BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Audit komunikasi sejak pertama kali diperkenalkan oleh George Odiorne menjadi perbincangan yang menarik dalam lingkup kalangan para ahli komunikasi. Kegiatan audit komunikasi diadaptasi dari sebuah sistem evaluasi dalam kegiatan ekonomi di mana kegiatan memeriksa, mengevaluasi, dan mengukur secara cermat dan sistematik layaknya catatan-catatan keuangan kemudian diaplikasikan kepada kegiatan komunikasi suatu organisasi. Menurut Andre Hardjanah (2000:13) adalah kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektifitas organisasi.

Menurut laporan *ICA Communication Audit* merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi mengenai muatan informasi, sumber dan saluran informasi, kualitas informasi, dan kualitas komunikasi. Karena informasi dalam bentuk kelebihan muatan (overload) atau kekurangan muatan (underload) merupakan sumber distorsi paling besar dalam sistem komunikasi (Gerald Goldhaber dan Donal Rogers, 1979 dalam Hardjanah, 2000).

Tabel 1.1
Pendapat karyawan tentang kualitas dan kecepatan sumber informasi
Percentual mean

Sources

Sources	values		
	Quality	Quickness	
Subordinates	76.2%	80.0%	
Immediate supervisor	71.3%	77.0%	
Close colleagues	70.3%	78.3%	
Middle managers	64.0%	60.8%	
Academic committees	62.6%	61.8%	
Senior managers	59.8%	55.6%	
People from other sectors that provide services to us	56.6%	60.2%	
Colleagues from other departments	47.0%	55.9%	

Sumber: European Scientific Journal September 2013 edition vol.9, No.25

ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857-7431

Analisis yang dilakukan pada karyawan (Tabel 1.1) menunjukan bagaimana hasil dari kualitas informasi internal mulai dari Bawahan, Pengawas, Rekan dekat, Manajer menengah, Komite akademik, Manajer senior hingga external yakni orang-orang dari sektor lain yang memberikan layanan kepada perusahaan dan kolega dari departemen lain. Hasil data menunjukan bahwa semakin tinggi jabatan, kualitas dan kecepatan informasi yang di terima karyawan semakin memburuk.

Menurut Goldhaber (dalam Mohammed dan Bungin, 2015:4) jika anggota organisasi tidak memiliki informasi yang cukup, mereka akan menjadi lebih tidak menentu dan kemungkinan besar akan menghasilkan *outcome* yang kurang bermutu. Selain itu, ketidak pastian juga dapat terjadi ketika anggota sebuah organisasi menerima terlalu banyak atau sedikit informasi yang memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Jika pekerja kekurangan informasi dalam proses berkomunikasi, mereka tentu tidak memperoleh cara untuk membuat rencana kemajuan dalam organisasi tersebut. Mereka mungkin tidak melihat dengan jelas akan peluang promosi dan karena hal tersebutlah memberikan mereka keputusan untuk memilih melakukan suatu yang menghambat kemajuan sebuah organisasi.

Dari pengertian dan tujuan audit komunikasi ada dua pemahaman pokok tentang audit komunikasi yakni sebagai alat diagnosis kesehatan dan sebagai alat riset evaluasi. Dalam pemahaman pertama, tujuan audit ditegaskan secara jelas, yakni untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan. Sedangkan, dalam pemahaman kedua, tujuan merupakan konsekuensi yang implisit dan tidak disebut secara tegas. Agar lebih memahami pemahaman penelitian audit komunikasi kita bisa melihat dari tiga penelitian terdahulu di bawah ini mengenai audit komunikasi organisasi yang pernah dilakukan dengan berbagai fokus audit yang berbeda-beda.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Stephani Firmawan Panghegar yang berjudul Audit Komunikasi Organisasi Horisontal Departemen *Front Office* Singgasana Hotel Surabaya yang dimuat dalam jurnal E-komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya Vol.1, No.1 tahun 2013. Dalam penelitiannya Stephani Firmawan Panghegar menemukan bahwa dalam komunikasi organisasi horisontal departemen *Front Office* Singgasana Hotel Surabaya berjalan dengan adanya penggunaan media, pencapaian tujuan komunikasi, serta hambatan komunikasi sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing media, tujuan dan hambatan selalu berkaitan satu dengan yang lain.

Penelitian yang kedua mengenai audit komunikasi juga dilakukan oleh Dian Ramadani, Puji Lestari, dan M. Edy Susilo yang berjudul Audit Komunikasi Organisasi Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Yogyakarta yang dimuat dalam jurnal Komunikasi ASPIKOM Vol.2, No.4

tahun 2015. Dalam penelitiannya Dian Ramadani Dkk menemukan bahwa Muatan Informasi didalam Organisasi WALHI Yogyakarta berlangsung cukup baik, informasi tersebut berasal dari pihak internal maupun eksternal organisasi, dari media komunikasi tertulis/cetak dan media komunikasi elektronik. Keterbukaan antar divisi staf mempunyai pengaruh yang besar terhadap informasi yang masuk ke semua anggota organisasi, selain itu perhatian antar divisi staf organisasi menciptakan suasana yang kondusif dalam proses penyampaian informasi. Dukungan media komunikasi tertulis dan elektronik sangat menunjang mereka dalam hal efisiensi waktu, penggunaan teknologi komunikasi seperti telepon, sms, dan sistem jaringan komputer sangat membantu dalam proses penyampaian informasi antar divisi staf dan anggota organisasi.

Penelitian yang ketiga yang dilakukan oleh Isnaniah Nurdin, Hafied Cangara, Iqbal Sultan yang berjudul Audit Komunikasi Terhadap Progam Sosialisasi Pembangunan T/L 150 kV Maros-Sungguminasa PT.PLN (Persero) Pikitring Sulmapa yang dimuat dalam jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 3, No.1 tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengaudit proses sosialisasi sehingga dalam penelitiannya, Isnaniah Nurdin Dkk menemukan kegiatan sosialisai dilaksanakan secara langsung melalui dua media atau saluran yang berbeda, yakni melalui surat, media elektronik maupun kegiatan langsung seperti musyawarah. Di mana komunikasi ini dianggap berhasil jika ada umpan balik dari masyarakat.

Ketiga penelitian di atas menunjukan beragam hasil audit komunikasi, penelitian yang pertama memperoleh hasil bagaimana penggunaan media, pencapaian tujuan komunikasi, serta hambatan komunikasi yang terjadi pada objek penelitian yang dapat disimpulkan bahwa masing-masing media, tujuan dan hambatan selalu berkaitan satu dengan yang lain. Hal ini bermanfaat bagi perusahaan guna untuk menjaga keutuhan komunikasi diperlukan memperhatikan tiga komponen tersebut. Penelitian kedua mengukur muatan komunikasi dan penelitian ketiga mengukur keefektivitas media informasi yang digunakan. Sehingga dari hasil keseluruhan penelitian audit komunikasi mampu memperlihatkan kekuatan audit komunikasi dalam menjaga kestabilan komunikasi dalam sebuah organisasi sehingga menjadikannya suatu hal yang penting dan menarik untuk dikaji dan di perdalam oleh peneliti.

Kajian yang dilakukan oleh peneliti berupa evaluasi sistem komunikasi pada Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta dengan menggunakan metode audit komunikasi. BPSDMP Kominfo sendiri merupakan Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) di bawah naungan Badan Peneliti dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikas dan Informatika Republik Indonesia. Mengingat ada dukungan dari pemerintah Indonesia dalam penerapan audit komunikasi, di wujudkan dengan adanya Peraturan Menteri Negara Pendayagunaa Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No 27 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umun Audit Komunikasi dilingkungan Instansi Pemerintahan.

BPSDMP Kominfo Yogyakarta menjadi menarik untuk di teliti mengingat BPSDMP Kominfo memiliki tugas menyelenggarakan penelitian dan pengembangan di bidang komunikasi dan informatika serta pengembangan sumber daya manusia komunikasi dan informatika yang bertanggung jawab di ranah instansi pemerintahan Republik Indonesia. Berdasarkan tugas tersebut BPSDMP Kominfo Yogyakarta yang memiliki hubungan langsung dengan ranah komunikasi di Indonesia, akan memperoleh banyak fungsi dan manfaat dari kegiatan audit komunikasi yang akan dirasakan.

Adanya kegiatan audit komunikasi diharapkan dapat menjadi alat untuk mengontrol kelebihan informasi (overload) atau kekurangan informasi (underload) dimana hal ini apabila terjadi dapat mengganggu setiap tugas dan kewajiban yang harus dilakukan oleh BPSDMP Kominfo Yogyakarta. Selain itu berdasarkan observasi penulis kepada beberapa karyawan BPSDMP Kominfo, terdapat beberapa karyawan yang mengeluhkan komunikasi yang dilakukan kepada atasan kurang efektif karena suara mereka terasa kurang dipertimbangkan oleh atasan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan dalam berkerja di dalam lingkungan BPSDMP Kominfo Yogyakarta.

Faktor kuat yang mempengaruhi penulis untuk melakukan penelitian di Balai Pengembangan Sumberdaya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Yogyakarta yaitu berdasarkan beberapa indikator yang dapat dijadikan acuan sebagai waktu yang tepat untuk sebuah organisasi menyelenggarakan Audit komunikasi. Menurut Mohammed dan

Bungin dalam (Audit Komunikasi, 2015:6) bahwa audit komunikasi perlu dilakukan ketika adanya pengembangan organisasi, perubahan fungsi, dan tanggung jawab perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut BPSDMP KOMINFO bertepatan pada awal tahun 2018 ini mengalami pergantian kepemimpinan serta pergantian seluruh fungsional anggota. Selain itu organisasi ini pun mengalami pengembangan organisasi yang awalnya organisasi ini bernama Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) mengelami perkembangan dimana ditambanya tugas fungsional sebagai Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP KOMINFO).

Hardjana (2000:19), saat yang tepat untuk Menurut Andre penyelenggaraan Audit Komunikasi di Amerika serikat yakni pada saat bila muncul kebutuhan untuk mengevaluasi kebijakan ataupun kebiasaan baru. Dalam hal ini akibat dari pengembangan organisasi dari Balai Pengkajian dan mengelami Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) perkembangan menjadi Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP KOMINFO). Secara otomatis organisasi ini mengalami perubahan kebijakan lama menjadi diperbaharui sehingga menciptakan kebiasaan baru. kebijakan dan kebiasaan baru ini lah menurut penulis dibutuhkan pengkajian secara mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi organisasi ini sehingga diharapkan dapat meningkatkan efektivitas organisasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis terlebih dahulu merumuskan masalah sebagai dasar kajian penelitian yang dilakukan, yaitu :

Bagaimana pelaksanaan sistem komunikasi di Balai Pengembangan Sumber

Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP KOMINFO) Yogyakarta.

1.3 **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui:

- Kualitas media internal di dalam organisasi BPSDMP Kominfo Yogyakarta.
- Aksesibilitas informasi di dalam organisasi BPSDMP Kominfo Yogyakarta.
- Bentuk hubungan-hubungan komunikasi yang terjadi di BPSDMP Kominfo Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan tambahan informasi secara ilmiah dan bahan refrensi bagi mahasiswa yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitian dalam fokus ilmu komunikasi, yang secara khusus mengenai pelaksanaan Audit Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi tolak ukur dan rekomendasi bagi balai BPSDMP Kominfo Yogyakarta mengenai pembuatan kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan informasi dan komunikasi dalam meningkatkan efektivitas organisasi

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 Audit Komunikasi

a. Definisi Audit Komunikasi

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Andre hadjana dimana analisis ini didefinisikan secara sederhana dan tegas yang akhirnya menghasilkan kesimpulan bahwasannya Audit komunikasi adalah kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektifitas organisasi. (Andre Hardjanah, 2000:13). Definisi Andre Hardjanah menyatakan dengan tegas bahwa objek penelitian pada pelaksanaan audit komunikasi ini merupakan pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian. kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian memberi pemahaman bahwasanyya audit komunikasi efektif dilakukan dalam lingkup organisasi yang berfokus meneliti, mengevaluasi, dan mengukur sistem komunikasi. Selain itu yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektifitas organisasi.

b. Tujuan Audit Komunikasi

Audit komunikasi memiliki delapan tujuan pokok yang dirangkup oleh Andre Hardjanah (2000:16-17) secara garis besar dari beberapa tujuan

yang sering disebutkan oleh para eksekutif perusahaan untuk mengadakan audit komunikasi yaitu :

- Menentukan "lokasi" dimana kelebihan muatan informasi (overload) ataupun kekurangan muatan informasi (underload) terjadi berkaitan dengan topik-topik, sumber-sumber, dan saluran-saluran komunikasi tertentu.
- Menilai kualitas informasi yang dikomunikasikan oleh dan/atau kepada sumber-sumber informasi.
- 3) Mengukur kualitas hubungan-hubungan komunikasi, secara khusus mengukur sejauh mana kepercayaan antarpribadi (trust), dukungan, keramahan, dan kepuasan kerja karyawan secara keseluruhan dilaksanakan.
- 4) Mengenali jaringan-jaringan yang aktif-operasional untuk desas-desus (rumor), pesan-pesan sosial, pesan-pesan kedinasan, kemudian dibandingkan dengan jaringan komunikasi resmi atau jaringan yang dibentuk sesuai dengan bagan organisasi.
- dan para penyaring informasi (gatekeepers) dengan memperbandingkan peranperan komunikasi dalam praktek, seperti penyendiri (isolate), penghubung (liaison), anggota-anggota kelompok (group members) dengan peranperannya yang seharusnya sebagaimana diharapkan oleh bagan organisasi dan uraian tugas.

- 6) Mengenali kategori-kategori dan contoh-contoh tentang pengalamanpengalaman dan peristiwa-peristiwa komunikasi yang tergolong positif atau tergolong negatif.
- 7) Menggambarkan pola-pola komunikasi yang terjadi pada tingkatan pribadi, kelompok, dan organisasi dalam kaitanya dengan topik-topik, sumber, saluran, frekuensi, jangka waktu, dan kualitas interaksi.
- 8) Memberikan rekomendasi-rekomendasi tentang perubahan ataupun perbaikan yang perlu dilakukan berkaitan dengan sikap, perilaku, praktekpraktek kebiasaan, dan keterampilan yang didasarkan atas hasil analisis Audit Komunikasi.

c. Model dan Konsep Audit Komunikasi

Terdapat tiga model dalam audit komunikasi, yakni model struktur konseptual (conceptual structure model) yang diajukan oleh Howard Greenbaum. Model struktur konseptual mungkin mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada kedua model lainnya, karena mampu mendorong pemikiran dan keyakinan tentang pentingnya dasar-dasar konseptual dalam pelaksanaan audit 21 sistem, kebijakan, dan program komunikasi. Kedua, model profil komunikasi keorganisasian (organizational communication profile) dan ketiga model evaluasi komunikasi organisasi (organizational communication evaluation) yang dirintis oleh Keith Davis (1953).

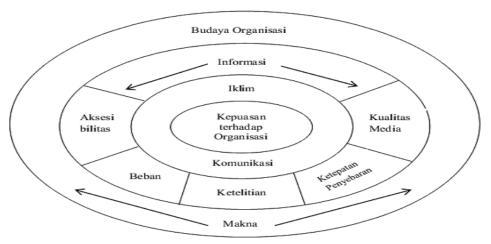
Dalam penelitian ini model yang digunakan yakni model profil komunikasi keorganisasian. Model profil komunikasi keorganisasian merupakan model analisis fungsional sistem organisasi, analisis fungsional secara sederhana dapat diuraikan sebagai penggunaan pengetahuan dari ilmu sosial untuk memeriksa keadaan masa kini dalam suatu organisasi yang dimaksudkan untuk menemukan jalan-jalan yang dapat digunakan untuk memperbaikinya. Secara teknis, analisis fungsional dapat dikatakan sebagai pencarian dimana kesalahan-kesalahan terjadi dalam proses yang dapat membantu peningkatan efektivitas organisasi.

Model ini memandang komunikasi keorganisasian sebagai faktor penyebab efektif dan tidak efektifnya kerja fungsional organisasi atau sebagai gejala tidak sehatnya organisasi. Secara positif dapat dikatakan bahwa proses komunikasi atau kemantapan proses komunikasi dapat menimbulkan hubungan kerja yang efektif dan produktivitas yang tinggi. Atau secara negatif pemeriksaan profil komunikasi dapat menghasilkan informasi yang dapat menjelaskan peristiwa-peristiwa kritis sebagai simtom ketidak dalam organisasi, seperti puasan karyawan, anjloknya patroduktivitas, keresahan karyawan, meningkatnya jumlah karyawan yang keluar, dan mengendornya kerjasama kelompok.

Model profil komunikasi keorganisasian memiliki 8 konsep khusus dalam audit komunikasi (Hardjanah, 2000:55), yaitu :

Gambar 1.1

Model Profil Komunikasi Organisasis



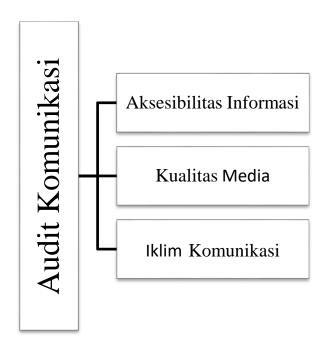
Sumber: Komunikasi Organisasi Pace & Faules (2006: 496)

- Kepuasan Organisasi: Kepuasan karyawan tentang kerja, supervisi, gaji dan tunjangan, termasuk fasilitas, promosi karyawan, teman sejawatsekerja.
- Iklim Organisasi: Persepsi karyawan tentang saling percaya, partisipasi dalam pembuatan keputusan, pemberian dukungan, keprihatinan untuk tingkat kinerja tinggi.
- Kualitas Media: Persepsi karyawan mengenai seberapa jauh penerbitan, petunjuk tertulis, laporan dan media lainnya dinilai menarik, tepat, dan dapat dipercaya.
- 4) Aksesibilitas Informasi: Persepsi karyawan mengenai seberapa jauh informasi tersedia bagi mereka dari berbagai sumber dalam organisasi, seperti atasan langsung, atasan lebih tinggi, kelompok, bawahan, dokumen-penerbitan, selentingan (grapevine).
- 5) Penyebaran Informasi: Persepsi karyawan tentang penyebaran informasi dalam struktur organisasi.

- Muatan Informasi: Persepsi karyawan tentang kecukupan informasi, kekurangan informasi, atau kelebihan informasi.
- 7) Kemurnian Pesan: Persepsi karyawan perbedaan pesan yang dimengerti dan yang sebenarnya ada.
- 8) Budaya Organisasi: Persepsi karyawan tentang relasi dengan teman sekerja, nilai-nilai perusahaan, dan lingkungan kerja perusahaan.

Kedelapan konsep inilah yang dijabarkan oleh Pace & Faules untuk meneliti Audit Komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti tidak menggunakan seluruh indikator dalam audit komunikasi. Tetapi, lebih spesifik penelitian ini akan berfokus pada tiga aspek yaitu, aksesibilitas informasi, Kualitas Media, dan iklim komunikasi organisasi yang diteliti berdasrakan hubungan-hubungan organisasi.

Diagram 1.1
KONSEP PENELITIAN



Peneliti melihat dalam model PKK pengaplikasian kedelapan konsep Audit Komunikasi akan terlalu jauh untuk dibahas dan membutuhkan perangkat yang lebih banyak padahal peneliti hanya ingin melihat kualitas media internal dan akses informasi serta bentuk dan kualitas hubungan-hubungan komunikasi di dalam organisasi BPSDMP kominfo Yogyakarta. Keluasan liputan audit komunikasi pada dasarnya tergantung dari jenis-jenis tujuan yang hendak dicapai oleh eksekutif organisasi. Dengan demikian, keluasan liputan audit komunikasi pada dasarnya tergantung dari jenis-jenis tujuan yang hendak dicapai oleh eksekutif organisasi. (Harjana, 2000: xi)

1.5.2 Kualitas Media Internal

Media internal perusahaan merupakan jenis media terkontrol. Artinya, media internal ini merupakan media yang isi dan bentuknya dapat dikontrol atau diatur sesuai dengan kebijakan perusahaan. Dengan begitu, tidak ada format atau metode yang paling efektif untuk mendistribusikan suatu buku pegangan (Cutlip, 2005: 230). Isi dari media internal berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Tetapi kualitas media dapat dilihat dengan mengacu pada tujuan-tujuan umum media internal.

Berdasarkan pada tujuan umum, media internal yang berkualitas ketika karyawan sebagai sasaran media internal, melihat media internal ini sebagai sesuatu yang bermanfaat dan bermakna sehingga dapat diandalkan serta secara fisik memiliki daya tarik untuk dibaca. Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki seorang komunikator. Faktor daya tarik

banyak menentukan berhasil tidaknya suatu komunikasi. Beberapa faktor tersebut adalah kesamaan, dikenal baik, disukai, dan fisik. Khusus media internal maka daya tarik akan dilihat dari fisik media tersebut dan kemampuan media internal dalam memenuhi kebutuhan karyawan.

a) Tampilan Fisik Media

Berikut merupakan kriteria media internal yang secara fisik memiliki daya tarik, menurut Cutlip (2005: 228) dan Jefkins (2004: 154), yakni: Publikasi cetak dapat menggabungkan format surat kabar dengan gaya majalah yang merupakan publikasi empat warna bermutu tinggi. Penampilan suatu publikasi cetak sangat penting sehingga pengaturan tata letak artikel, bentuk huruf, dan posisi foto-foto harus dirancang sedemikian rupa, termasuk penonjolan bagian-bagian gambar demi memperoleh efek yang maksimal.

b) Kemampuan Media Internal dalam memenuhi kebutuhan karyawan Media internal yang bermanfaat dan bermakna sehingga dapat diandalkan, menurut Lattimore (2010: 241-242), yakni:

1) Klarifikasi Kebijakan Manajemen

Para Karyawan harus diinformasikan secara akurat tentang aktivitas bisnis jika pihak manajemen berharap mereka mendukung programnya. Pemahaman dapat dibantu dengan menjelaskan setiap kebijakan dan aturan, yang dapat membangun kepercayaan diri pihak manajemen serta dengan memberantas kesalahpahaman.

2) Kesejahteraan dan Keselamatan Karyawan

Hal ini diterangkan melalui informasi tentang keselamatan, praktik, aturan, dan prosedur kerja. Selain itu, ada kebutuhan berkelanjutan untuk menjelaskan tentang keuntungan, liburan, cuti, pajak.

3) Penghargaan Prestasi Karyawan

Hal ini harus berlaku untuk prestasi karyawan dalam pekerjaan di masyarakat, untuk mendorong kerjasama internal dengan membantu pihak manajemen dan karyawan menjadi lebih dikenal dengan anggota lain dari organisasi.

Khusus jenis media baru atau intranet, kriteria bahwa media intranet ini dapat diandalkan, yaitu: Intranet yang tersedia dalam perusahaan mudah untuk dioperasikan oleh setiap karyawan dalam perusahaan. (Cutlip, 2005: 224) Media intranet ini sebaiknya dapat mudah dipelajari pengoperasiannya. Dengan begitu media internal dapat menjadi suatu pegangan oleh karyawan karena media internal tersebut telah memberikan informasi-informasi yang menunjang pekerjaan karyawan.

1.5.3 Aksesibilitas Informasi

Aksesibilitas informasi dipahami sebagai kemudahan yang diperoleh seorang karyawan dalam mengakses informasi di perusahaan atau seberapa jauh informasi tersedia bagi karyawan (Pace, 2002: 498). Aksesibilitas informasi di dalam perusahaan terkait dengan arah aliran informasi yang terdiri empat jenis komunikasi dalam perusahaan dan juga media-media internal dalam perusahaan baik media cetak maupun elektronik yang

bersifat media baru, seperti intranet. Nilai aksesibilitas informasi mendukung asumsi secara luas bahwa karyawan merasa bahwa mereka mendapatkan informasi dengan baik. (Pace, 2002: 505) Pertukaran informasi di dalam komunikasi organisasi dapat dilakukan baik formal maupun informal. Aliran pertukaran informasi secara formal terdiri atas 3 jenis komunikasi, yaitu:

1) Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan: informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan, informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan, informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi, informasi mengenai kinerja pegawai, informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.

2) Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Setiap bawahan dapat mempunyai alasan yang baik atau meminta informasi dari atau member informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi dari pada dia. Salah satu alasan pentingnya komunikasi ke atas adalah aliran informasi ke atas memberi informasi berharga untuk

pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan orang-orang lainnya.

3) Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama. Salah satu tujuan komunikasi horizontal adalah untuk mengkoordinasikan penugasan kerja.

Sedangkan komunikasi informal adalah pertukaran informasi yang terjadi di dalam organisasi yang juga dikenal sebagai selentingan. Informasi informasi ini muncul dari interaksi di antara orang-orang, informasi ini tampaknya mengalir dengan arah yang tidak dapat diduga, dan jaringannya digolongkan sebagai selentingan (*grapevine*). Informasi yang mengalir sepanjang jaringan kerja selentingan dan terlihat berubah-ubah sekaligus tersembunyi. Dalam istilah komunikasi, selentingan metode penyampaian laporan rahasia dari orang ke orang yang tidak dapat diperoleh melaASAlui saluran biasa. Komunikasi informal cenderung mengandung laporan rahasia tentang orang-orang dan peristiwa yang tidak mengalir melalui saluran perusahaan yang formal. (Pace, 2006: 200)

1.5.4 Kualitas Hubungan Komunikasi

1.5.4.1 Bentuk Hubungan Komunikasi

Rosli Mohammed (Mojammed & Bungin 2015:142-143) menjelaskan bahwa jalinan Hubungan berarti kemampuan, kebijakan dan efektifitas pegawai dalam menciptakan suasana hubungan dan kerja sama yang ramah dengan semua pegawai. Definisi operasional bagi faktor-faktor yang terkait dengan dimensi informatif hubungan komunikasi adalah seperti berikut:

1) Komunikasi Horizontal Antara Bagian

Mendefinisikan komunikasi antara bagian sebagai suatu proses integrasi tindakan di peringkat kegiatan untuk tujuan meningkatkan tingkat kecepatan dalam proses pemecahan masalah, semangat tim serta koordinasi kearah pencapaian tujuan pembentukan organisasi.

2) Komunikasi Subordinasi (Rekan sekerja)

Adapun komunikasi informal adalah metode dimana informasi diperoleh dari kolega, kelompok, dan orang yang berpengaruh. Biasanya mengacu pada pola hubungan pribadi di kalangan anggota organisasi terlepas dari posisi mereka yang relatif dalam struktur organisasi.

3) Komunikasi Manajemen atasan

Managemen puncak adalah terdiri dari mereka yang terlibat dalam aspek perencanaan, formulasi, dam evaluasi pelaksanaan program. Keterlibatan langsung serta dukungan yang kuat dari manajemen puncak pada suatu program reformasi akan berupaya menggalakan perubahan dan meningkatkan keterlibatan anggota kerja dalam suatu program reformasi.

1.5.4.2 Kualitas Hubungan Komunikasi dalam Iklim Komunikasi

Mengungkapkan iklim dalam organisasi bisa kita umpamakan kiasan (metafora), fase iklim komunikasi organisasi menggambarkan suatu kiasan bagi iklim fisik. Sama seperti cuaca membentuk iklim fisik untuk suatu kawasan, sedangkan cara orang berinteraksi terhadap aspek organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi, maksudnya yaitu suatu kiasan yang menggambarkan suasana dan apa yang dirasakan nyata dalam diri dari orang-orang yang berhubungan dengan organisasi sehingga memungkinkan orang bereaksi dengan macam-macam cara terhadap organisasi melalui proses komunikasi.

Falcione (dalam Pace & Faules, 2002:149) menyatakan bahwa iklim komunikasi merupakan citra makro, abstrak dan gabungan dari suatu fenomena global yang disebut komunikasi organisasi. Iklim berkembang dari interaksi antar sifat-sifat suatu organisasi dan persepsi individu atau sifat-sifat itu. Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi antar karakter-karakter yang relatif langgeng pada organisasi. Untuk menganalisis iklim komunikasi dalam organisasi.

Iklim organisasi diartikan sebagai pola-pola perilaku, sikap, dan perasaan yang ditampilkan berulang-ulang yang dijadikan sebagai karakteristik kehidupan organisasi, Face dan Faules mengemukakan beberapa faktor yang bisa digunakan untuk menganalisis masalah tersebut, yaitu:

1) Kepercayaan, personal di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang didalamnya

kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan. Menurut Mayer, dkk (1995) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (Ability), kebaikan hati (Benevolence), dan integritas (Integrity). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kemampuan (Ability) meliputi keterampilan, kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan seseorang memiliki pengaruh dalam beberapa domain tertentu. Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik seseorang dalam mempengaruhi. Dengan kemampuan akan memunculkan keyakinan akan seberapa baik orang lain memperlihatkan performanya sehingga akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu.
- b. Kebaikan Hati (Benevolence) berkaitan dengan ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Kebaikan hati adalah sejauh mana komunikator diyakini ingin berbuat baik untuk komunikan tersebut, selain dari motif keuntungan egosentris. Kebaikan hati menunjukkan bahwa komunikator memiliki beberapa keterikatan khusus untuk komunikan tersebut. Contoh keterikatan ini adalah hubungan antara manager (komunikator) dan karyawan (komunikan). Manager ingin membentuk karyawan menjadi lebih terampil dengan memberitahu ilmu yang dia miliki, meskipun manager tidak diperlukan untuk membantu, dan tidak ada imbalan untuk manager. Kebaikan hati adalah persepsi orientasi positif trustee terhadap trustor tersebut.

- c. Integritas dibuktikan pada konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai diri seseorang, kejujuran yang disertai keteguhan hati dalam menghadapi tekanan. Hubungan antara integritas dan kepercayaan melibatkan persepsi trustor bahwa trustee berpegang pada prinsip-prinsip yang ditemukan oleh trustor dan dapat diterima. Berbagai masalah pihak trustee seperti tindakan konsistensi di masa lalu, komunikasi yang dapat dipercaya tentang trustee dari pihak lain, keyakinan bahwa trustee memiliki rasa keadilan yang kuat, dan sejauh mana tindakan sesuai dengan kata- katanya, berdampak pada tingkatan pihak yang dinilai memiliki integritas.
- 2) Pembuatan keputusan bersama, para pegawai disemua tingkatan dalam organisasi harus di ajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai disemua tingkat harus diberikan kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen diatas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.
- 3) Pemberian dukungan, dukungan dalam hal ini mencakup dukungan informasi berupa saran nasehat, dukungan perhatian atau emosi berupa kehangatan, kepedulian dan empati, dukungan instrumental berupa bantuan meteri atau finansial dan penilaian berupa penghargaan positif terhadap gagasan atau perasaan orang lain.

- 4) Keterbukaan dalam komunikasi kebawah, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka mengoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagianbagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasi, parapemimpin, dan rencana-rencana.
- 5) Mendengarkan dalam komunikasi keatas, personil disemua tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan personel di semua tingkatan bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dalam fikiran terbuka.

1.5.5 Definisi Operasionals

Dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, variabelvariabel yang akan digunakan adalah variabel-variabel yang digunakan berasal dari konsep-konsep khusus yang diharapkan akan menjawab tujuan pertama, yaitu:

- 1. Kualitas Media (Buku Pedoman, Papan Pengumuman, Rapat & Intranet)
- Aksesibilitas Informasi (Komunikasi Formal, Komunikasi Informal, Media Internal)

Tabel 1.2
Operasional Variable Pengukuran

Variabel Dimensi		Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Media	Keandalan	Tampilan fisik media-	Pernyataan nomor 1-3:	

Internal Persepsi karyawan mengenai seberapa jauh penerbitan, petunjuk tertulis, laporan, dan media lainnya dinilai	media internal dalam organisasi.	media internal menarik daya visual karyawan dari segi penggunaan warna, foto-foto dan penataan (<i>layout</i>) setiap artikel di dalamnya.	Penggunaan standar warna-warna berkualitas (RGB) Media internal dilengkapi gambar gambar/foto-foto karyawan. Penataan (layout) media memudahkan karyawan untuk membaca.	Ordinal 1=Sangat tidak
menarik, tepat atau sesuai dan dapat diandalkan. (Buku manual, intranet, majalah)		Media cetak, komunikasi verbal maupun elektronik mampu memberikan karyawan informasi yang mereka perlukan untuk melakukan tugas-tugas mereka dengan cakap.	Pernyataan nomor 4-9: Informasi dari media internal mampu meningkatkan kemampuan koordinasi karyawan. Media internal menyediakan informasi mengenai hal-hal yang ingin dicapai oleh perusahaan. Media internal menyediakan informasi hasil keputusan yang mempengaruhi karyawan. Media internal mampu menjelaskan masalah- masalah yang dihadapi perusahaan kepada karyawan. Media internal menyediakan instruksi mengenai pekerjaan. Pengoperasian intranet mudah.	Setuju 2=Tidak Setuju 3=Ragu-Ragu 4=Setuju 5=Sangat Setuju
Aksesibilitas Informasi Persepsi karyawan mengenai seberapa mudah informasi diperoleh bagi karyawan, dari berbagai sumber	Kemudahan perolehan informasi	Komunikasi ke atas: Kemudahan karyawan memberikan informasi kepada atasan.	Pernyataan nomor 10-18: Kemudahan bertemu dengan atasan langsung. Kemudahan mendapatkan informasi dari project manager.	

dalam perusahaan. (Kemudahan Memperoleh Informasi)	Komunikasi horizontal: Kemudahan antar karyawan saling berbagi informasi di dalam perusahaan.	Kemudahan bertemu dengan rekan-rekan kerja. Kemudahan mendapatkan laporan dari divisi-divisi dalam perusahaan.	Ordinal 1=Sangat Tidak Mudah 2=Tidak Mudah 3=Mudah 4=Sangat
	Komunikasi informal: Pertukaran informasi seperti gosip, isu, atau hal-hal pribadi di dalam perusahaan.	Kemudahan mendapatkan gosip di kalangan karyawan	Mudah
	Media internal: Kemudahan memperoleh media- media internal di dalam perusahaan.	Kemudahan memperoleh akses intranet (email, homepage). Kemudahan medapatkan informasi dari rapat. Kemudahan	
		memperoleh buku manual (buku pedoman). Kemudahan memperoleh informasi dari	

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang hasil audit komunikasi di Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP KOMINFO) Yogyakarta. Andre Hardjanah (2000: 60) mengatakan bahwa suatu audit komunikasi yang lengkap tidak mungkin

dilakukan dengan satu teknik pengumpulan data saja, pada umumnya audit komunikasi dilakukan dengan menggunakan suatu kombinasi beberapa teknik dan metode yang dianggap cocok. Kecocokan teknik dan metode tersebut dipilih berdasarkan masalah yang ditangani, situasi organisasi dan tujuan dari audit itu sendiri. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (Mixed Methods). Pemilihan penggunaan metode kombinasi ini juga berdasarkan pertimbangan dari tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini sehingga data yang diperoleh harus berupa data kuisioner dan data wawancara secara mendalam.

Creswell (2009) dalam Sugiyono (2013:407) membagi metode kombinasi menjadi dua model utama yaitu model sequential (kombinasi berurutan) yang meliputi sequential explanatory (kuantitatif-kualitatif) dan sequential exploratory (kualitatif-kuantitatif), dan model concurrent (kombinasi campuran) yang meliputi concurrent embedded (campuran tidak berimbang) dan concurrent triangulation (campuran berimbang). Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, metode yang cocok untuk digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian dengan model Sequential Explanatory (kombinasi berurutan dari kuantitatif ke kualitatif).

Menurut Creswell (2009) dalam Sugiyono (2013:411) menyatakan bahwa: "explanatory strategy in mixed methods research is characterized by the collection and analysis of quantitative data in a first phase followed by the collection and analysis of initial qualitative data in a second phase that build on the result of initial quantitative result". Metode penelitian kombinasi

model Sequential Explanatory merupakan metode penelitian kombinasi yang menggunakkan pengumpulan data dan analisis kuantitatif pada tahap pertama dan diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap ke dua, guna memperkuat hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan pada tahap pertama. Model penelitian sequential explanatory (urutan pembuktian kuantitatif-kualitatif) ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:

1.6.2 Subjek penelitian Populasi

Menurut Sugiyono (2013:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sabar (2007) Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau study sensus. Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 40 orang dari seluruh jumlah karyawan. Penelitian ini memiliki populasi kurang dari 100 sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

International Communication Association (ICA) sebagai organisasi komunikasi internasional telah membakukan standar pengukuran untuk audit komunikasi yang dikenal sebagai sistem lima alat pengukuran (system of five measurement instrument) yang oleh Goldhaber dirumuskan menjadi teknik dan metode : survey dengan kuesioner (questionerraire survey), wawancara tatap muka (interview), teknik analisis jaringan (network

analysis technique), pengalaman komunikasi (communication experience) dan catatan harian komunikasi (communication diary). Standar pengukuran ini tidak baku artinya para ahli atau konsultan tetap memiliki kebebasan untuk memilih dan menetukan teknik dan metode mana saja yang dianggap sesuai dengan masalah, situasi organisasi dan tujuan audit yang hendak dicapai karena setiap organisasi pun berbeda baik jenis, ragam maupun ukurannya.

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013: 203). Marshall dalam Sugiono (2013: 310) menyatakan bahwa "through observation, the researcher learn about behavior and he meaning attached to those behavior". Jadi melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Berkaitan dengan observasi yang dilakukan dalam penelitian kualitatif maka observasi yang digunakan yaitu observasi langsung. Adapun data yang diperoleh dalam observasi yang digunakan peneliti dalam melengkapi hasil penelitian ini antara lain:

 Membandingkan data hasil wawancara dan kuisioner dengan data pengamatan. Membandingkakan data hasil wawancara dan kuisioner dengan data dokumen yang berlainan

b. Kuisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013: 199). Kuisioner digunakan untuk memperoleh data mengenai kualitas media internal dan aksesibilitas informasi BPSDMP Kominfo Yogyakarta.

Untuk setiap item dalam kuisioner terdapat lima pilihan jawaban yang dapat menggambarkan tingkat atau nilai. Skala likert lima tingkat digunakan untuk tujuan pilihan kepada responden, yaitu sangat tinggi, tinggi, menengah, rendah, dan sangat rendah. Sementara dari skema pemberian skor, distribusin skor setiap satu item seperti dibawah ini :

Skala	Skor
Sangat Tinggi	5
Tinggi	4
Biasa-biasa saja	3
Rendah	2
Sangat Rendah	1

Sebelum kuisioner digunakan untuk penelitian, sebelumnya dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas yang dilakukan terhadap 30 reponden yang

merupakan pegawai salah satu instansi organisasi yang memiliki kondisi yang sama seperti organisasi BPSDMP Kominfo Yogyakarta.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Rumus yang digunakan untuk mengukur uji reliabilitas alat ukur penelitian ini adalah Alpha Cronbach. Rumus ini digunakan karena jawaban dalam instrumen kuesioner merupakan rentang antara beberapa nilai.

Pengujian realibilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas instrumen (Cronbach Alpha)

k =banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

 $\sum \sigma_t^2$ = total varians skor tiap-tiap butir

 σ_t^2 = total varian

Instrumen atau kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* lebih besar 0,60 (>0,6). Selain itu, alat ukur atau instrumen dikatakan

memiliki reliabilitas yang baik jika selalu memberikan hasil yang sama maupun oleh peneliti yang berbeda atau dengan kata lain instrumen penelitian harus memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Dalam penelitian ini, analisis data akan dilakukan dengan program SPSS 16.

Tabel 1.3
Uji Reliabilitas

Variable	Nilai alpha	Standar	Keterangan
	Cronbach		
Kualitas Media	0.849	>0.6	Reliable
Internal			
Aksesibilitas	0.777	>0.6	Reliable
Informasi			

2. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sedangkan instrumne yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Sebenarnya kita tidak pernah mengukur objek, tetapi yang kita ukur adalah sifat-sifat objek. Pada penelitian ini pengujian validitas menggunakan validitas kontruk yaitu menunjukan sejauh mana suatu alat ukur mengukur kontruk teoritis yang tertentu (Yakni, suatu keadaan yang dihipotesiskan yang mempunyai hubungan sebab akibat).

Dalam pengujian melakukan uji skala pengukur pada sejumlah responden sejumlah 30 orang. Dalam menghitung antara masing-masing

pernyataan dengan skor total dengan rumus korelasi product moment, sebagai berikut:

$$r_{xy=\frac{N(\sum XY)-(\sum X\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2-(\sum X)^2][N\sum Y^2-(\sum Y)^2]}}}$$

 r_{xy} = koefisien korelasi sederhana antara skor x dengan skor y

N = jumlah responden

X = skor tiap item

Y = skor total

XY = skor item x skor total

Kriteria pengambilan keputusan valid atau tidaknya kuesioner dalam penelitian ini didasarkan pada teknik korelasi product moment dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table. Bila angka korelasi melebihi angka kritik dalam table nilai r, maka korelasi tersebut dikatakan signifikan. Dikatakan valid jika r hitung (corrected item-total correlation) lebih besar (>) dari r table.

- Jikan nilai r hitung > r tabel makan instrumen yang digunakan valid.
- Jikan nilai r hitung < maka instrumen yang digunakan tidak valid.

a) Uji Validitas Kualitas Media

Pada variable kualitas media terdapat sembilan pertanyaan yang dilakukan uji terhadap karyawan kantoran sebanyak 30 orang (n = 30) dengan karakteristik yang sesuai dengan karakteristik responden penelitian.

Tabel 1.4 Uji Validitas Kualitas Media

N=30

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	ket
110	1 Crtanyaan	1 mung	1 tabel	KCt
1	Standar warna-warna yang digunakan pada media internal (Buku Panduan & Papan Pengumuman) kantor sudah memiliki kualitas yang baik.	0.563	0.361	Valid
2	Media internal kantor dilengkapi dengan gambar-gambar yang menarik dan foto- foro karyawan.	0.503	0.361	Valid
3	Penataan (<i>layout</i>) media internal memudahkan karyawan untuk membaca.	0.753	0.361	Valid
4	Informasi dari media internal mampu meningkatkan kemampuan koordinasi karyawan.	0.683	0.361	Valid
5	Media internal menyediakan informasi mengenai hal-hal yang ingin dicapai oleh perusahaan.	0.648	0.361	Valid
6	Media internal menyediakan informasi hasil keputusan yang mempengaruhi karyawan.	0.639	0.361	Valid
7	Media internal mampu membantu menjelaskan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan kepada karyawan.		0.361	Valid
8	Media internal menyediakan instruksi atau petunjuk mengenai pekerjaan.	0.737	0.361	Valid
9	Akses internet dikantor ini sangat mudah.	0.753	0.361	Valid

b) Uji Validitas Aksesibilitas Informasi

Pada variable aksesinilitas informasi juga terdapat sembilan pertanyaan yang dilakukan uji terhadap karyawan kantoran sebanyak 30 orang (n = 30) dengan karakteristik yang sesuai dengan karakteristik responden penelitian

Tabel 1.5

Uji Validitas Aksesibilitas Informasi

N = 30

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
1	Kemudahan bertemu dengan atasan langsung	0.664	0.361	Valid
2	Kemudahan mendapatkan informasi dari atasan mengenai tugas dan pekerjaan	0.664	0.361	Valid
3	Kemudahan bertemu dengan rekan-rekan kerja.	0.600	0.361	Valid
4	Kemudahan mendapatkan laporan dari divisi-divisi dalam perusahaan.	0.530	0.361	Valid
5	Kemudahan mendapatkan gosip di kalangan karyawan	0.416	0.361	Valid
6	Kemudahan memperoleh akses intranet (email, homepage).	0.685	0.361	Valid
7	Kemudahan medapatkan informasi dari rapat.	0.608	0.361	Valid
8	Kemudahan memperoleh buku manual (buku pedoman).	0.697	0.361	Valid
9	Kemudahan memperoleh informasi dari papan pengumuman	0.599	0.361	Valid

c. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013: 194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Dalam penelitian ini, peneliti mencatat semua jawaban dari responden sebagaimana adanya. Pewawancara sesekali menyelingi jawaban responden, baik untuk meminta penjelasan maupun untuk meluruskan bilamana ada jawaban yang menyimpang dari pertanyaan. Jenis wawancara yang

digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Maksudnya, dalam melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Di sini, peneliti melakukan wawancara terhadap Bapak Drs. Zulkurnain selaku kepala pimpinan BPSDMP Kominfo Yogyakarta dan beberapa karyawan. Narasumber ini dipilih berdasarkan kebutuhan informasi pada penelitian ini sesuai klasifikasi hubungan komunikasi organisasi yakni terdapat atasan, karyawan, dan kolega atau rekan kerja.

1.6.4 Teknik Analisi Data

A. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif dilakukan dengan prosedur dan tahapan sebagai berikut:

- 1) melakukan pentabulasian data terhadap angket yang telah diisi oleh responden.
- 2) melakukan perhitungan skor tiap indikator.
- 3) menghitung skor total, mean, median dan standar deviasi.
- 4) selanjutnya dilakukan analisis persentase:

$$P = \frac{f}{n}x \ 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase hasil yang diperoleh

f = Frekuensi dari masing-masing jawaban

n = Jumlah responden

Mendeskripsikan data yang telah diperoleh dengan tujuan untuk melihat kecenderungan distribusi frekuensi dan menentukan tingkat ketercapaian responden. Menurut Sugiyono cara menghitung persentase tingkat pencapaian responden dengan menggunakan rumus berikut :

$$Persentase = \frac{Skor\,rata - rata}{Jumlah\,Skor\,tertinggi\,Ideal}x\,100\%$$

Untuk melihat tingkat pencapaian responden pada masing-masing variabel digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1.6 Standar Pencapaian Responden

Penilaian Persen	Kategori
81% - 100%	Sangat baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup baik
21% - 40%	Kurang baik
1% - 20%	Sangat tidak baik

a. Variabel pertama: Kualitas Media Internal

Rentang skor yang digunakan dalam variabel, yaitu satu sampai lima, sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, sangat tidak baik, digunakan untuk melihat kualitas media internal BPSDMP Kominfo. Dari segi mayoritas responden dan mean atau rata-rata untuk melihat secara umum media internal BPSDMP Kominfo.

b. Variabel kedua: Aksesibilitas Informasi

Pada variabel kedua semakin tinggi persentase mean atau rata-rata variabel maka semakin mudah akses informasi dalam BPSDMP Kominfo. Sebaliknya jika persentasi mean termasuk dalam kategori rendah maka akses informasi BPSDMP Kominfo tidak mudah oleh karyawan.

B. Analisis data Kualitatif

Data kualitatif yang telah diperoleh merupakan kumpulan kata-kata yang masih sifatnya luas, melalui teknik analisis data kumpulan kata-kata tersebut diproses menjadi lebih terfokus dalam arah tujuan penelitian. Alat bantu analisis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis interaktir Miles dan Huberman dalam Pawito (2008:104) yang menjelaskan bahwa tekniki ini terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data dan pengujian kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan awal yang dilakukan dalam proses teknik analisis data, yakni dengan melakukan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, mengategorikan dan tranformasi data kasar yang muncul selama berlangsungnya proses penelitian dan mengorganisasikan data, kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan. Data yang akan direduksi merupakan kumpulan daya yang didapatkan melalui hasil wawancara dengan managerial BPSDMP Kominfo, serta kumpulan data yang diperoleh selama observasi langsung ke lapangan. Reduksi yang dilaksanakan bedasarkan tiga tahapan, yakni:

- a) Tahap pertama yaitu editing, pengelompokan dan peringkasan data.
- Tahap kedua yaitu penyusunan catatan yang berkaitan dengan tema dan pola data.
- c) Tahap ketiga yaitu konseptualisasi tema dan pola.

b. Penyajian Data

Penyajian data yaitu sebagai kumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan tahapan kedua dalam teknis analisis data kualitatif, dalam penyajian data peneliti akan melakukan pengorganisasian data dengan menjalin atau menghubungkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain. (Silalahi 2009:34)

c. Penarikan atau Pengajuan Kesimpulan

Pengimplentasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola data yang ada atau kecendrungan dari tampilan data yang telah disusun. Penarikan kesimpulan ini kemudian harus di uji atau diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali dengan meninjau lagi secara sepintas pada catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih cepat. (Sugiyono 2013:92).