju. Berdasar hasil diatas dapat dikatakan anggota UKM Jurnalistik memahami visi dan misi UKM Jurnalistik dan mewujudkannya. Adapun responden yang menjawab tidak setuju 11,9% dan jawaban sangat tidak setuju 5,1%.

Dari hasil pengamatan dilapangan untuk mewujudkan visi dan misinya UKM Jurnalistik melakukan pelatihan-pelatihan kejournalistikan seperti berlatih nulis berita, memahami foto jurnalistik serta pengambilan gambar maupun keorganisasian dengan melakukan *training of trainer*.

#### **4.4 Pengujian Persyaratan Statistik**

##### **4.4.1 Uji Normalitas**

Untuk mengetahui gambaran yang jelas tentang data hasil penelitian variabel X dan variabel Y, maka peneliti mencoba melakukan perhitungan deskriptif serta normalitas guna menjaga

ketepatan metode statistik yang digunakan, karena apabila data yang dihasilkan tidak normal maka statistik yang digunakan adalah *statistic non parametik* sedangkan apabila data yang dihasilkan adalah normal maka yang digunakan adalah *statistic parametric* (Sugiyono, 2010:172).

**Tabel 4.3**  
**Tabel Uji Normalitas Skewness-Kurtosis (menggunakan SPSS v.17)**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Iklim komunikasi organisasi	59	26	35	30.44	2.673	.012	.311	-.964	.613
Komitmen organisasi	59	18	40	29.83	4.048	-.160	.311	.878	.613
Valid N (listwise)	59								

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat untuk menentukan apakah data berada dalam distribusi normal atau tidak, maka dapat dilihat dari nilai Skewness dan Std. Error Skewness serta Kurtosis dan Std. Error Kurtosis. Maka diperoleh nilai Skewness untuk variabel iklim komunikasi organisasi (X) adalah 0,012 dengan Std. Error sebesar 0,311 dan nilai Skewness untuk variabel komitmen organisasi (Y) adalah -0,160 dengan Std. Error 0,311. Sedangkan nilai Kurtosis untuk variabel iklim komunikasi organisasi (X) adalah -0,964 dengan Std. Error 0,613 dan nilai Kurtosis untuk variabel komitmen organisasi (Y) adalah 0,878 dengan Std. Error 0,613. Karena nilai kedua variabel tersebut berada di antara 2 dan -2, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

## 4.5 Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Uji Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai hipotesis:

$H_0 \rightarrow \rho = 0$ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

$H_a \rightarrow \rho \neq 0$ : Ada pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari hipotesis yang diajukan. Berdasarkan metode penelitian, pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan rumus *regresi linear*, penghitungan pengujian hipotesis yakni sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Korelasi**  
**Correlations**

		Iklim komunikasi organisasi	Komitmen organisasi
Iklim komunikasi organisasi	Pearson Correlation	1	.507**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	59	59
Komitmen organisasi	Pearson Correlation	.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	59	59

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

Bagian ini digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen



organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta. Nilai koefisien korelasi antara variabel iklim komunikasi organisasi dengan variabel komitmen organisasi adalah 0,507, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan komitmen organisasi adalah sedang (nilai berada di antara 0,400-0,599).

Tanda bintang dua (\*\*) menunjukkan bahwa korelasi signifikan pada level 0,01. Angka koefisien positif menunjukkan hubungan positif, yaitu jika iklim komunikasi organisasi meningkat maka komitmen organisasi juga akan meningkat. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan, namun apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak ada hubungan yang signifikan.

Diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000, jadi ada hubungan yang signifikan antara variabel iklim komunikasi organisasi dengan variabel komitmen organisasi. Nilai 2 tailed menunjukkan pengujian dua sisi positif dan negatif (diasumsikan belum diketahui apakah hubungannya positif atau negatif). Sedangkan nilai N menunjukkan jumlah data, yaitu 59 sampel atau 59 responden.

Kesimpulan yang didapatkan dari hasil pengujian koefisien korelasi di atas adalah nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel iklim komunikasi organisasi sebagai variabel independen (X) dan variabel komitmen organisasi sebagai

variabel dependen (X). Maka dapat diartikan jika iklim komunikasi organisasi baik maka akan terjadi komitmen organisasi di Unit Kegiatan mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta.

#### 4.5.2 Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.15**  
**Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 <sup>a</sup>	.257	.244	3.519

a. Predictors: (Constant), Iklim komunikasi organisasi

*Output* ini menjelaskan tentang hasil analisis korelasi ganda dan analisis determinasi.  $r$  adalah korelasi berganda, yaitu korelasi antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam regresi sederhana angka  $r$  ini menunjukkan korelasi sederhana (korelasi Pearson) antara variabel X terhadap variabel Y. Nilai  $r$  pada tabel diatas didapatkan 0,507, artinya korelasi antara variabel iklim organisasi dengan komitmen organisasi sebesar 0,507. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat (sedang) karena nilai tersebut berada di antara 0,400-0,599.

$r$  Square ( $r^2$ ) atau kuadrat dari nilai  $r$  menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke dalam bentuk persen, artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $r^2$  sebesar 0,257, artinya presentase sumbangan pengaruh variabel iklim komunikasi terhadap komitmen

organisasi sebesar 25,7%. Sedangkan sisanya sebesar 74,3% dipengaruhi oleh variabel lain, yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

*Adjusted r Square* adalah *r Square* yang telah disesuaikan. Nilai *r Square* sebesar 0,257 menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen, maka *adjusted r Square* digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh.

*Standard Error of Estimate* adalah ukuran kesalahan prediksi (nilai sebesar 3,519). Artinya kesalahan dalam memprediksi tingkat komitmen anggota organisasi adalah 3,51.

#### 4.6 Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 4.16**  
**Regresi Linier**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.449	5.281		1.221	.227
	Iklim komunikasi organisasi	.768	.173	.507	4.444	.000

a. Dependent Variable: Komitmen organisasi

Uji regresi linier sederhana dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + bX \text{ Dengan:}$$

Y' = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga  $X = 0$

b = Koefisien regresi atau angka arah, yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan

X= Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Nilai-nilai pada *output* yang dimasukkan ke dalam persamaan di atas adalah sebagai berikut:

$$Y' = 6,449 + 0,768 X$$

Nilai konstanta (a) adalah 6,449. Hal ini dapat diartikan jika koefisien iklim komunikasi organisasi bernilai 0, maka komitmen organisasi bernilai positif yaitu 6,449. Nilai koefisien regresi variabel iklim komunikasi(b) bernilai positif yaitu 0,768. Hal ini dapat diartikan setiap peningkatan nilai iklim komunikasi sebesar 1, maka tingkat komitmen juga akan meningkat sebesar 0,768.

Uji *t* dalam penelitian ini juga dapat dilihat dari hasil tabel regresi linier sederhana dengan melihat *t* hitung di atas. Rumus hipotesis yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$H_0 \rightarrow \rho = 0$ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

$H_a \rightarrow \rho \neq 0$ : Ada pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

$t_{hitung}$  (diambil dari tabel regresi linear) sebesar 4,444.  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi 0,01 dan derajat kebebasan  $df = n - 2$  atau  $59 - 2 = 57$ . Hasil yang didapat dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,658.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,444 > 1,672$ ), maka  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta diterima. Nilai koefisien B positif berarti jika iklim komunikasi baik atau meningkat maka komitmen juga akan baik atau meningkat.

#### 4.7 Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji coba di atas maka diketahui bahwa iklim komunikasi organisasi cukup berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta. Hal ini dapat dilihat dari uji hipotesis yang diolah menggunakan SPSS v.17 yang menerangkan bahwa hasil uji koefisien korelasi antara variabel X yaitu variabel iklim komunikasi organisasi terhadap variabel Y yaitu variabel komitmen organisasi sebesar 0,507. Nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,507 > 0,256$ ) maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, bahwa hipotesis yang menerangkan bahwa ada pengaruh antara iklim komunikasi organisasi dengan komitmen organisasi diterima.

Selanjutnya, untuk menghitung besarnya pengaruh yang terjadi antara variabel iklim komunikasi organisasi (X) terhadap variabel komitmen (Y), maka dapat dilihat dari rumus koefisien determinasi  $r$  Square yang telah didapatkan, yaitu 0,257 atau dalam presentase sebesar 25,7%. Artinya besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel iklim komunikasi organisasi terhadap variabel komitmen organisasi sebesar 25,7%, sisa 74,3% lainnya adalah pengaruh dari faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Untuk menghitung adanya pengaruh antara variabel iklim komunikasi organisasi dengan variabel komitmen organisasi maka penulis menggunakan rumus regresi linier sederhana, yaitu  $Y' = a + bX$ , dengan hasil yang telah didapat yaitu  $Y' = 6,449 + 0,768X$ . Artinya, nilai  $a$  adalah konstanta sebesar 6,449, jika iklim komunikasi organisasi (variabel X) bernilai 0 (nol), maka nilai komitmen anggota positif yaitu 6,449. Nilai  $b$  adalah koefisien regresi sebesar 0,768, ini berarti jika nilai iklim komunikasi organisasi (variabel X) mengalami kenaikan 1 (satu), maka tingkat komitmen organisasi (variabel Y) akan meningkat sebesar 0,768.

Dari tingkat signifikansi yang telah didapatkan, nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel iklim komunikasi organisasi sebagai variabel independen (Y) dan variabel komitmen organisasi sebagai variabel dependen (X). Maka dapat diartikan jika iklim komunikasi

organisasi membaik maka akan terjadi perbaikan komitmen di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik untirta.

Interpretasi data selanjutnya adalah skor ideal instrumen pada variabel iklim komunikasi organisasi (X) adalah  $4 \times 10 \times 59 = 2360$ . Bila setiap butir mendapatkan nilai paling rendah yaitu 1 (4 untuk nilai tertinggi, 1 untuk nilai terendah) maka hasil yang didapatkan adalah  $1 \times 10 \times 59 = 590$  (10 adalah butir pertanyaan dalam variabel iklim komunikasi organisasi, 59 adalah banyaknya sampel atau responden). Skor penelitian adalah jumlah skor pengumpulan data variabel X yaitu 1796. Maka, hasil nilai pengaruh iklim komunikasi organisasi adalah  $1796 : 2360 = 0,7610$  atau sebesar 76,10%.

Lalu, berdasarkan data yang diperoleh dari variabel komitmen organisasi (variabel Y), nilai tertinggi yaitu  $4 \times 10 \times 59 = 2360$  dan nilai terendah  $1 \times 10 \times 59 = 590$  (4 untuk nilai tertinggi, 1 nilai terendah, 10 merupakan butir pertanyaan dalam variabel Y, 59 adalah sampel atau responden). Skor penelitian adalah jumlah skor pengumpulan data variabel Y yaitu 1760. Maka, hasil nilai pengaruh komitmen organisasi anggota UKM Jurnalistik adalah  $1760 : 2360 = 0,7457$  atau sebesar 74,57%.

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta maka didapatkan hasil yang diolah dengan SPSS yaitu terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, juga terdapat pengaruh yang cukup signifikan dari variabel independen dan variabel

dependen dalam penelitian ini. Peneliti akan mencoba membahas rumusan masalah yang telah dituliskan dalam BAB 1 sebelumnya, yaitu:

1. Sejauh mana Iklim Komunikasi Organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta

Dalam pelaksanaannya, dilihat dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh para anggota di UKM Jurnalistik Untirta, berdasarkan enam indikator yang dicetuskan oleh Pace dan Faules, yaitu kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi keatas, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah dan perhatian pada tujuan berkinerja tinggi. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat beberapa anggota masih memiliki hambatan komunikasi dalam setiap aktifitas kesehariannya. Terbukti dengan pertanyaan kuisisioner Q6, Q8 dan Q9 menunjukkan bahwa komunikasi ketas maupun kebawah masih kurang baik. Dengan data yang terdapat diatas, maka dapat disimpulkan pengaruh iklim komunikasi organisasi di UKM Jurnalistik Untirta sebagai berikut; Bila setiap butir pertanyaan mendapat skor tertinggi, yaitu  $4 \times 10 \times 59 = 2360$ . Bila setiap butir pertanyaan mendapat skor terendah, yaitu  $1 \times 10 \times 59 = 590$  Jumlah skor pengumpulan variabel komitmen organisasi = 1760

Menurut 59 responden mengenai Iklim Komunikasi Organisasi di UKM Jurnalistik Untirta, yaitu:

$$\frac{\text{Jumlah skor variabel } x}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 100\% = \frac{1760}{2360} \times 100 = 76,10\%$$

Keterangan:

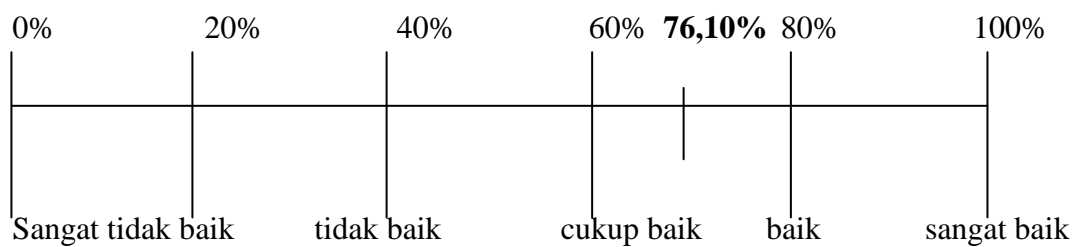
4 = nilai tertinggi

1 = nilai terendah



10 = jumlah butir pertanyaan pada variabel komitmen organisasi

Dari hasil 76,10% yang didapatkan, hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori (Sugiyono, 2010:110) sebagai berikut:



Dari perhitungan dan keterangan gambar di atas dapat diketahui bahwa iklim komunikasi organisasi sudah berjalan dan dapat dikatakan baik karena besarnya 76,10% sudah termasuk dalam kategori baik. karena pertanyaan yang diberikan oleh peneliti dalam kuesioner rata-rata para responden menjawab setuju. Dengan keterangan sebagai berikut:



Keterangan:

A = sangat setuju

B = setuju

C = kurang setuju

D = tidak setuju

2. Seberapa jauh komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta

Rumusan masalah kedua yang dituliskan dalam BAB 1 penelitian ini adalah seberapa jauh komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta. Dilihat dari hasil kuesioner yang diisi oleh 59 responden dengan 3 indikator dari Gibson yang terdiri dari Identifikasi, empati dan loyalitas.

Dilihat dari hasil yang diperoleh dari data responden, rata-rata sebagian besar responden dan anggota di UKM Jurnalistik Untirta memiliki rasa kepemilikan terhadap organisasinya. tetapi dalam menjalankan program kerja terkadang ketepatan waktu yang menjadi kendala serta ada beberapa anggota yang masih mengabaikan peraturan, seperti datang telat datang rapat dan pelatihan, biasanya anggota banyak memiliki alasan yang beragam, seperti bentrok dengan mata kuliah dan lain sebagainya. Selain itu, terdapat anggota yang kurang memperhatikan kewajiban-kewajibannya sebagai anggota, beberapa anggota banyak yang bersantai dan bermain di kesekretaritan, mereka tidak melakukan pekerjaannya dengan baik.

Dengan data yang terdapat di atas, maka dapat disimpulkan pengaruh komitmen organisasi pada anggota UKM Jurnalistik Untirta sebagai berikut:

Bila setiap butir pertanyaan mendapat skor tertinggi, yaitu  $4 \times 10 \times 59$   
 $= 2360$

Bila setiap butir pertanyaan mendapat skor terendah, yaitu  $1 \times 10 \times 59$   
 $= 590$

Jumlah skor pengumpulan variabel komitmen organisasi = 1760

Menurut 59 responden komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta, yaitu:

$$\frac{\text{Jumlah skor variabel x}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 100\% = \frac{1760}{2360} \times 100 = 74,57\%$$

Keterangan:

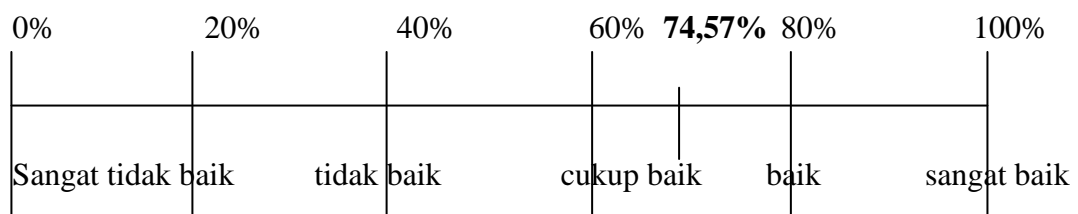
4 = nilai tertinggi

1 = nilai terendah

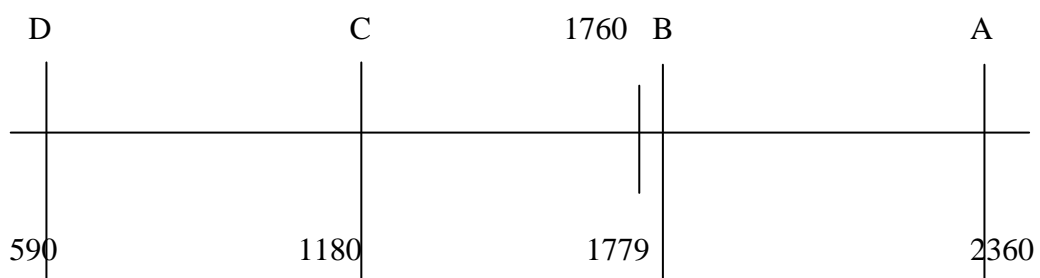
10 = jumlah butir pertanyaan pada variabel komitmen organisasi

Dari hasil 74,57% yang didapatkan, hal ini secara kontinum dapat

dibuat kategori (Sugiyono, 2010:110) sebagai berikut:



Dari perhitungan dan keterangan gambar di atas dapat diketahui bahwa komitmen anggota organisasi di UKM Jurnalistik Untirta yang sudah dapat dikatakan membaik dan meningkat dari tahun ke tahun karena besarnya 75,19% sudah masuk dalam kategori baik. Dapat dikatakan baik karena pernyataan yang diberikan oleh peneliti dalam kuesioner rata-rata para responden menjawab setuju. Dengan keterangan sebagai berikut:



Keterangan:

A = sangat setuju

B = setuju

C = kurang setuju  
D = tidak setuju

3. Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UKM Jurnalistik Untirta, maka peneliti dapat menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta. Besarnya korelasi yang didapatkan dari hasil penelitian ini yaitu 0,507 yang berarti terdapat hubungan yang cukup, dengan nilai determinasi sebesar 25,7% yaitu presentase yang dihasilkan dari pengaruh yang diberikan oleh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen, 74,3 lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hal ini dikarenakan UKM Jurnalistik untirta belum bisa menerapkan iklim komunikasi organisasi dengan sempurna, karena dibuktikan dengan masih banyaknya anggota yang mengalami hambatan dalam berkomunikasi keatas.

Faktor lainnya yang menyebabkan pengaruh yang dihasilkan kurang maksimal adalah banyak anggota yang masih menyepelkan tanggung jawab dan aturan di UKM Jurnalistik Untirta. Walaupun sudah diberlakukan surat peringatan hingga di dikeluarkan dari keanggotaan, tetapi masih ada anggota tidak memperhatikan dan merasa masa bodo dengan sistem yang ada, ini disebabkan karena kurang ketegasan oleh pimpinan.

Tetapi, dari perhitungan dan data yang diperoleh, iklim komunikasi organisasi yang tercipta sudah menunjukkan hasil yang positif, ini diperlihatkan dalam hasil regresi linear dan uji t yang telah dilakukan, karena hasilnya antara iklim komunikasi terhadap komitmen organisasi adalah positif, ini berarti jika iklim komunikasi organisasi baik atau meningkat, maka komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta juga akan baik atau meningkat.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dilakukan yakni tentang pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Diketahui bahwa iklim komunikasi organisasi cukup berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Untirta. Hal ini dapat dilihat dari uji hipotesis yang diolah menggunakan SPSS v.17 yang menerangkan bahwa hasil uji koefisien korelasi antara variabel X yaitu variabel iklim komunikasi organisasi terhadap variabel Y yaitu variabel komitmen organisasi sebesar 0,507. Nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}(0,507 > 0,256)$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, bahwa hipotesis yang menerangkan bahwa ada pengaruh antara iklim komunikasi organisasi dengan komitmen organisasi diterima.
2. Selanjutnya, untuk menghitung besarnya pengaruh yang terjadi antara variabel iklim komunikasi organisasi (X) terhadap variabel komitmen (Y), maka dapat dilihat dari rumus koefisien determinasi  $r$  Square yang telah didapatkan, yaitu 0,257 atau dalam presentase sebesar 25,7%. Artinya besarnya pengaruh yang

diberikan oleh variabel iklim komunikasi organisasi terhadap variabel disiplin sebesar 25,7%, sisa 74,3% lainnya adalah pengaruh dari faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Untuk menghitung adanya pengaruh antara variabel iklim komunikasi organisasi dengan variabel komitmen organisasi maka penulis menggunakan rumus regresi linier sederhana, yaitu  $Y' = a + bX$ , dengan hasil yang telah didapat yaitu  $Y' = 6,449 + 0,768X$ . Artinya, nilai  $a$  adalah konstanta sebesar 6,449, jika iklim komunikasi organisasi (variabel  $X$ ) bernilai 0 (nol), maka nilai komitmen anggota positif yaitu 6,449. Nilai  $b$  adalah koefisien regresi sebesar 0,768, ini berarti jika nilai iklim komunikasi organisasi (variabel  $X$ ) mengalami kenaikan 1 (satu), maka tingkat komitmen organisasi (variabel  $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,768.

Dari tingkat signifikansi yang telah didapatkan, nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel iklim komunikasi organisasi sebagai variabel independen ( $Y$ ) dan variabel komitmen organisasi sebagai variabel dependen ( $X$ ). Maka dapat diartikan jika iklim komunikasi organisasi membaik maka akan terjadi perbaikan komitmen di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik untirta.

Interpretasi data selanjutnya adalah skor ideal instrumen pada variabel iklim komunikasi organisasi (X) adalah  $4 \times 10 \times 59 = 2360$ . Bila setiap butir mendapatkan nilai paling rendah yaitu 1 (4 untuk nilai tertinggi, 1 untuk nilai terendah) maka hasil yang didapatkan adalah  $1 \times 10 \times 59 = 590$  (10 adalah butir pertanyaan dalam variabel iklim komunikasi organisasi, 59 adalah banyaknya sampel atau responden). Skor penelitian adalah jumlah skor pengumpulan data variabel X yaitu 1796. Maka, hasil nilai pengaruh iklim komunikasi organisasi adalah  $1796 : 2360 = 0,7610$  atau sebesar 76,10%.

3. Lalu, berdasarkan data yang diperoleh dari variabel komitmen organisasi (variabel Y), nilai tertinggi yaitu  $4 \times 10 \times 59 = 2360$  dan nilai terendah  $1 \times 10 \times 59 = 590$  (4 untuk nilai tertinggi, 1 nilai terendah, 10 merupakan butir pertanyaan dalam variabel Y, 59 adalah sampel atau responden). Skor penelitian adalah jumlah skor pengumpulan data variabel Y yaitu 1760. Maka, hasil nilai pengaruh komitmen organisasi anggota UKM Jurnalistik adalah  $1760 : 2360 = 0,7457$  atau sebesar 74,57%.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UKM Jurnalistik Untirta, maka peneliti dapat menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di UKM Jurnalistik Untirta. Besarnya korelasi yang didapatkan dari hasil penelitian ini yaitu 0,507 yang



berarti terdapat hubungan yang cukup, dengan nilai determinasi sebesar 25,7% yaitu presentase yang dihasilkan dari pengaruh yang diberikan oleh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen, 74,3 lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hal ini dikarenakan UKM Jurnalistik untirta belum bisa menerapkan iklim komunikasi organisasi dengan sempurna, karena dibuktikan dengan masih banyaknya anggota yang mengalami hambatan dalam berkomunikasi keatas.

Faktor lainnya yang menyebabkan pengaruh yang dihasilkan kurang maksimal adalah banyak anggota yang masih menyepelekan tanggung jawab dan aturan di UKM Jurnalistik Untirta. Walaupun sudah diberlakukan surat peringatan hingga di keluarkan dari keanggotaan, tetapi masih ada anggota tidak memperhatikan dan merasa masa bodo dengan sistem yang ada, ini disebabkan karena kurang ketegasan oleh pimpinan.

Tetapi, dari perhitungan dan data yang diperoleh, iklim komunikasi organisasi yang tercipta sudah menunjukkan hasil yang positif, ini diperlihatkan dalam hasil regresi linear dan uji t yang telah dilakukan, karena hasilnya antara iklim komunikasi terhadap komitmen organisasi adalah positif, ini berarti jika iklim komunikasi organisasi baik atau meningkat, maka komitmen

organisasi di UKM Jurnalistik Untirta juga akan baik atau meningkat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yakni tentang pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka penulis mencoba mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Perbaiki iklim komunikasi organisasi melalui kegiatan-kegiatan bersama seperti diskusi ringat, curhat dengan pengurus yang diagendakan, bancakan, *outbound*. Hal ini dilakukan untuk membangun rasa kekeluargaan dan mendekatkan hubungan satu sama lain.
2. Meningkatkan perhatian pada faktor eksternal maupun internal, yang mempengaruhi komitmen anggota yang berasal dari lingkungan dalam maupun luar organisasi, misalnya mengadakan shering bareng pendiri organisasi serta kunjungan ke lembaga pers lainnya.
3. mengadakan pelatihan-pelatihan rutin, mempersiapkan sarana dan prasarana yang terbaik, dengan memperbanyak pelatihan maupun pembelajaran nantinya pengetahuan para pegawai dapat semakin meningkat dan pada akhirnya akan mempermudah anggota untuk mengerjakan tugasnya yang dapat dikatakan sulit. Jika pekerjaan yang sulit dapat mereka selesaikan, maka individu tersebut akan

mendapatkan kepuasan atas hasil kerjanya yang akan berpengaruh dengan kinerjanya.

Dengan adanya perbaikan baik dari sisi iklim komunikasi organisasi maupun pada komitmen organisasi, maka nantinya Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa mampu menghadapi persaingan yang semakin meningkat dimasa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, M Burhan Prof. Dr. H. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Efendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Budi Trinton Prawita. SPSS 13,00 terapan Riset dan Statistik Paramtrik. (2006, Yogyakarta: CV. Andi)
- Davis Keith, Newstrom W John. 1985. *Prilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Erlangga
- Duwi Priyanto. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi
- Husain Usman Prof. Dr, Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Pengantar Statistik* Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kriyanto, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Masmuh, Abdullah. 2008. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press
- Muhammad, arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Redding. 1990. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wanyne, Pace R & Faules Down 2005. *Komunikasi Organisasi Startegi*
- Ardana. K. Mujiati. N. W & Sriathi A, 2008 *Prilaku Keorganisasian*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gibson, Ivancevich, Donnely, (1996) *Organization (terjemahan)*. Cetakan Keempat, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama

- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Wursanto 2003. *Dasar-dasar ilmu organisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Supropto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Palapah, M. O., & Syamsuddin, Atang, *Studi Ilmu Komunikasi*, Fakultas Ilmu Komunikasi, UNPAD, Bandung, 1983.
- Pratikto, Riyanto, *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, CV Remaja Karya, Bandung, 1987.
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1990
- Sugiyono, 2002, *Statistik Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sopiah, 2008, *Perilaku Organisasional*, Andi, Yogyakarta.
- Ivancevich, John M, Konopaske Robert & Matteson Michael T 2007, *Perilaku Dan Manajemen Organisasi* (Alih Bahasa Gina Gania), Edisi Tujuh, Erlangga, Jakarta.
- Zainuddin, 2002, *Komitmen Organisasi* [www.e-psikologi.com](http://www.e-psikologi.com)
- Robbins, Stephen P. dan Judge, Timothy A.. 2008. *Perilaku Organisasi – Edisi 12 Buku 1*. Terjemah oleh Diana Angelica. Jakarta: Salemba Empat.
- Gibson, James L., Ivancevich, John M., & Donnely, James H.. 1985. *Organizations 5th Ed/ Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses Jilid I*. Terjemah oleh Djarkasih, Editor Agus Dharma. Jakarta: Erlangga

Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi Edisi 10/ Organizational Behavior 10th Ed.* Terjemahan Oleh Vivin Andhika Yuwono, Shekar Purwanti, Th Arie P, dan Winong Rosari. Yogyakarta: Andi

## Lampiran 1

### Tabel Data

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17
R1	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
R2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
R3	4	4	3	4	3	4	1	3	4	4	3	2	1	4	3	4	4
R4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3
R5	2	3	4	3	3	3	4	1	3	4	4	3	4	4	4	3	4
R6	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3
R7	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3
R8	4	4	3	4	3	4	1	3	4	4	3	2	1	4	3	4	4
R9	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3
R10	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
R11	3	1	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R12	3	3	1	3	3	3	1	2	4	3	1	3	1	1	1	3	1
R13	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
R14	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
R15	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4
R16	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
R17	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	2	3	2
R18	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3
R19	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
R20	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4
R21	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3
R22	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
R23	3	4	2	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2
R24	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
R25	4	4	4	4	3	3	4	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4
R26	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R27	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
R28	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3
R29	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
R30	2	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3
R31	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R32	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R33	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
R34	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
R35	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4
R36	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
R37	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	4	3

R38	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3
R39	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
R40	3	2	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3
R41	3	3	3	3	2	3	4	3	1	3	4	3	4	3	4	3	2
R42	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	4	3
R43	3	4	2	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3
R44	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2
R45	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
R46	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4
R47	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3
R48	1	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3
R49	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
R50	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3
R51	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4
R52	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4
R53	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4
R54	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
R55	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	1	1	3
R56	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
R57	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3
R58	1	3	3	3	2	3	4	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3
R59	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2



## Lampiran 2

### KOESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Cahyo Wibisono mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Untirta, saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Jurnalistik Untirta ”. Saya harap saudara sekalian bersedia mengisi koesioner ini, berdasarkan pengalaman anda menjadi anggota UKM Jurnalistik Untirta. Data dari informasi yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini. Atas kesediaan mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

#### 1. Petunjuk pengisian :

- a. Berilah tanda ceklisch (  $\surd$  ) pada pilihan jawaban yang dianggap tepat.
- b. Untuk memudahkan dalam mengisi data, mohon diisi sesuai dengan pengalaman anda.
- c. Saya mengharapkan agar saudara/saudari menjawab semua pertanyaan dengan jujur dan benar, sebab jawaban yang diberikan sangat penting untuk penelitian yang sedang dilakukan.
- d. Keterangan Jawaban :  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

#### 2. Data Responden

- a. Nomer Responden : (Diisi oleh peneliti)
- b. Nama Responden :..... (Boleh tidak diisi)
- c. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

#### 3. Pertanyaan

Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi di UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa					
Iklim Komunikasi Organisasi					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Pimpinan UKM Jurnalistik sangat				

	menaruh kepercayaan tinggi kepada saya				
2	Sesama anggota terlihat saling menaruh kepercayaan yang tinggi				
3	Pimpinan UKM Jurnalistik memberi kesempatan kepada saya untuk memberikan saran sebelum mengambil keputusan				
4	Saya sering memberikan ide dan saran dalam memecahkan persoalan yang dihadapi UKM Jurnalistik				
5	Suasana dalam UKM Jurnalistik diliputi kejujuran				
6	Pimpinan memberitahukan tentang pekerjaan yang harus dikerjakan				
7	Pimpinan selalu memberitahukan informasi masalah UKM Jurnalistik pada para anggota				
8	Saya selalu menceritakan masalah pekerjaan dengan pimpinan				
9	Pimpinan bersedia mendengarkan keluhan saya tentang UKM Jurnalistik				
10	Untuk hasil yang lebih sempurna saya selalu melakukan pengecekan ulang terhadap hasil pekerjaan saya				
<b>Komitmen Organisasi</b>					
11	Saya merasa ikut memiliki UKM Jurnalistik				
12	Saya merasa terikat secara emosional dengan UKM Jurnalistik				
13	UKM Jurnalistik sangat berarti bagi saya				
14	Saya merasa masalah di UKM Jurnalistik seperti masalah saya.				
15	Saya sulit terikat dengan organisasi lain seperti di UKM Jurnalistik				
16	Saya merasa tidak komitmen bila saya meninggalkan UKM Jurnalistik				
17	Alasan utama saya tetap berada di UKM Jurnalistik adalah karena loyalitas terhadap organisasi.				

18	Saya mau berusaha di atas batas normal untuk mensukseskan UKM Jurnalistik				
19	Saya bekerja keras mewujudkan visi dan misi UKM Jurnalistik				
20	Saya berusaha memberikan waktu, tenaga & pikiran untuk UKM Jurnalistik				

### Lampiran 3 Hasil Statistik SPSS

#### Correlations

		Q17	Q18	Q19	Q20	Variabel XY
Q1	Pearson Correlation	-.072	.497**	.262*	.497**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.588	.000	.045	.000	.000
	N	59	59	59	59	59
Q2	Pearson Correlation	-.025	.266*	.149	.266*	.272*
	Sig. (2-tailed)	.852	.042	.261	.042	.037
	N	59	59	59	59	59
Q3	Pearson Correlation	.408**	.166	.460**	.166	.513**
	Sig. (2-tailed)	.001	.209	.000	.209	.000
	N	59	59	59	59	59
Q4	Pearson Correlation	.033	.091	.069	.091	.311*
	Sig. (2-tailed)	.804	.494	.603	.494	.016
	N	59	59	59	59	59
Q5	Pearson Correlation	-.024	.103	.108	.103	.270*
	Sig. (2-tailed)	.854	.439	.417	.439	.039
	N	59	59	59	59	59
Q6	Pearson Correlation	.007	.024	.106	.024	.163
	Sig. (2-tailed)	.956	.855	.423	.855	.218
	N	59	59	59	59	59
Q7	Pearson Correlation	.281*	-.059	.206	-.059	.403**
	Sig. (2-tailed)	.031	.655	.117	.655	.002
	N	59	59	59	59	59
Q8	Pearson Correlation	.063	.016	.505**	.016	.225
	Sig. (2-tailed)	.636	.907	.000	.907	.086
	N	59	59	59	59	59
Q9	Pearson Correlation	-.070	.099	.032	.099	.074
	Sig. (2-tailed)	.599	.454	.812	.454	.577
	N	59	59	59	59	59

Q10	Pearson Correlation	.173	.575**	.224	.575**	.441**
	Sig. (2-tailed)	.190	.000	.088	.000	.000
	N	59	59	59	59	59
Q11	Pearson Correlation	.431**	.196	.477**	.196	.598**
	Sig. (2-tailed)	.001	.137	.000	.137	.000
	N	59	59	59	59	59
Q12	Pearson Correlation	-.120	.459**	.052	.459**	.448**
	Sig. (2-tailed)	.367	.000	.695	.000	.000
	N	59	59	59	59	59
Q13	Pearson Correlation	.281*	-.059	.206	-.059	.403**
	Sig. (2-tailed)	.031	.655	.117	.655	.002
	N	59	59	59	59	59
Q14	Pearson Correlation	.772**	.150	.698**	.150	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.255	.000	.255	.000
	N	59	59	59	59	59
Q15	Pearson Correlation	.564**	.095	.352**	.095	.426**
	Sig. (2-tailed)	.000	.476	.006	.476	.001
	N	59	59	59	59	59
Q16	Pearson Correlation	.157	.368**	.022	.368**	.385**
	Sig. (2-tailed)	.234	.004	.866	.004	.003
	N	59	59	59	59	59
Q17	Pearson Correlation	1	.198	.573**	.198	.544**
	Sig. (2-tailed)		.134	.000	.134	.000
	N	59	59	59	59	59
Q18	Pearson Correlation	.198	1	.198	1.000**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.134		.133	.000	.000
	N	59	59	59	59	59
Q19	Pearson Correlation	.573**	.198	1	.198	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.133		.133	.000
	N	59	59	59	59	59
Q20	Pearson Correlation	.198	1.000**	.198	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.134	.000	.133		.000

	N	59	59	59	59	59
Variabel	Pearson Correlation	.544**	.648**	.678**	.648**	1
XY	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	59	59	59	59	59

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

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

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	59	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	59	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	20

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Iklim komunikasi organisasi	59	26	35	30.44	2.673
Komitmen organisasi	59	18	40	29.83	4.048
Valid N (listwise)	59				

## Descriptive Statistics

	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Iklim komunikasi organisasi	.012	.311	-.964	.613
Komitmen organisasi	-.160	.311	.878	.613

### Correlations

		Iklim komunikasi organisasi	Komitmen organisasi
Iklim komunikasi organisasi	Pearson Correlation	1	.507**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	59	59
Komitmen organisasi	Pearson Correlation	.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	59	59

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

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Iklim komunikasi organisasi <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Komitmen organisasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 <sup>a</sup>	.257	.244	3.519

a. Predictors: (Constant), Iklim komunikasi organisasi

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.566	1	244.566	19.753	.000 <sup>a</sup>
	Residual	705.739	57	12.381		
	Total	950.305	58			

a. Predictors: (Constant), Iklim komunikasi organisasi

b. Dependent Variable: Komitmen organisasi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.449	5.281	
	Iklim komunikasi organisasi	.768	.173	.507

a. Dependent Variable: Komitmen organisasi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model			
		t	Sig.
1	(Constant)	1.221	.227
	Iklim komunikasi organisasi	4.444	.000

a. Dependent Variable: Komitmen organisasi

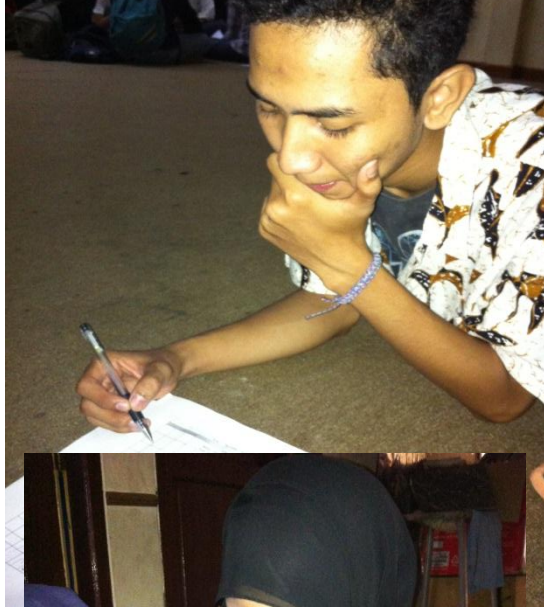


## Lampiran 4

Tabel r Product Moment  
Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

**Lampiran 5**  
**Dokumentasi**





## Lampiran 6

### Distribusi skor nilai variabel X dan Y

X		Y		Xy	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
Q1	167	Q11	186	31062	27889	34596
Q2	174	Q12	167	29058	30276	27889
Q3	172	Q13	180	30960	29584	32400
Q4	205	Q14	182	37310	42025	33124
Q5	172	Q15	172	29584	29584	29584
Q6	199	Q16	171	34029	39601	29241
Q7	180	Q17	182	32760	32400	33124
Q8	169	Q18	173	29237	28561	29929
Q9	175	Q19	174	30450	30625	30276
Q10	183	Q20	173	31659	33489	29929
	$\Sigma x = 1796$		$\Sigma y = 1760$	$\Sigma xy = 316109$	$\Sigma x^2 = 324034$	$\Sigma y^2 = 310092$