ANALISIS IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI PERUSAHAAN KKV PENTACITY BALIKPAPAN

Trifenna Debora Rondonuwu ¹ & Ainun Ni'Matu Rohmah ²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan di KKV Pentacity Balikpapan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Fokus utama penelitian ini adalah kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, serta perhatian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui model yang dikembangkan Milles dan Huberman dengan tiga langkah utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi yang ada di KKV Pentacity Balikpapan telah cukup baik. Penciptaan iklim komunikasi organisasi untuk meningkatkan kinerja karyawan meliputi kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, serta perhatian. Pembangunan kepercayaan antara karyawan dengan atasan dan antar sesama karyawan dilakukan dengan penciptaan keyakinan dan peningkatan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan serta tindakan. Pembuatan keputusan bersama dilakukan dengan pemberian kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi antara karyawan dengan manajemen. Kejujuran diupayakan dengan beberapa cara seperti menciptakan kepercayaan antara karyawan dengan atasan dan sesama karyawan. Keterbukaan dilakukan dengan memberikan kemudahan pada karyawan untuk mendapatkan akses informasi serta menciptakan sistem koordinasi antar karyawan satu departemen dengan lintas departemen. Perhatian dilakukan dengan beberapa cara seperti memberikan motivasi, bertanya kesulitan yang dihadapi saat bekerja, memberikan apresiasi, serta meningkatkan level jabatan karyawan.

Kata Kunci: Retail, Iklim Organisasi, Kinerja, Karyawan

Pendahuluan

Sektor retail di Indonesia tetap menjadi salah satu pasar yang paling menjanjikan di antara negara-negara Asia. Kondisi tersebut dapat terjadi karena

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: tdrondonuwu@gmail.com

² Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

negara ini memiliki populasi yang cukup besar dan kelas menengah yang terus bertambah. Selain itu, Indonesia juga memiliki konsumen dengan daya beli rumah tangga yang tinggi serta kebiasaan belanja yang semakin modern. Kebiasaan-kebiasaan demikian pada akhirnya menarik banyak minat dari perusahaan terkemuka yang berbisnis di bidang retail untuk memperluas jangkauan pasar mereka di Indonesia. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang tersebut adalah perusahaan terkemuka asal Tiongkok yaitu KK Group.

Sejak hadir di pasar retail Indonesia, KKV Group setidaknya telah membawahi beberapa *brand* populer seperti Dunns, Dylee & Lylee, Staff & Co, Alba sol, Scarlet Whitening, hingga Mr. Man. KKV. Selain diisi oleh berbagai macam produk populer, kehadirannya juga merubah pola bisnis retail. Hal ini terjadi karena KKV mengintegrasikan lebih dari 7 bagian gaya hidup seperti *skincare*, *cosmetic*, alat kecantikan, peralatan rumah tangga, kebutuhan sehari-hari, F&B, mainan anak, *stationary*, *plant*, hingga *fashion* dan aksesoris. Pola bisnis ini tentu berbeda dengan retail-retail lain yang cenderung menonjolkan produk kebutuhan pokok tanpa mengintegrasikan produk satu dengan produk lainnya.

Strategi dan perbedaan tersebut membuat KKV dapat bertahan dalam kompetisi retail di Indonesia. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya cabang-cabang KKV di setiap daerah, di mana salah satunya di KKV Pentacity Balikpapan. Cabang KKV ini berdasarkan pengamatan peneliti cukup menyedot animo pembeli, baik untuk mencari kebutuhan pokok atau untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Hal ini terbukti dengan hasil studi dokumentasi yang menunjukkan bahwa diawal pembukaannya, KKV Pentacity Balikpapan mampu mencapai penjualan hingga Rp400 juta. Tingginya angka penjualan saat awal pembukaan KKV Pentacity membuat target penjualan di setiap bulanya juga tinggi.

Pada tahun 2023, target penjualan secara keseluruhan mencapai Rp4,8 miliar, dengan rincian Rp1,82 miliar untuk departemen *toys/F&B/stationery*, Rp1,2 miliar untuk departemen *house product/daily use*, Rp1,152 miliar untuk departemen *cosmetic/skincare/beautytools*, serta Rp624 juta untuk departemen *fashion/accessories/plant*. Tingginya target penjualan yang ditetapkan mengharuskan adanya kinerja dan jalinan kerjasama yang kuat antara satu karyawan dengan karyawan lain atau karyawan dengan atasan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menciptakan kinerja dan kerjasama antar setiap komponen tersebut adalah dengan komunikasi organisasi yang baik.

Berkenaan dengan komunikasi, hal ini menurut D (salah satu karyawan KKV Pentacity Balikpapan) pada proses wawancara pra penelitian justru merupakan masalah utama yang ada di KKV Pentacity Balikpapan. Dinyatakan sebagai masalah utama karena menurutnya, hingga saat ini masih ada ketidakefektifan komunikasi yang dilakukan, baik atasan dengan karyawan atau antar sesama karyawan. D menjelaskan lebih lanjut jika ketidakefektifan komunikasi terletak pada proses penyebaran informasi, di mana pada

implementasinya hal ini tidak dilakukan secara serentak oleh leader divisi pada setiap pegawai, namun dititipkan pada pegawai-pegawai tertentu sehingga menimbulkan keaburan informasi atau ketidakjelasan instruksi.

Ketidakefektifan komunikasi di KKV Pentacity Balikpapan berdampak langsung pada iklim komunikasi organisasi. Informasi yang hanya diberikan kepada beberapa karyawan menimbulkan kecemburuan sosial, konflik, dan kurangnya dukungan antar sesama karyawan. Selain itu, komunikasi yang buruk antara *leader* divisi dan anggota divisi terlihat dari pengambilan keputusan sepihak, sehingga menyebabkan karyawan merasa diabaikan dan menciptakan atmosfer ketidakpercayaan. Komunikasi interpersonal yang terjadi juga kurang baik, sebab beberapa kali terjadi teguran terhadap bawahan di depan pelanggan yang merusak harga diri dan menyebabkan ketidaknyamanan dalam bekerja.

Kondisi demikian pada akhirnya mendorong beberapa karyawan untuk mengundurkan diri. Selain itu, karena buruknya iklim komunikasi pada akhirnya menurunkan keterlibatan aktif karyawan dalam melayani pelanggan. Bahkan, minimnya penghargaan dan umpan balik dari atasan menurunkan motivasi kerja, sehingga menciptakan lingkungan negatif yang menghambat komunikasi yang efektif dan efisien dengan pelanggan. Berdasarkan pada uraian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis iklim komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan di KKV Pentacity Balikpapan.

Kerangka Dasar Teori

Iklim Komunikasi Organisasi

Iklim komunikasi organisasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersona, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut (Santoso, 2015). Selain itu, iklim komunikasi organisasi juga merupakan suatu citra makro, abstrak dan gabungan dari suatu fenomena global (Cartono & Maulana, 2019). Oleh karenanya, pada iklim organisasi ini, Pace dan Faules dalam Santoso (2015) menyatakan bahwa ada beberapa dimensi yang cukup melekat seperti kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, serta perhatian.

Dimensi-dimensi tersebut memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Kepercayaan memungkinkan hubungan kerja yang harmonis, sementara pembuatan keputusan bersama meningkatkan rasa memiliki di antara karyawan. Kejujuran dan keterbukaan dalam komunikasi membantu mencegah kesalahpahaman serta memperkuat hubungan antarpegawai. Selain itu, perhatian terhadap kebutuhan dan aspirasi karyawan dapat meningkatkan motivasi serta loyalitas mereka terhadap organisasi. Namun, dimensi ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pimpinan, tingkah laku anggota, tingkah laku kelompok kerja, dan faktor eksternal organisasi (Aryanto, Astuti, & Kumadji, 2019).

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses saling menukar pesan dalam satu jaringan yang saling berketergantungan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Andriyani, Darmawan, & Hidayati, 2018). Oleh karenanya, menurut Akhmad (2022) komunikasi organisasi memiliki fungsi pada orientasi pengaturan dan produksi. Fungsi pengaturan meliputi pesan yang memungkinkan para manajer dan para anggota organisasi untuk menentukan sasaran dan tujuan, merumuskan bidang masalah, menilai prestasi, memberi instruksi, serta mempengaruhi. Adapun fungsi meliputi pengumpulan modal, penerimaan dan pemecatan pegawai, teknik dan cara produksi, pengepakan, penjualan dan pengiriman.

Komunikasi organisasi terdiri atas 4 bentuk, yaitu komunikasi organisasi verbal dan non verbal, horizontal dan vertikal, formal dan informal, serta internal dan eksternal (Siregar et al, 2021). Komunikasi verbal dan nonverbal mencerminkan cara individu menyampaikan pesan, baik melalui kata-kata maupun ekspresi, gestur, atau bahasa tubuh. Sementara komunikasi horizontal terjadi antara sesama anggota dengan tingkat yang sama, serta komunikasi vertikal terjadi antara atasan dan bawahan. Di sisi lain, komunikasi formal biasanya berbentuk laporan atau pertemuan resmi, sedangkan komunikasi informal terjadi secara spontan dalam interaksi sehari-hari. Adapun komunikasi internal dan eksternal digunakan untuk membedakan apakah informasi disampaikan dalam atau keluar lingkungan organisasi.

Adaptive Structuration Theory (AST) M.S Poole

Teori AST berfokus pada struktur sosial, aturan, dan sumber daya yang disediakan oleh teknologi dan institusi sebagai basis dari aktivitas manusia. Struktur sosial berfungsi sebagai *template* untuk merencanakan dan menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Struktur dalam institusi dapat ditemukan dalam jenjang pelaporan, pengetahuan organisasi dan standar operasional prosedur (SOP). Struktur sosial dalam AST menurut Poole (2014) dapat digambarkan dalam dua konsep yaitu *structural features* dan *spirit* dari rangkaian *feature* tersebut.

Structural features berkaitan dengan tipe spesifik dari peraturan dan sumber daya atau kapabilitas yang ada pada sebuah sistem, sedangkan *spirit* berkaitan dengan kesesuaian penggunaan dengan nilai-nilai dan tujuan-tujuan yang mendasari *structural features* tersebut. Pada teori AST juga, urgensi suatu tugas dan lingkungan organisasi dapat dikategorikan sebagai struktur. Strukturasi adalah suatu proses dimana struktur sosial diproduksi dan direproduksi dalam kehidupan sosial. Strukturasi terjadi ketika anggota-anggota tersebut memakai jalan musyawarah dan mufakat untuk mengambil suatu keputusan, atau melaksanakan aturan tersebut dengan spirit demokrasi.

Kinerja

Kinerja pegawai juga merupakan kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab

yang diberikan. Sebagai kualitas dan kuantitas yang dicapai seseorang, John Miner dalam Mathis dan Jackson (2017) menyatakan bahwa ada beberapa indikator kinerja, yaitu kualitas, kuantitas, penggunaan waktu dalam bekerja, serta kerja sama dengan orang lain. Indikator-indikator tersebut berperan dalam menilai efektivitas kerja karyawan dalam suatu organisasi.

Kualitas kerja mencerminkan tingkat ketepatan, ketelitian, dan standar hasil yang dihasilkan oleh karyawan dalam menyelesaikan tugasnya. Kuantitas kerja mengacu pada jumlah pekerjaan yang dapat diselesaikan dalam periode tertentu. Selain itu, penggunaan waktu dalam bekerja berkaitan dengan penyelesaian tugas dengan optimal dalam waktu yang tersedia. Adapun kerja sama dengan orang lain juga menjadi aspek krusial, karena dalam lingkungan organisasi, kolaborasi yang baik dapat meningkatkan sinergi tim dan mempercepat pencapaian tujuan bersama.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Fokus utama penelitian ini adalah kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, serta perhatian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui model yang dikembangkan Milles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018) dengan tiga langkah utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian

Kepercayaan

KKV Pentacity Balikpapan, dalam upayanya untuk menciptakan iklim organisasi yang baik, salah satu cara yang digunakan adalah dengan membangun kepercayaan antara karyawan dengan atasan dan antar sesama karyawan. Langkah ini sangat penting karena menurut Santoso (2015), iklim komunikasi organisasi merupakan gabungan dari persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan, serta konflik antarpersona. Artinya, dengan adanya kepercayaan memungkinkan terciptanya aliran informasi yang terbuka, jujur, dan efektif. Ketika karyawan mempercayai atasannya, maka hal ini akan membuatnya mudah untuk berbicara secara terbuka tentang masalah, memberikan saran, serta menyampaikan kekhawatiran tanpa rasa takut akan konsekuensi negatif.

Penciptaan iklim organisasi melalui dimensi kepercayaan dilakukan pula dengan cara mengembangkan dan mempertahankan hubungan melalui peningkatan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan serta tindakan. Pengembangan dan pemeliharaan hubungan melalui peningkatan kredibilitas sesuai dengan teori AST, karena kredibilitas merupakan elemen struktural yang dibangun melalui interaksi sosial di dalam organisasi. Ketika karyawan dan atasan secara konsisten menggunakan aturan dan tindakan yang mendukung kredibilitas,

mereka tidak hanya mematuhi struktur yang ada, tetapi juga mengadaptasi dan memperkuat struktur tersebut, sehingga menghasilkan iklim organisasi yang lebih kuat dan berbasis pada kepercayaan (Poole, 2014).

Namun demikian, dalam konteks kepercayaan ini perlu digarisbawahi jika ada 1 masalah yang dapat merusak iklim organisasi yaitu pendelegasian informasi hanya pada 1 atau 2 orang karyawan secara khusus. Dinyatakan dapat merusak karena pertama, pendelegasian informasi yang terbatas ini dapat merusak kredibilitas pimpinan. Pemimpin yang dianggap pilih kasih atau tidak adil dalam distribusi informasi mungkin akan dilihat sebagai kurang transparan atau memiliki agenda tersembunyi (Akhmad, 2022). Hal ini menciptakan kesenjangan antara pemimpin dan karyawan lainnya, yang pada gilirannya dapat memicu ketidakpercayaan. Karyawan juga mungkin mulai meragukan niat dan integritas pemimpin, yang berisiko menciptakan iklim organisasi yang penuh dengan ketidakpastian dan ketegangan (Agnes, Erawan & Rande, 2021).

Kedua, muncul dampak negatif terhadap rasa percaya diri karyawan yang tidak mendapat akses informasi (Jaelani & Risnawati, 2021). Karyawan yang merasa diabaikan dalam proses komunikasi penting mungkin merasa dipandang rendah oleh manajemen. Hal ini dapat menurunkan motivasi mereka, mengurangi partisipasi aktif mereka dalam pekerjaan, dan pada akhirnya mengurangi produktivitas. Selain itu, bawahan merasa kurang terlibat dalam pengambilan keputusan, yang dapat mempengaruhi rasa tanggung jawab dan komitmen mereka terhadap organisasi. Ketiga, praktik ini juga dapat memecah belah tim dan menciptakan kelompok eksklusif yang berdampak pada kohesi tim. Ketika hanya beberapa orang yang memiliki akses ke informasi penting, dinamika kelompok dapat terganggu, menciptakan perasaan ketidakadilan dan persaingan tidak sehat.

Pembuatan Keputusan Bersama

Penciptaan keputusan bersama di KKV Pentacity Balikpapan merupakan langkah penting dalam membangun iklim komunikasi organisasi yang positif. Langkah pertama dalam proses ini, yaitu pemberian kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi antara karyawan dan manajemen, memainkan peran krusial dalam membentuk iklim komunikasi yang inklusif dan transparan. Menurut teori iklim komunikasi organisasi, seperti yang dijelaskan oleh Santoso (2015), iklim komunikasi dipengaruhi oleh persepsi terhadap pesan dan peristiwa yang terjadi dalam organisasi. Dengan membuka saluran komunikasi, organisasi menciptakan lingkungan di mana karyawan merasa diperhatikan dan dihargai, yang dapat meningkatkan kepuasan kerja dan keterlibatan.

Dalam teori komunikasi organisasi, komunikasi yang efektif juga dianggap sebagai fondasi dari interaksi yang sehat dalam organisasi (Nurlidia & Rohanda, 2018). Pemberian kesempatan untuk berkomunikasi dan berkonsultasi menciptakan ruang bagi pertukaran informasi yang dua arah antara manajemen dan karyawan (Duha, 2018). Hal ini memungkinkan informasi yang relevan dan akurat untuk mengalir di seluruh organisasi, mengurangi potensi terjadinya miskomunikasi dan konflik (Andriyani, Darmawan, & Hidayati, 2018). Dengan

demikian, dapat dipahami bahwa komunikasi yang terbuka karyawan lebih memahami tujuan dan strategi organisasi, yang pada gilirannya meningkatkan koordinasi dan kerjasama.

Dari perspektif AST, pengintegrasian karyawan dalam proses pengambilan keputusan mengarah pada adaptasi struktur yang lebih responsif terhadap dinamika internal organisasi (Poole, 2014). Kondisi ini mencerminkan penggunaan aturan dan sumber daya yang mendukung keterlibatan semua pihak dalam organisasi. Selain itu, ketika manajemen memberikan kesempatan kepada karyawan untuk terlibat dalam konsultasi, mereka memperkuat struktur organisasi yang berbasis pada kepercayaan dan partisipasi. Struktur ini pun pada akhirnya berfungsi sebagai kerangka kerja yang membimbing tindakan anggota organisasi.

Kejujuran

Kejujuran merupakan cara lain yang digunakan oleh KKV Pentacity Balikpapan untuk menciptakan iklim komunikasi organisasi yang baik. Perilaku jujur ini diupayakan dengan beberapa cara seperti menciptakan kepercayaan antara karyawan dengan atasan dan sesama karyawan. Selain itu, cara yang lainya adalah dengan aktif berkomunikasi, koordinasi, serta menciptakan aturan yang relevan. Kejujuran dapat menciptakan iklim organisasi yang positif karena menurut Pace dan Faules dalam Santoso (2015), hal ini dapat menciptakan suasana yang penuh keterusterangan. Ketika suasana ini tercipta, maka memungkinkan setiap individu untuk berbicara secara terbuka tentang masalah, memberikan masukan, dan menyampaikan kekhawatiran tanpa rasa takut akan konsekuensi negatif.

Kondisi ini pada akhirnya menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi dan partisipasi aktif, di mana semua anggota merasa dihargai dan didengar. Sehingga pada akhirnya, kejujuran tersebut memperkuat hubungan antar anggota organisasi dan mendorong terciptanya iklim komunikasi yang positif, di mana komunikasi berlangsung secara efektif dan konstruktif. Dalam konteks teori AST, kejujuran memainkan peran kunci dalam membentuk dan mempertahankan struktur organisasi yang mendukung iklim komunikasi yang positif. AST, yang dikembangkan oleh Poole (2014), menekankan bahwa struktur organisasi tidak statis, melainkan dibentuk dan dimodifikasi melalui interaksi sosial serta penggunaan aturan dan sumber daya. Kejujuran dalam komunikasi adalah salah satu aturan yang mempengaruhi struktur sosial ini.

Kejujuran, sebagai nilai yang diterapkan dalam interaksi dan komunikasi, memfasilitasi pembentukan struktur organisasi yang lebih terbuka dan adaptif. Ketika kejujuran diterapkan secara konsisten, ia akan menciptakan norma-norma komunikasi yang transparan dan dapat diandalkan (Syahidah & Nurliah, 2024). Hal ini akhirnya memungkinkan anggota organisasi untuk berkomunikasi secara lebih efektif, karena mereka yakin bahwa informasi yang diterima dan dibagikan adalah akurat dan jujur (Poole, Mcphe, & Iverson, 2020). Dalam hal tersebut, kejujuran juga menjadi salah satu mekanisme yang membentuk struktur

komunikasi organisasi, yang mendukung aliran informasi yang bebas dan kolaboratif (Wibowo et al, 2023).

Keterbukaan

Iklim organisasi positif di KKV Pentacity Balikpapan dibentuk dengan cara menciptakan keterbukaan. Untuk mencapai pada aspek keterbukaan guna mencapai pada iklim organisasi yang positif, langkah pertama adalah dengan memberikan kemudahan pada karyawan untuk mendapatkan akses informasi. Hal ini setidaknya sejalan dengan konsep komunikasi organisasi, sebab dalam teorinya dikatakan bahwa komunikasi yang efektif memerlukan aliran informasi yang bebas dan jelas di seluruh tingkat organisasi (Abugre, 2015). Ketika karyawan memiliki akses yang memadai terhadap informasi, mereka dapat memahami tujuan, kebijakan, dan keputusan organisasi dengan lebih baik. Hal ini mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan pemahaman dan meningkatkan kejelasan dalam komunikasi.

Langkah lain yang dilakukan adalah dengan menciptakan sistem koordinasi antar karyawan satu departemen dengan lintas departemen. Hal ini, secara teoritis berdasarkan teori AST dapat menghasilkan koordinasi yang baik serta organisasi dapat lebih cepat menanggapi perubahan dan masalah yang muncul, karena informasi dan umpan balik dapat disalurkan dengan lebih efisien. Lebih jauh lagi, koordinasi lintas departemen mendukung pembentukan struktur sosial yang inklusif dan kolaboratif. Hal ini terjadi karena berdasarkan teori AST, struktur sosial ini terbentuk melalui interaksi dan penggunaan aturan yang mendukung komunikasi yang efektif. Dengan mendorong koordinasi antar departemen, KKV Pentacity Balikpapan dapat menciptakan aturan informal, sehingga memperkuat iklim komunikasi yang positif serta meningkatkan efisiensi operasional.

Perhatian

Langkah terakhir yang dilakukan oleh KKV Pentacity Balikpapan untuk menciptakan iklim organisasi yang positif adalah dengan pemberian perhatian. Pemberian perhatian dilakukan dengan beberapa cara seperti memberikan motivasi, bertanya kesulitan yang dihadapi saat bekerja, memberikan apresiasi, serta meningkatkan level jabatan karyawan. Motivasi yang diberikan oleh manajemen membantu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan. Ketika karyawan merasa termotivasi, mereka cenderung lebih terlibat dan berkomitmen terhadap pekerjaan mereka. Di dalam teori komunikasi organisasi juga ditunjukkan bahwa motivasi yang efektif memperkuat aliran informasi yang positif dan menciptakan suasana kerja yang produktif (Akhmad, 2022).

Menanyakan kesulitan yang dihadapi karyawan menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap tantangan yang mereka hadapi dalam pekerjaan mereka. Hal ini menciptakan iklim di mana karyawan merasa nyaman untuk berbagi masalah dan mencari bantuan tanpa rasa takut akan dampak negatif. Pada konteks ini, dapat pula ditemukan kesesuaian bahwa di dalam teori iklim komunikasi organisasi, ditekankan jika saluran komunikasi terbuka untuk mengatasi masalah

dan konflik (Roskina & Haris, 2020). Dengan membuka ruang untuk diskusi tentang kesulitan, organisasi mendukung penyelesaian masalah secara efektif dan meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Memberikan apresiasi atas kerja keras dan pencapaian karyawan adalah bentuk pengakuan yang memperkuat rasa harga diri dan keterlibatan karyawan.

Apresiasi yang diterima karyawan menciptakan iklim di mana usaha mereka dihargai, yang mendorong mereka untuk terus berkontribusi secara positif. Dalam kerangka teori komunikasi organisasi, apresiasi berperan penting dalam memperkuat hubungan antara karyawan dan manajemen, serta memfasilitasi komunikasi yang lebih terbuka dan positif. Apresiasi meningkatkan rasa loyalitas dan motivasi karyawan, yang mendukung lingkungan kerja yang harmonis dan produktif (Afandi, 2018). Selain itu, peningkatan level jabatan membawa peluang pengembangan dan pertumbuhan profesional berkontribusi pada iklim komunikasi yang positif dengan meningkatkan keterlibatan karyawan dan mendukung aliran informasi yang lebih baik di seluruh organisasi.

Kesimpulan

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi yang ada di KKV Pentacity Balikpapan telah cukup baik. Penciptaan iklim komunikasi organisasi untuk meningkatkan kinerja karyawan meliputi kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, serta perhatian. Pembangunan kepercayaan antara karyawan dengan atasan dan antar sesama karyawan dilakukan dengan penciptaan keyakinan dan peningkatan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan serta tindakan. Pembuatan keputusan bersama dilakukan dengan pemberian kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi antara karyawan dengan manajemen. Kejujuran diupayakan dengan beberapa cara seperti menciptakan kepercayaan antara karyawan dengan atasan dan sesama karyawan. Keterbukaan dilakukan dengan memberikan kemudahan pada karyawan untuk mendapatkan akses informasi serta menciptakan sistem koordinasi yang baik. Perhatian dilakukan dengan beberapa cara seperti memberikan motivasi, bertanya kesulitan yang dihadapi saat bekerja, memberikan apresiasi, serta meningkatkan level jabatan karyawan

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka beberapa rekomendasi dari penelitian ini adalah: 1) *Leader* di setiap departemen hendaknya tidak menggunakan teknik pendelegasian. Hal ini bertujuan agar informasi dapat diterima dengan lengkap oleh setiap karyawan; 2) *Leader* di setiap departemen hendaknya memberikan umpan balik yang konstruktif, sehingga dapat membantu karyawan memahami kinerja mereka dan area/proses pekerjaan yang perlu diperbaiki; 3) KKV Pentacity Balikpapan hendaknya menyediakan berbagai saluran komunikasi yang memungkinkan karyawan untuk berbicara dan memberikan masukan kepada manajemen.

Daftar Pustaka

- Aburge, J. (2015). Appraising the Impact of Organizational Communication on Worker Satisfaction in Organizational Workplace. *Problems of Management in the 21st Century*, 1(1), 7-15.
- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1 ed.). Riau: Zanafa Publishing.
- Agnes, R. F., Erawan, E., & Rande, S. (2021). Analisis Iklim Komunikasi Organisasi Pada Kantor Cabang Bank Artha Graha Internasional Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 260-271.
- Akhmad, B. A. (2022). *Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Andriyani, Darmawan, & Hidayati. (2018). *Buku Ajar Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Aryanto, R. W., Astuti, E. S., & Kumadji, S. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Iklim Organisasi dan Kepuasan Kerja. *PROFIT: Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 24-29.
- Cartono, & Maulana, A. (2019). Iklim Komunikasi, Iklim Organisasi dan Iklim Komunikasi Organisasi. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(2), 228-235.
- Duha, T. (2018). *Perilaku organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mathis, & Jackson. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jaelani, A. M., & Risnawati, R. (2021). Analisis Iklim Organisasi Pada Pegawai Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Kuningan. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-16.
- Nurlidia, R. F., & Rohanda. (2018). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Divisi Pengembangan Ekonomi Daerah Unit Humas dan Komunikasi Publik. *Jurnal Edulib*, 8(1), 47-58.
- Poole, M. S., McPhee, R. D., & Iverson, J. (2020). *Structuration Theory*. London: SAGE Publication.
- Poole, S. (2014). *A First Look at Communication Theory*. London: McGraw-Hill.
- Roskina, S., & Haris, I. (2020). *Komunikasi dalam Organisasi*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Santoso, A. (2015). Iklim Komunikasi Organisasi di Hotel Savana Malang. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 3(2), 1-8.
- Siregar., et al. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahidah, S., & Nurliah. (2024). Iklim Komunikasi Kaltim Today dalam Upaya Menghasilkan Produk Jurnalistik Berkualitas. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 170-179.
- Wibowo., et al. (2023). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Pena Pemuda.