

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Kunci utama dalam kelangsungan sebuah organisasi yaitu komunikasi. Komunikasi yang terbentuk dalam organisasi berguna untuk menciptakan suatu hubungan hierarki dalam lingkungan organisasi, sehingga dibutuhkan komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan penafsiran pesan di tiap unit komunikasi pada hierarki organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 31)

Menurut Wayne Pace dan Don F. Faules yang menjadi fokus utama dalam berlangsungnya komunikasi organisasi adalah anggota-anggota dalam komunikasi organisasi. Hal tersebut karena anggota organisasi yang melaksanakan proses penciptaan dan penafsiran pesan dalam rangka membentuk saling pengertian atau *mutual understanding* sehingga dapat meminimalisir terjadinya *miscommunication* (Pace & Faules, 2015, hal. 32).

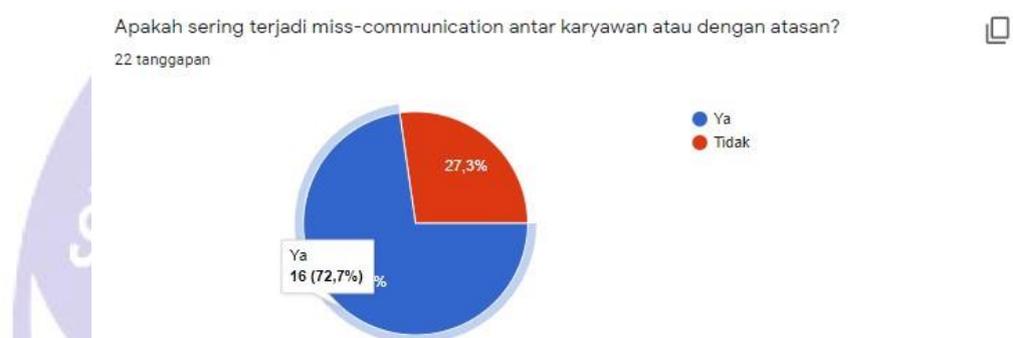
Berlangsungnya komunikasi pada anggota organisasi dibagi dalam beberapa jenis aliran komunikasi organisasi, yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal ialah komunikasi yang berlangsung dari atasan kepada bawahan dan begitu pula sebaliknya sedangkan komunikasi horizontal ialah komunikasi yang berlangsung di antara anggota organisasi yang menduduki posisi yang sederajat (Pace & Faules, 2015, hal. 195).

Selain itu, terdapat salah satu faktor yang berdampak dalam jalannya komunikasi organisasi pada anggota organisasi, yaitu kepuasan komunikasi. Anggota organisasi perlu untuk merasakan kepuasan komunikasi yang berlangsung karena kepuasan komunikasi dianggap sebagai evaluasi terhadap keadaan internal afektif sekaligus reaksi afektif yang diharapkan anggota organisasi atas komunikasi yang berlangsung dalam organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 163-164).

Kepuasan komunikasi organisasi yang dialami oleh perusahaan tersebut juga menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh PT Solusi Desain Bangsa. Peneliti telah melakukan pra-riset dengan melakukan wawancara dengan Heralisa selaku *Human Resource* dari PT Solusi Desain Bangsa, menurut Heralisa kepuasan komunikasi yang berlangsung berhubungan dengan kinerja karyawan, ketika karyawan tidak memahami informasi yang berlangsung sehingga tidak puas dengan komunikasi maka akan menghambat pekerjaan 1 hingga 2 divisi yang berhubungan (Heralisa, Penggunaan Media Komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa, 2021). Maka dari itu, kepuasan komunikasi pada komunikasi organisasi dianggap berpengaruh pada jalannya komunikasi pada sebuah organisasi. Pada penelitian ini, kepuasan komunikasi pada organisasi yang akan diukur pada PT Solusi Desain Bangsa.

Down & Hazen dalam Jani (2015) definisi konsep kepuasan komunikasi ialah kepuasan pada tiap individu dalam berbagai aspek komunikasi dalam organisasi (Yantara, 2015). Pada penelitian ini aspek

yang akan menjadi fokus yaitu penggunaan media komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa. Hal tersebut diperkuat dengan pra-riset yang telah peneliti lakukan pada tanggal 7 November 2020, dengan total 22 responden yang merupakan karyawan PT Solusi Desain Bangsa mengatakan bahwa 9 responden merasa kurang puas dan 2 responden tidak puas sedangkan 10 responden puas dan 1 responden sangat puas dengan komunikasi yang berlangsung di PT Solusi Desain Bangsa.



**GAMBAR 1.1**

### **Hasil Pra-riset Peneliti Mengenai *Miscommunication***

*Sumber: pra-riset peneliti*

Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan peneliti bahwa 16 dari total 22 responden yang merupakan karyawan PT Solusi Desain Bangsa sering mengalami *miscommunication* antar anggota organisasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Pace dan Faules bahwa tantangan terbesar dalam komunikasi organisasi yaitu pendistribusian informasi ke seluruh anggota organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 170). Maka, dapat disimpulkan bahwa tantangan terbesar yang dihadapi PT Solusi Desain Bangsa yaitu

pendistribusian informasi pada seluruh anggota tidak berjalan dengan baik sehingga mengakibatkan *miscommunication*.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung untuk mencari data bentuk *miscommunication* yang terjadi seperti contohnya pada media komunikasi *Trello*, salah satu karyawan Muhammad Aulia Zaidan yang telah bekerja 2 tahun mengatakan bahwa ketika berkomunikasi menggunakan media tersebut sering tidak ada penjelasan tertulis dari tugas yang diberikan (Zaidan, 2021).



**GAMBAR 1.2**

### **Bentuk *Miscommunication* Responden Zaidan**

*Sumber: Wawancara peneliti dengan karyawan PT Solusi Desain*

*Bangsa*

Selain itu, *miscommunication* dari media komunikasi *Whatsapp* juga dialami karyawan PT Solusi Desain Bangsa, salah satunya Riska Isnaini selaku *Quality Control* dari Divisi IT yaitu terjadi kesalahpahaman pada topik *job-desc* pada sebuah sistem yang sedang dikerjakan (Isnaini, 2021).



**GAMBAR 1.3**

### **Bentuk *Miscommunication* Responden Riska**

*Sumber: Wawancara peneliti dengan karyawan PT Solusi Desain Bangsa*

Namun pada media komunikasi *Slack*, terdapat juga karyawan yang tidak memahami topik pembahasan pada media tersebut, salah satunya Arini Kusuma Jati selaku *Copy Writer* dari Divisi *Marketing*, karena intensitas penggunaan media tersebut rendah jika dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, sehingga menurut Arini kadang merasa kesulitan untuk memahami komunikasi yang sedang berlangsung pada media *Slack* (Kusuma, 2021).

*Miscommunication* yang sering terjadi di PT Solusi Desain Bangsa seperti kesalahpahaman terhadap sebuah tugas yang diberikan karena berdasarkan hasil wawancara, karyawan menunjukkan kurang detailnya informasi yang disampaikan ketika berkomunikasi menggunakan media

komunikasi tersebut dan juga terjadi beda pemahaman yang dari informasi yang disampaikan.

Organisasi perlu untuk menentukan media komunikasi yang digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan informasi sehingga terciptanya efisiensi dan efektivitas kerja yang maksimal (Batubara, 2011, hal. 1). Maka, dapat diasumsikan komunikasi organisasi akan berjalan efektif ketika individu dalam organisasi puas terhadap komunikasi yang berlangsung, komunikasi yang berlangsung menggunakan perantara yaitu media komunikasi. Penciptaan dan penafsiran informasi merupakan salah satu bentuk proses dari pendistribusian informasi anggota organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 170). Pendistribusian informasi ke seluruh anggota organisasi berlangsung dengan penggunaan media yang dipilih oleh PT Solusi Desain Bangsa. Peneliti menemukan terdapat 4 media komunikasi yang digunakan oleh PT Solusi Desain Bangsa, yaitu *Whatsapp*, *Slack*, *Trello* dan *Google Meet*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan HRD dari PT Solusi Desain Bangsa, hal tersebut juga didasari oleh perusahaan berbasis teknologi yang menuntut untuk selalu *update* mengenai *project* yang dikerjakan. Selain itu juga kondisi atasan dari PT Solusi Desain Bangsa tidak setiap saat dapat mengikuti *meeting* sehingga penggunaan *Google Meet* menjadi media komunikasi yang cukup tinggi intensitasnya (Heralisa, Penggunaan Media Komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa, 2021).

Berdasarkan paparan masalah komunikasi organisasi di PT Solusi Desain Bangsa, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "KEPUASAN KOMUNIKASI ORGANISASI BERDASARKAN PENGGUNAAN MEDIA DI PT SOLUSI DESAIN BANGSA" untuk meninjau kepuasan komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa melalui penggunaan media komunikasi.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian milik Jani Lay Yantara yang merupakan mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya dengan judul "Analisis Faktor Kepuasan Komunikasi Organisasi di Apartemen Metropolis Surabaya" yang lebih memfokuskan pada hal-hal yang memengaruhi kepuasan komunikasi organisasi (Yantara, 2015). Namun, modifikasi yang dilakukan peneliti pada penelitian ini berupa batasan antara kepuasan komunikasi dengan penggunaan media di PT Solusi Desain Bangsa.

## **2. Rumusan Masalah**

Bagaimana kepuasan komunikasi organisasi berdasarkan penggunaan media di PT Solusi Desain Bangsa ?

## **3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan komunikasi organisasi berdasarkan penggunaan media di PT Solusi Desain Bangsa.

#### 4. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi organisasi mengenai kepuasan komunikasi organisasi berdasarkan penggunaan media komunikasi.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi sekaligus evaluasi bagi PT Solusi Desain Bangsa mengenai kepuasan komunikasi yang dialami anggota organisasi berdasarkan penggunaan media komunikasi.

#### 5. Kerangka Teori

##### 1. Komunikasi Organisasi

Organisasi membutuhkan komunikasi untuk keberlangsungan jalannya organisasi. Keberlangsungan tersebut merupakan tujuan utama komunikasi organisasi yaitu untuk mencapai tujuan manajemen atau tujuan perusahaan (Pace & Faules, 2015, hal. 24). Tanpa adanya komunikasi yang terjadi maka tidak akan berlangsung proses penafsiran atau pemahaman pesan yang dilakukan oleh anggota organisasi. Hal tersebut didasarkan pada sebuah organisasi akan terlibat komunikasi sebagai bentuk proses penafsiran pertunjukan pesan yang melibatkan objek pesan, peristiwa yang sedang terjadi dan proses secara mental memahami

anggota ketika komunikasi berlangsung (Pace & Faules, 2015, hal. 28).

Dasarnya definisi komunikasi organisasi ialah proses penciptaan dan penafsiran pesan di tiap unit komunikasi pada hierarki organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 31). Proses penciptaan pesan juga dapat diasumsikan sebagai pertunjukan pesan sedangkan penafsiran pesan sebagai penafsiran dari pertunjukan pesan yang dilakukan pada organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 26). Menurut *Random House Dictionary of the English Language* (1987) secara harafiah pertunjukan atau “*to-display*” merupakan cara untuk menunjukkan sesuatu agar menjadi perhatian yang dapat dipahami secara detail (Pace & Faules, 2015, hal. 27). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pertunjukan pesan yang terjadi merupakan perilaku yang dilakukan anggota organisasi untuk menyampaikan pesan agar terciptanya proses penciptaan dan penafsiran pesan pada organisasi.

Pertukaran pesan di tiap unit komunikasi pada hierarki organisasi tersebut membentuk hubungan antar anggota organisasi. Maka dari itu, anggota organisasi merupakan fokus utama ketika berlangsungnya komunikasi organisasi. Hal tersebut di dasarkan pada anggota organisasi yang melaksanakan proses pertukaran pesan dalam membentuk *mutual understanding* sehingga dapat

meminimalisir terjadinya *miscommunication* (Pace & Faules, 2015, hal. 32).

Berlangsungnya komunikasi pada anggota organisasi tersebut dibagi dalam 2 jenis aliran komunikasi organisasi, yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal terbentuk melalui dua jenis aliran komunikasi, yaitu komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah. Pada komunikasi ke atas terjadi komunikasi yang berlangsung dari anggota organisasi yang memiliki jabatan rendah ke jabatan yang lebih tinggi. Terdapat 4 jenis informasi yang dapat terjadi pada komunikasi ke atas, yaitu (Pace & Faules, 2015, hal. 190):

1. Informasi mengenai detail pekerjaan, prestasi yang dicapai, dan *planning* organisasi
2. Informasi mengenai kendala pada sebuah *project*
3. Informasi mengenai saran, gagasan ataupun *feedback* pada tiap unit komunikasi
4. Informasi mengenai pengungkapan pikiran dan perasaan anggota mengenai hal-hal yang berhubungan dengan organisasi

Sedangkan komunikasi ke bawah merupakan Bergeraknya komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi dari anggota yang memiliki jabatan tinggi ke jabatan yang lebih rendah (Pace & Faules, 2015, hal. 184). Menurut Katz & Kahn (1966), terdapat 5 jenis

informasi yang dapat terjadi pada komunikasi ke bawah, yaitu (Pace & Faules, 2015, hal. 185):

1. Informasi mengenai cara kerja sebuah *project*
2. Informasi mengenai pokok pikiran pada sebuah *project*
3. Informasi mengenai kebijakan pada organisasi
4. Informasi mengenai pekerjaan anggota organisasi
5. informasi mengenai *sense of mission* anggota organisasi.

Maka dari itu, komunikasi vertikal ialah komunikasi yang berlangsung dari atasan kepada bawahan dan juga komunikasi dari bawahan kepada atasan pada sebuah organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 195).

Sedangkan komunikasi horizontal ialah komunikasi yang berlangsung di antara anggota organisasi yang menduduki posisi yang sederajat, dalam artian komunikasi yang terjadi diantara sesama karyawan ataupun di antara *leader* pada tiap divisi (Pace & Faules, 2015, hal. 195).

Pada aliran komunikasi yang berlangsung, terdapat saluran komunikasi pada sebuah organisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada anggota organisasi lainnya. Terdapat dua saluran komunikasi yang dapat digunakan pada sebuah organisasi untuk berkomunikasi, yaitu *interpersonal channels* yang merupakan saluran komunikasi dengan bertatap

muka dan *mediated channels* yang merupakan saluran komunikasi dengan menggunakan media massa atau teknologi (Lewis, 2018). Menurut Fidler dan Johnson (1984) mengatakan bahwa *interpersonal channels* dianggap lebih cocok untuk memenuhi kebutuhan informasi anggota secara personal dalam mengatasi pergerakan informasi yang terus menerus akan tetapi *mediated channels* juga dianggap lebih efektif dalam memberikan informasi umum kepada anggota organisasi (Lewis, 2018). Melalui dua saluran komunikasi tersebut terdapat jenis pesan yang disampaikan berbeda pula, *interpersonal channels* menyalurkan jenis pesan dengan berkomunikasi secara langsung sedangkan *mediated channels* menyalurkan jenis pesan seperti foto, video, pesan yang dikirim melalui media dengan basis teknologi internet. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan penggunaan jenis media komunikasi atau saluran komunikasi akan juga terdapat bentuk jenis pesan yang disampaikan sehingga akan memengaruhi kepuasan sebuah komunikasi yang berlangsung pada anggota organisasi.

## 2. ***Communication Satisfaction***

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang berlangsung pada sebuah organisasi dengan memperhatikan proses pertukaran pesan di tiap unit komunikasi pada hierarki organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 31). Ketika anggota organisasi

melakukan komunikasi organisasi maka akan terjadi proses penciptaan dan penafsiran pesan dalam rangka membentuk saling pengertian atau *mutual understanding* sehingga dapat meminimalisir terjadinya *miscommunication* (Pace & Faules, 2015, hal. 32).

Hal tersebut didukung pula dengan pernyataan bahwa salah satu faktor yang memiliki pengaruh dalam berjalannya komunikasi organisasi pada anggota yaitu kepuasan komunikasi. Kepuasan komunikasi yang dirasakan anggota organisasi dianggap sebagai bentuk evaluasi atas kinerja dan keberlangsungan komunikasi pada organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 163-164). Maka dari itu, dalam penelitian ini akan menggunakan dasar pendekatan *Communication Satisfaction* menurut Down & Hazen (1977) dalam mengukur identitas perusahaan dari segi instrumen komunikasi untuk mengukur kepuasan komunikasi yang berlangsung pada organisasi.

Pengukuran identitas perusahaan atau *measuring the identity mix* dibagi menjadi 3 instrumen, yaitu perilaku, komunikasi dan simbol (Van Riel & Fombrun, 2007, hal. 92). Dalam penelitian ini akan lebih memfokuskan pada pengukuran identitas perusahaan dari segi instrumen komunikasi. Hal tersebut karena anggota organisasi dianggap tidak selalu puas dengan komunikasi yang berlangsung sehingga perlu adanya pengukuran kepuasan komunikasi organisasi (Van Riel & Fombrun, 2007, hal. 99-100).

Pengukuran identitas perusahaan dari instrumen komunikasi akan menggunakan dasar pendekatan *Communication Satisfaction* menurut Down dan Hazen bertujuan untuk mengukur kepuasan karyawan atau anggota dalam sebuah perusahaan atau organisasi dengan instrumen yang terdiri atas delapan variabel (Van Riel & Fombrun, 2007, hal. 99-100) dan juga menggunakan delapan dimensi kepuasan komunikasi menurut Pace dan Faules (Pace & Faules, 2015, hal. 163) dengan range skala 10 pengukuran.

Pada dasar pendekatan *Communication Satisfaction* menurut Down dan Hazen, yaitu (Van Riel & Fombrun, 2007, hal. 99-100):

1. Iklim Komunikasi

Iklim organisasi memfokuskan pada keadaan komunikasi yang berlangsung pada organisasi yang juga dapat memicu motivasi anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Komunikasi Pengawasan

Komunikasi yang dilakukan oleh atasan kepada bawahan ketika mengerjakan *project*. Dalam komunikasi pengawasan dapat berupa gagasan atau ide serta solusi ketika terdapat masalah.

3. Integrasi Organisasi

Meliputi keadaan anggota organisasi dapat menerima dan memahami informasi mengenai lingkungan

organisasi. Informasi organisasi salah satunya mencakup kebijakan atau SOP, sanksi, *job-desc* anggota organisasi serta hal-hal yang terjadi di dalam organisasi.

#### 4. Kualitas Media

Mengacu pada pemanfaatan media komunikasi yang digunakan di organisasi sebagai alat untuk menyebarkan informasi atau mengagendakan rapat atau *project*.

#### 5. Komunikasi Rekan Kerja

Komunikasi yang berlangsung antar rekan kerja atau komunikasi secara horizontal. Faktor komunikasi rekan kerja ini juga mencakup kepuasan serta keaktifan komunikasi yang berlangsung antar anggota organisasi.

#### 6. Informasi Organisasi

Berkaitan dengan informasi yang ada di dalam organisasi secara menyeluruh termasuk aliran dana. Faktor ini mencakup kepuasan anggota organisasi pada informasi yang diberikan organisasi mengenai hal-hal mendasar seperti visi, misi, kebijakan hingga transparansi keuangan.

#### 7. Umpan Balik Individu

Kadaan setiap anggota mengetahui evaluasi diri sehingga harapannya akan dapat memahami serta meningkatkan kinerja anggota organisasi.

## 8. Komunikasi Vertikal

Komunikasi yang berlangsung antara atasan dengan bawahan dalam organisasi. Kepuasan dalam komunikasi vertikal akan tercapai ketika atasan dengan bawahan dapat bertukar informasi secara jelas.

Sedangkan delapan dimensi kepuasan komunikasi menurut Pace dan Faules, yaitu (Pace & Faules, 2015, hal. 163):

1. Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan  
Seluruh pertukaran informasi yang berkaitan dengan pekerjaan pada sebuah organisasi.
2. Kecukupan informasi  
Detailnya informasi yang dikomunikasikan oleh seluruh anggota organisasi.
3. Kemampuan untuk menyarankan perbaikan  
Keadaan ketika tiap anggota organisasi dapat memberikan evaluasi atas pekerjaan atau *job-desc*.
4. Efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah  
Alur praktis yang digunakan para kepala divisi untuk melakukan komunikasi secara vertikal atau komunikasi kebawah dari atasan kepada bawahan.
5. Kualitas Media

Mengacu pada pemanfaatan media komunikasi yang digunakan di organisasi sebagai alat untuk menyebarkan informasi atau mengagendakan rapat atau *project*.

6. Cara sejawat berkomunikasi

Keadaan anggota organisasi berkomunikasi atau juga komunikasi horizontal yang berlangsung ketika mengerjakan *project* ataupun ikut memberikan opini mengenai topik yang sedang didiskusikan

7. Informasi tentang organisasi secara menyeluruh

Seluruh informasi yang bersangkutan dengan organisasi yang berkaitan juga tentang hal-hal mendasar seperti visi, misi, kebijakan hingga transparansi keuangan.

8. Integrasi Organisasi

Meliputi keadaan anggota organisasi dapat menerima dan memahami informasi mengenai lingkungan organisasi. Informasi organisasi salah satunya mencakup kebijakan atau SOP, sanksi, *job-desc* anggota organisasi serta hal-hal yang terjadi di dalam organisasi.

Berdasarkan paparan penjelasan tersebut, dalam penelitian ini akan menggunakan *Communication Satisfaction* menurut Down & Hazen (1977) dan dimensi kepuasan komunikasi menurut Pace & Faules (2015) sebagai dasar pendekatan untuk mengukur kepuasan

komunikasi organisasi di PT Solusi Desain Bangsa berdasarkan penggunaan media komunikasi.

Menurut Pincus (1986), kepuasan komunikasi memberikan andil pada kepuasan kinerja anggota organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 165). Hal tersebut berbanding lurus dengan dasar konsep kepuasan yang berhubungan dengan kenyamanan atau rasa nyaman, namun dalam konteks komunikasi yaitu rasa nyaman terhadap pesan, media dan hal-hal yang berhubungan dengan organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 165). Penggunaan media yang sesuai pada organisasi memberikan dampak dalam kepuasan kinerja, ketika media komunikasi yang telah ditentukan oleh organisasi tepat maka akan mewujudkan kepuasan kinerja karyawan yang mana kepuasan komunikasi memiliki peran dalam proses kinerja anggota organisasi.

### **3. Penggunaan Media Komunikasi**

Pada proses pertukaran pesan pada komunikasi organisasi, menurut Pace dan Faules terdapat tantangan terbesar dalam komunikasi organisasi yaitu pendistribusian informasi ke seluruh anggota organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 170). Maka dari itu, organisasi perlu untuk menentukan media yang tepat bagi anggota organisasi melakukan pendistribusian informasi ke seluruh anggota organisasi karena akan berpengaruh pada kinerja yang berhubungan dengan tujuan organisasi. Maka dari itu, organisasi perlu untuk menentukan media komunikasi yang digunakan sebagai alat untuk

mengkomunikasikan informasi sehingga terciptanya efisiensi dan efektivitas kerja yang maksimal (Batubara, 2011, hal. 1). Ketika terciptanya efisiensi dan efektivitas kerja yang maksimal, maka akan juga menciptakan kepuasan komunikasi yang tujuan organisasi.

Hal tersebut sesuai dengan pemahaman komunikasi organisasi ialah penciptaan dan penafsiran informasi sebagai bentuk proses dari pendistribusian informasi anggota organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 170). Bentuk pendistribusian informasi dalam konteks ini akan berlangsung ketika menggunakan media ketika komunikasi. Berasal dari bahasa latin, media yaitu medium yang secara harafiah sebagai penyalur atau perantara (Batubara, 2011, hal. 1). Dalam konteks penelitian ini, media atau medium yang dibahas ialah media komunikasi pada organisasi PT Solusi Desain Bangsa.

Guetzkow (1965) mengatakan bahwa terdapat tiga cara aliran informasi pada sebuah organisasi, yaitu serentak berurutan atau kombinasi dari dua aliran tersebut. Penyebaran pesan secara serentak merupakan pesan yang ingin disampaikan dari anggota organisasi atau pimpinan kepada lebih dari satu orang. Kemudian, penyebaran pesan secara berurutan merupakan pesan yang disampaikan kepada satu orang kemudian pesan tersebut disampaikan kepada individu lain, kecuali orang pertama atau sumber pesan dan begitu terus selanjutnya. Pada proses aliran informasi terdapat medium atau media komunikasi organisasi yang

digunakan, yaitu media tertulis salah satunya memo dan juga media lisan yaitu komunikasi yang dilakukan secara tatap-muka. Namun seiring berkembangnya teknologi, media lisan dapat digunakan secara *virtual* dengan dapat menghadirkan visual dan vokal tanpa harus bertatap muka (Pace & Faules, 2015, hal. 171-173).

Kekayaan sebuah medium atau media komunikasi organisasi dapat ditentukan berdasarkan: ketersediaan umpan balik yang dapat dilakukan secara cepat, kemampuan untuk menafsirkan informasi yang memiliki isyarat berganda seperti bahasa tubuh, nada suara dan lain dan penggunaan bahasa ilmiah ketika berkomunikasi untuk menyampaikan informasi yang rumit dan yang terakhir dapat menyertakan fokus pribadi seperti emosi ketika menyampaikan pesan agar harapannya informasi yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kondisi penerima (Pace & Faules, 2015, hal. 198).

Menurut Contractor dan Eisenberg (1990), sebuah media komunikasi organisasi ditentukan berdasarkan sifat-sifat pekerjaan anggota dalam organisasi. Selain itu, suatu media komunikasi organisasi dapat dipahami ketika memiliki kemampuan untuk (Pace & Faules, 2015, hal. 189):

1. Menafsirkan pesan kepada seorang komunikan yang pasif
2. Mengabaikan konteks-konteks lokal yang dapat menciptakan makna ketika berkomunikasi
3. Kejelasan dan keterbukaan memiliki porsi yang seimbang dengan keefektifan

Pada setiap media komunikasi yang dipilih organisasi memiliki kemampuan yang berbeda ketika informasi disampaikan kepada anggota organisasi. Pemilihan media komunikasi pada organisasi akan dianggap tepat ketika dapat mengatasi ekuivokalitas, keadaan yang merujuk pada pemahaman ganda terhadap sebuah informasi sehingga menimbulkan *miscommunication* yang berujung pada masalah pada sebuah organisasi. Ketika ekuivokalitas tinggi pada komunikasi yang berlangsung mengakibatkan pemahaman yang sama akan sulit untuk diperoleh (Pace & Faules, 2015, hal. 188).

Hal tersebut juga dipengaruhi oleh seiring dengan perubahan jaman, sebuah organisasi juga akan ikut mengikuti perkembangan tersebut, tidak terkecuali penggunaan media komunikasi yang ditentukan oleh sebuah organisasi. Perubahan tersebut masuk dalam difusi inovasi yang memiliki peran komunikasi dalam melakukan pendistribusian pesan komunikasi dalam beragam saluran media komunikasi yang mana seluruh anggota organisasi akan berusaha

untuk menyesuaikan penggunaan media komunikasi dengan pekerjaan yang dilakukan (Rogers, 1983).

Maka dari itu, dalam penelitian ini akan memfokuskan pada media komunikasi yang telah dipilih oleh PT Solusi Desain Bangsa yaitu, *Whatsapp, Slack, Trello, Google Meet* atau *Zoom*.

### 1. *Whatsapp*

Aplikasi untuk berkomunikasi secara digital seperti mengirim dan menerima berbagai media (teks, foto, video, dokumen, lokasi, pesan suara, panggilan suara dan panggilan video). Jan Koum dan Brian Acton mendirikan *Whatsapp* dan pada tahun 2014 telah bergabung dengan Facebook untuk meningkatkan pelayanan bertukar pesan di seluruh dunia (Whatsapp.com, 2021).

### 2. *Slack*

Aplikasi yang digunakan untuk berkolaborasi dengan suatu tim untuk melihat proses kinerja terhadap sebuah proyek seperti diskusi dan koordinasi. Penggunaan aplikasi *Slack* pada perusahaan ini umumnya untuk mengelompokkan karyawan berdasarkan divisi (Slack.com, 2021).

### 3. *Trello*

Aplikasi dengan keunggulan utama fitur detail *job-desc* pribadi dan *job-desc* divisi/tim pada sebuah proyek.

Aplikasi *Trello* ini membantu sebuah tim ataupun perseorangan sebagai bentuk manajemen terhadap sebuah proyek dengan memberikan details informasi pada tiap *job-desc* (Trello.com, 2021).

#### 4. *Google Meet*

*Google Meet* merupakan salah satu produk dari perusahaan *Google* yang merupakan layanan aplikasi komunikasi video (playstore.com, 2021).

## 6. Kerangka Konsep

Dasarnya komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran pesan yang meliputi penciptaan pesan dan penafsiran pesan di tiap unit komunikasi pada hierarki organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 31). Proses tersebut dilakukan untuk mewujudkan keberlangsungan jalannya organisasi yaitu untuk mencapai tujuan manajemen atau tujuan perusahaan tersebut (Pace & Faules, 2015, hal. 24). Kegiatan komunikasi organisasi tersebut dilakukan oleh anggota organisasi dalam membentuk hubungan antar anggota organisasi di tiap unit komunikasi pada hierarki organisasi yang telah ditentukan. Maka, anggota organisasi merupakan pelaku utama dalam melakukan kegiatan komunikasi organisasi yang melaksanakan proses pertukaran pesan dalam membentuk *mutual understanding* sehingga dapat meminimalisir terjadinya *miscommunication* (Pace & Faules, 2015, hal. 32). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi

pelaku dalam komunikasi organisasi sekaligus responden yaitu anggota PT Solusi Desain Bangsa dengan total jumlah 31 anggota.

Berlangsungnya komunikasi pada anggota organisasi tersebut dibagi dalam 2 jenis aliran komunikasi organisasi, yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal (Pace & Faules, 2015, hal. 195). Dalam penelitian ini, komunikasi vertikal terjadi antara atasan di PT Solusi Desain Bangsa seperti *Leader* tiap divisi dan CEO dengan anggota organisasi sedangkan komunikasi horizontal ialah komunikasi yang terjadi antar anggota organisasi PT Solusi Desain Bangsa yang memiliki jabatan atau posisi sederajat. Maka dari itu, komunikasi organisasi yang dimaksud ialah proses penciptaan dan penafsiran pesan di tiap anggota organisasi pada tiap divisi dan jabatan yang berlaku sebagai hierarki di organisasi PT Solusi Desain Bangsa baik secara komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal.

Ketika berlangsungnya komunikasi pada dua aliran komunikasi tersebut, terdapat saluran komunikasi atau media komunikasi yang digunakan pada sebuah organisasi, yaitu *interpersonal channels* yang merupakan saluran komunikasi antar anggota dengan berkomunikasi secara tatap muka sedangkan *mediated channels* yang merupakan saluran komunikasi antara anggota dengan menggunakan media massa atau teknologi dalam berkomunikasi (Lewis, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti akan mengulik *mediated channels* yang digunakan PT Solusi Desain Bangsa, seperti media komunikasi *Whatsapp*, *Trello*, *Slack* dan *Google Meet*.

Berlangsungnya komunikasi organisasi yang dilakukan oleh anggota organisasi dipengaruhi salah satu faktor dalam membentuk evaluasi atas kinerja dan keberlangsungan komunikasi pada organisasi ialah kepuasan komunikasi (Pace & Faules, 2015, hal. 163-164). Hal tersebut juga dirasakan oleh HR dari PT Solusi Desain Bangsa bahwa kepuasan komunikasi yang berlangsung pada organisasi akan berhubungan dengan kinerja karyawan, ketika karyawan tidak memahami informasi tersebut mengakibatkan tidak adanya kepuasan komunikasi yang juga menghambat pekerjaan divisi yang berhubungan (Heralisa, Penggunaan Media Komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa, 2021). Maka dapat disimpulkan bahwa, kepuasan komunikasi menjadi hal yang diperhatikan oleh PT Solusi Desain Bangsa dalam menjalankan komunikasi organisasi.

Dasarnya konsep kepuasan ialah hal yang berhubungan dengan kenyamanan atau rasa nyaman, namun dalam konteks komunikasi yaitu rasa nyaman terhadap pesan, media dan hal-hal yang berhubungan dengan organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 165). Konsep kepuasan komunikasi menurut Redding yaitu menunjukkan kepuasan komunikasi yang dirasakan tiap anggota organisasi mengenai komunikasi yang berlangsung di organisasi secara menyeluruh (Pace & Faules, 2015, hal. 164). Dalam konteks ini, kepuasan komunikasi dianggap sebagai hal yang perlu anggota organisasi rasakan karena sebagai evaluasi pribadi terhadap keadaan internal afektif sekaligus reaksi afektif atas komunikasi yang berlangsung dalam organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 163-164).

Meskipun kepuasan komunikasi yang dirasakan pada organisasi dianggap secara menyeluruh, namun tetap kepuasan komunikasi menggambarkan evaluasi pribadi pada organisasi. Kepuasan komunikasi yang menyeluruh pada organisasi sering dianggap berhimpitan dengan iklim pada organisasi, namun kenyataannya kepuasan komunikasi cenderung menjadi hal pendukung dari iklim organisasi dan lebih memfokuskan pada individu pada organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 164).

Maka dari itu, dalam penelitian ini, peneliti juga akan menggunakan dimensi kepuasan komunikasi menurut Pace & Faules sebagai salah satu dasar penelitian dengan total delapan dimensi kepuasan komunikasi, yaitu:

1. Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan

Seluruh informasi yang berhubungan dengan pekerjaan pada media yang digunakan di PT Solusi Desain Bangsa.

2. Kecukupan informasi

Detailnya informasi yang disampaikan melalui media yang digunakan di PT Solusi Desain Bangsa.

3. Kemampuan untuk menyarankan perbaikan

Keadaan ketika tiap anggota organisasi dapat memberikan evaluasi atas pekerjaan atau *job-desc* yang dilakukan melalui media komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa.

4. Efisiensi berbagai saluran komunikasi ke bawah

Alur praktis yang digunakan para kepala divisi untuk melakukan komunikasi secara vertikal atau komunikasi kebawah dari atasan kepada bawahan.

5. Kualitas Media

Pemaksimalan penggunaan media komunikasi yang ditetapkan PT Solusi Desain Bangsa untuk melakukan komunikasi organisasi dalam mengerjakan *project*, menyebarkan informasi dan mengagendakan rapat.

6. Cara sejawat berkomunikasi

Komunikasi horizontal yang berlangsung ketika mengerjakan *project* ataupun ikut memberikan opini mengenai topik yang sedang didiskusikan.

7. Informasi tentang organisasi secara menyeluruh

Seluruh informasi yang bersangkutan dengan organisasi PT Solusi Desain Bangsa.

8. Integrasi Organisasi

Meliputi keadaan anggota organisasi PT Solusi Desain Bangsa dapat menerima dan memahami informasi mengenai lingkungan organisasi. Informasi organisasi salah satunya mencakup kebijakan atau SOP, sanksi, *job-desc* anggota organisasi serta hal-hal yang terjadi di dalam organisasi.

Selain itu, menurut Down dalam buku Startegi Meningkatkan Kinerja Perusahaan oleh Pace dan Faules, penelitian mengenai kepuasan

komunikasi dianggap menjadi dasar yang berguna, fleksibel dan efisien untuk mengulik komunikasi organisasi yang terjadi (Pace & Faules, 2015, hal. 164). Hal tersebut akan mewujudkan kepuasan komunikasi ketika sebuah informasi yang disampaikan sesuai dan dapat dipahami oleh penerima pesan. Namun, ketika tidak terwujudnya kepuasan komunikasi tersebut dan menimbulkan *miscommunication* sehingga akan berpengaruh pula pada kepuasan kerja pada organisasi. Pada penelitian ini pengukuran kepuasan komunikasi juga menggunakan dasar pendekatan *Communication Satisfaction* menurut Down & Hazen (1977) dalam mengukur identitas perusahaan dari segi instrumen komunikasi untuk mengukur kepuasan komunikasi yang berlangsung pada organisasi dengan menggunakan delapan variabel yaitu: (Van Riel & Fombrun, 2007, hal. 99-100)

1. **Klim Komunikasi**

Keadaan komunikasi yang berlangsung pada PT Solusi Desain Bangsa dengan tujuan untuk memotivasi anggota organisasi mencapai tujuan organisasi.

2. **Komunikasi Pengawasan**

Komunikasi vertikal dengan sifat pengawasan yang dilakukan atasan kepada bawahan ketika mengerjakan suatu *project*.

3. **Integrasi Organisasi**

Meliputi keadaan anggota organisasi dapat menerima dan memahami informasi mengenai lingkungan organisasi, seperti mencakup kebijakan atau SOP, sanksi, *job-desc* anggota

organisasi serta hal-hal yang terjadi di dalam PT Solusi Desain Bangsa.

#### 4. Kualitas Media

Pemaksimalan penggunaan media komunikasi yang ditetapkan PT Solusi Desain Bangsa untuk melakukan komunikasi organisasi dalam mengerjakan *project*, menyebarkan informasi dan mengagendakan rapat.

#### 5. Komunikasi Rekan Kerja

Komunikasi horizontal yang berlangsung ketika mengerjakan *project* ataupun ikut memberikan opini mengenai topik yang sedang didiskusikan.

#### 6. Informasi Organisasi

Berkaitan dengan informasi dalam organisasi PT Solusi Desain Bangsa secara menyeluruh termasuk salah satunya aliran dana dan hal-hal mendasar seperti visi, misi, kebijakan dan transparansi keuangan.

#### 7. Umpan Balik Individu

Kondisi tiap anggota PT Solusi Desain Bangsa mengetahui evaluasi selama melakukan tanggung jawab dan *job-desc* yang diberikan pada sebuah *project*.

#### 8. Komunikasi Vertikal

Kepuasan komunikasi vertikal yang dilakukan antara atasan dengan bawahan di PT Solusi Desain Bangsa berupa pertukaran informasi yang jelas dan mendetail.

Namun, dalam penelitian ini yang memiliki batasan kepuasan komunikasi organisasi pada penggunaan media, maka peneliti hanya menggunakan enam variabel yang ditentukan berhubungan dengan penggunaan media komunikasi pada organisasi dari dasar pendekatan *Communication Saisfaction* menurut Down & Hazen (1977) dan 1 dimensi kepuasan komunikasi menurut Pace & Faules (2015), yaitu:

#### 1. Iklim Komunikasi

Keadaan komunikasi yang berlangsung pada PT Solusi Desain Bangsa dengan tujuan untuk memotivasi anggota organisasi mencapai tujuan organisasi dengan menggunakan dimensi iklim komunikasi menurut Pace & Faules, yaitu (Pace & Faules, 2015, hal. 163):

##### a. Kepercayaan

Sikap saling percaya antar anggota dalam organisasi ataupun tiap divisi PT Solusi Desain Bangsa ketika berkomunikasi menggunakan media komunikasi.

##### b. Pembuatan keputusan yang partisipatif

Pembuatan keputusan yang partisipatif seluruh anggota organisasi yang terlibat dalam *project* ataupun pekerjaan tersebut.

c. Kejujuran

Sikap jujur dalam setiap komunikasi yang berlangsung pada media komunikasi di PT Solusi Desain Bangsa.

d. Keterbukaan dalam komunikasi

Sikap saling terbuka ketika berkomunikasi dengan anggota organisasi PT Solusi Desain Bangsa.

e. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas

Anggota organisasi PT Solusi Desain Bangsa memahami dengan mendengarkan dan memperhatikan komunikasi yang terjadi dari bawahan ke atasan.

f. Memikirkan tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Tiap anggota PT Solusi Desain Bangsa sikap visioner untuk menggapai tujuan perusahaan dengan memaksimalkan pekerjaan yang dilakukan.

2. Komunikasi Pengawasan

Komunikasi vertikal dengan sifat pengawasan yang dilakukan atasan kepada bawahan ketika mengerjakan suatu *project*.

3. Kualitas Media

Pemaksimalan penggunaan media komunikasi yang ditetapkan PT Solusi Desain Bangsa untuk melakukan komunikasi organisasi dalam mengerjakan *project*, menyebarkan informasi dan mengagendakan rapat.

4. Komunikasi Rekan Kerja

Komunikasi horizontal yang berlangsung ketika mengerjakan *project* ataupun ikut memberikan opini mengenai topik yang sedang didiskusikan.

#### 5. Umpan Balik Individu

Kondisi tiap anggota PT Solusi Desain Bangsa mengetahui evaluasi selama melakukan tanggung jawab dan *job-desc* yang diberikan pada sebuah *project*.

#### 6. Komunikasi Vertikal

Kepuasan komunikasi vertikal yang dilakukan antara atasan dengan bawahan di PT Solusi Desain Bangsa berupa pertukaran informasi yang jelas dan mendetail.

#### 7. Kecukupan Informasi

Detailnya informasi yang disampaikan melalui media yang digunakan di PT Solusi Desain Bangsa.

Peneliti menggabungkan dimensi dan variabel yang memiliki penjelasan yang sama serta menghilangkan variabel informasi organisasi & integrasi organisasi pada variabel *Communication Satisfaction* menurut Down & Hazen (1977). Selain itu, dimensi menurut Pace & Faules (2015) yaitu kecukupan informasi, integrasi organisasi dan informasi tentang organisasi secara keseluruhan juga dihilangkan karna dalam penelitian ini terdapat batasan pada penggunaan media komunikasi yang diasumsikan oleh peneliti tidak relevan dengan variabel dan dimensi tersebut yang lebih menjelaskan tentang kecukupan informasi dan integrasi organisasi secara

menyeluruh tanpa ada hubungannya dengan penggunaan media komunikasi.

Maka dari itu, pada penelitian yang dilakukan PT Solusi Desain Bangsa akan menelaah kepuasan komunikasi dengan penggabungan dasar pendekatan *Communication Satisfaction* menurut Down & Hazen (1977) dengan dimensi kepuasan komunikasi menurut Pace & Faules (2015) yaitu menggunakan tujuh variabel dengan batasan melalui penggunaan media komunikasi.

Batasan penggunaan media komunikasi tersebut ditentukan berdasarkan tantangan terbesar dalam keberlangsungan komunikasi organisasi ketika melakukan pendistribusian informasi ke seluruh anggota organisasi (Pace & Faules, 2015, hal. 170). Penentuan media yang tepat untuk mendukung jalannya komunikasi organisasi akan berhubungan pada kinerja dan tujuan dari organisasi tersebut (Batubara, 2011, hal. 1). Ketika media komunikasi ditentukan pada sebuah organisasi maka akan tercipta efektivitas dan efisiensi kerja yang maksimal sekaligus menciptakan kepuasan komunikasi organisasi.

Pada aliran informasi sebuah organisasi terdapat peran medium atau media komunikasi yang digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi, terdapat 2 jenis media organisasi yang dapat digunakan yaitu media tertulis dan media tatap muka (secara lisan dan secara daring). Penentuan media komunikasi juga dipengaruhi oleh perkembangan jaman yang

mengakibatkan organisasi melakukan difusi inovasi dalam konteks ini PT Solusi Desain Bangsa terus menyesuaikan penggunaan media komunikasi yang sesuai, sehingga perubahan dan penyesuaian penggunaan media komunikasi juga merupakan hal yang dirasakan anggota organisasi (Rogers, 1983). Pada konteks penelitian ini, penyesuaian dan penentuan penggunaan media komunikasi tersebut salah satunya ditentukan pada model bisnis PT Solusi Desain Bangsa dengan basis teknologi yang merupakan media komunikasi tatap muka (secara lisan dan daring). Peneliti juga akan mencari tahu dimulai dari kapan sebuah inovasi penggunaan media komunikasi pada organisasi tersebut ditentukan yang akan difokuskan pada media komunikasi yang telah dipilih oleh PT Solusi Desain Bangsa yaitu, *Whatsapp, Slack, Trello, Google Meet* atau *Zoom*.

1. *Whatsapp*

PT Solusi Desain Bangsa menggunakan *Whatsapp* sebagai salah satu media untuk berkomunikasi terutama ketika menginformasikan ataupun mendiskusikan hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan ketika tidak diadakan pertemuan.

2. *Slack*

PT Solusi Desain Bangsa menggunakan aplikasi *Slack* sebagai media berkomunikasi ketika terdapat proyek yang berhubungan dengan divisi IT.

3. *Trello*

PT Solusi Desain Bangsa menggunakan aplikasi *Trello* sebagai media komunikasi pada sebuah proyek yang dikerjakan pada tiap divisi. Komunikasi yang terjadi melalui aplikasi *Trello* dapat disampaikan secara mendetail dari segi informasi *job-desc* hingga *deadline* yang diberikan.

#### 4. *Google Meet*

PT Solusi Desain Bangsa menggunakan aplikasi *Google Meet* sebagai pilihan ketika mengadakan pertemuan secara *online*. Penggunaan media komunikasi ini akan semakin tinggi intensitasnya ketika *Work From Home* berlangsung ataupun ketika terdapat pertemuan mendadak di luar jam kerja.

## 7. DEFINISI OPERASIONAL

**TABEL 1. 1**

### **Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kepuasan Komunikasi	Iklim Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kepercayaan: Tiap anggota pada PT Solusi Desain Bangsa memiliki sikap saling percaya ketika berkomunikasi dalam melakukan <i>project</i>.</li> <li>Pembuatan keputusan yang partisipatif: Seluruh anggota yang berkaitan diberi kesempatan untuk memberikan pendapat agar</li> </ol>	Skala ordinal dengan menggunakan <i>multiple choice single response scale</i> . Varian nilai: <i>Whatsapp</i> , <i>Slack</i> , <i>Trello</i> , <i>Google Meet</i>

	<p>mencapai keputusan bersama.</p> <p>3. Kejujuran: Anggota berbicara secara jujur ketika berkomunikasi mengenai pekerjaan.</p> <p>4. Keterbukaan dalam komunikasi: Tidak ada rasa canggung ketika berkomunikasi dengan rekan kerja</p> <p>5. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas: Seluruh anggota mendengarkan, memperhatikan dan memahami komunikasi yang terjadi dari bawahan ke atasan.</p> <p>6. Memikirkan tujuan-tujuan berkinerja tinggi: Tiap anggota memiliki sikap visioner dan semangat yang tinggi untuk menggapai tujuan perusahaan dengan memaksimalkan pekerjaan pada tiap <i>project</i>.</p>	
Komunikasi Pengawas	<p>1. Ketika <i>meeting</i> divisi, atasan selalu bergabung dan menanyakan progres <i>meeting</i>.</p> <p>2. Atasan selalu mengadakan <i>briefing</i> ketika mengerjakan <i>project</i>.</p> <p>3. Atasan selalu mengadakan evaluasi ketika mengerjakan <i>project</i>.</p> <p>4. Atasan selalu mengontrol <i>project</i>.</p> <p>5. Anggota selalu memberikan report dari <i>project</i> yang dikerjakan.</p>	<p>Skala ordinal dengan menggunakan <i>multiple choice single response scale</i>. Varian nilai: <i>Whatsapp</i> <i>Slack</i> <i>Trello</i> <i>Google Meet</i></p>
Kualitas Media	<p>1. Informasi mengenai agenda rapat disampaikan dengan jelas.</p>	<p>Skala ordinal dengan menggunakan <i>multiple</i></p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Informasi yang disampaikan melalui media organisasi tersebut secara jelas.</li> <li>3. Informasi yang disampaikan melalui media organisasi tersebut secara ringkas.</li> <li>4. Interaksi antar anggota dalam media organisasi terjalin dengan efektif.</li> </ol>	<p><i>choice single response scale.</i></p> <p>Varian nilai:  <i>Whatsapp</i>  <i>Slack</i>  <i>Trello</i>  <i>Google Meet</i></p>
Komunikasi Rekan Kerja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggota organisasi puas pada komunikasi di antara tim divisi atau rekan kerja</li> <li>2. Jarang terjadi <i>miscommunication</i> dalam tim divisi atau rekan kerja.</li> <li>3. Setiap anggota berpartisipasi aktif dalam berkomunikasi (memberikan saran, pendapat, ide dan kritik.)</li> <li>4. Antar rekan kerja saling memberikan dukungan</li> <li>5. Antar rekan kerja saling memberikan apresiasi.</li> </ol>	<p>Skala ordinal dengan menggunakan <i>multiple choice single response scale.</i></p> <p>Varian nilai:  <i>Whatsapp</i>  <i>Slack</i>  <i>Trello</i>  <i>Google Meet</i></p>
Umpan Balik Individu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setiap anggota organisasi memahami kinerja atau <i>job-desc</i> masing-masing.</li> <li>2. Organisasi memiliki KPI /<i>Key Performance Indicator</i> kinerja anggota organisasi.</li> <li>3. Organisasi melakukan evaluasi kerja kepada anggota organisasi.</li> <li>4. Setiap anggota memahami evaluasi mengenai pekerjaan.</li> </ol>	<p>Skala ordinal dengan menggunakan <i>multiple choice single response scale.</i></p> <p>Varian nilai:  <i>Whatsapp</i>  <i>Slack</i>  <i>Trello</i>  <i>Google Meet</i></p>
Komunikasi Vertikal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepuasan anggota organisasi pada komunikasi yang terjadi diantara anggota organisasi dengan atasan organisasi.</li> <li>2. Pemimpin organisasi memberikan kebebasan anggota untuk menyampaikan pendapat/ usulan/ ide</li> </ol>	<p>Skala ordinal dengan menggunakan <i>multiple choice single response scale.</i></p> <p>Varian nilai:  <i>Whatsapp</i></p>

		<p>3. Pimpinan organisasi memberikan pengarahan kepada seluruh anggota organisasi</p> <p>4. Pemimpin organisasi memberikan kontrol kepada seluruh anggota organisasi.</p> <p>5. Pemimpin organisasi memberikan bimbingan kepada seluruh anggota organisasi.</p> <p>6. Pimpinan organisasi ikut turun tangan memahami permasalahan anggota organisasi</p>	<p><i>Slack</i> <i>Trello</i> <i>Google Meet</i></p>
	Kecukupan Informasi	1. Informasi yang disampaikan melalui media tersebut mencakup seluruh pesan yang ingin disampaikan secara detail.	

Sumber : *Olahan Peneliti*

## 8. METODOLOGI PENELITIAN

### 1. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode survei.

Metode survei merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada responden dari populasi yang telah ditentukan peneliti (Kriyantono, 2009, hal. 59).

Dalam penelitian ini kuesioner akan dilakukan secara daring melalui *google form*.

### 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan bersifat deskriptif. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengutamakan aspek keluasan data sebagai analisis dalam penelitian sehingga dalam penelitian kuantitatif

peneliti dituntut untuk bersikap objektif agar dapat memisahkan diri dari data yang akan dianalisis (Kriyantono, 2009, hal. 55). Sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan realitas fenomena yang terjadi mengenai fakta yang terjadi pada sebuah populasi atau objek penelitian (Kriyantono, 2009, hal. 69).

### 3. **Populasi dan Sampel**

#### a. Populasi

Populasi merupakan generalisasi suatu obyek penelitian yang karakteristiknya ditentukan oleh penelitian (Kriyantono, 2009, hal. 153). Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh anggota perusahaan PT Solusi Desain Bangsa sebanyak 31 karyawan.

#### b. Sampel

Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rancangan sampling probabilitas ialah sampel yang ditentukan berdasarkan kemungkinan bahwa seluruh sampel populasi memiliki kemungkinan untuk diperhitungkan (Kriyantono, 2009, hal. 154) dengan menggunakan teknik sampling jenuh atau sensus dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden penelitian (Kriyantono, 2009, hal. 161). Hal tersebut dikarenakan jumlah karyawan di PT Solusi Desain Bangsa

hanya 31 karyawan saja, maka seluruh karyawan akan menjadi sampel dari penelitian ini.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh peneliti dari tangan pertama di lokasi penelitian (Kriyantono, 2009, hal. 41). Dalam penelitian ini, sumber data didapatkan melalui kuesioner yang dilakukan secara daring melalui *google form*.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh peneliti sebagai pendukung dari data primer (Kriyantono, 2009, hal. 42). Dalam penelitian ini, sumber data didapatkan melalui buku akademis dan situs *e-journal*.

#### 5. Teknik Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan skala likert yang tidak mencantumkan pilihan jawaban netral pada kuesioner (Choizes, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert dengan nilai:

1 = *Whatsapp*

2 = *Slack*

3 = *Trello*

4 = *Google Meet*

## 6. Uji Instrumen

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif, maka dari itu data yang sudah diperoleh dari kuesioner tersebut akan dianalisis menggunakan uji instrumen berupa:

### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan kesesuaian item pernyataan pada kuesioner penelitian. Maka, semakin tinggi validitas suatu kuesioner, semakin tepat kuesioner meneliti hal tersebut (Ghozali, 2018, hal. 51).

**TABEL 1. 2**

**Hasil Uji Validitas**

PERTANYAAN	R HITUNG	R TABEL	STATUS
Item 1	0,43	0,30	VALID
Item 2	0,54	0,30	VALID
Item 3	0,46	0,30	VALID
Item 4	0,36	0,30	VALID
Item 5	0,40	0,30	VALID
Item 6	0,39	0,30	VALID
Item 7	0,69	0,30	VALID
Item 8	0,64	0,30	VALID
Item 9	0,69	0,30	VALID
Item 10	0,49	0,30	VALID
Item 11	0,65	0,30	VALID
Item 12	0,67	0,30	VALID
Item 13	0,69	0,30	VALID
Item 14	0,50	0,30	VALID
Item 15	0,60	0,30	VALID
Item 16	0,76	0,30	VALID
Item 17	0,57	0,30	VALID
Item 18	0,63	0,30	VALID
Item 19	0,62	0,30	VALID
Item 20	0,66	0,30	VALID

Item 21	0,83	0,30	VALID
Item 22	0,69	0,30	VALID
Item 23	0,85	0,30	VALID
Item 24	0,72	0,30	VALID
Item 25	0,68	0,30	VALID
Item 26	0,65	0,30	VALID
Item 27	0,56	0,30	VALID
Item 28	0,54	0,30	VALID
Item 29	0,70	0,30	VALID
Item 30	0,67	0,30	VALID
Item 31	0,41	0,30	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel dari uji validitas tersebut menunjukkan bahwa R hitung dari 31 item pernyataan lebih besar dari R tabel sehingga menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut dipercaya dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

#### b. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas, maka akan dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah konsistensi dari kuesioner ketika mengukur gejala yang sama. Jika suatu kuesioner menghasilkan hasil yang relatif konsisten maka hal tersebut disebut reliabel sehingga dapat dikatakan kuesioner tersebut dapat digunakan dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018, hal. 45).

**TABEL 1. 3**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

##### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	31

Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan meneliti menghasilkan *cronbach's alpha* sebesar 0,944. Jika hasil uji reliabilitas lebih besar dari 0,6 maka alat pengukur atau item pernyataan dianggap reliabel. Maka, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuisioner penelitian ini memiliki konsistensi sehingga dapat dipercaya.

#### 7. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan ialah teknik distribusi frekuensi dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Analisis data teknik distribusi frekuensi merupakan analisis dari data yang telah di susun menurut interval ataupun kategori pada sebuah penelitian (Setiawan, 2021)