



No. 6902/KOM-D/SD-S1/2024

**IKLIM ORGANISASI DALAM MEMBANGUN BUDAYA
KERJA PERUSAHAAN CV SURYA AGUNG
ADVERTISING PEKANBARU**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

BUSTHOMI
NIM. 11940311884

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

© Hak cipta milik UIN S

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Iklm Organisasi Dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan
Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru**

Disusun oleh :

Busthomi
NIM. 11940311884

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 5 September 2024

Mengetahui,
Pembimbing,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Busthomi
 NIM : 11940311884
 Judul : Iklim Organisasi dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan CV Surya Agung Advertising Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 02 Oktober 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.


Pekanbaru, 14 Oktober 2024



Prof. Dr. Haron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP.19831118 200901 1 006

Tim Penguji


Ketua/ Penguji I,


 Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
 NIP.19721201200003 1 003


Sekretaris/ Penguji II,


 Julis Surjani, S.I.Kom., M.I.Kom
 NIK.130 417 019

Penguji III,


 Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
 NIP.19860526202321 1 013

Penguji IV,


 Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.dS
 NIP.19790326200912 1 002



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Busthomi
 NIM : 11940311884
 Judul : Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan CV Surya Agung Advertising Pekanbaru

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 26, Oktober 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Oktober 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Darmawati, M. I. Kom
 NIP. 130 417 026

Penguji II,

Suardi, M. I. Kom
 NIP. 19780912 201111 1 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Busthomi
 NIM : 11940311884
 Tempat/ Tgl. Lahir : Bagiangus, 23 November 1998
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya **Iklm Organisasi Dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 06 Juni 2024
 membuat pernyataan



Busthomi
 NIM. 11940311884

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 5 September 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Busthomi
NIM : 11940311884
Judul Skripsi : Iklim Organisasi Dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan
CV Surya Agung Advertising Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Pembimbing,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Busthomi

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Iklim Organisasi dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru

Budaya kerja yang positif dapat mengembangkan hubungan dan kolaborasi karyawan, meningkatkan kepuasan kerja, mendorong inovasi, dan meningkatkan produktivitas. Namun, fenomena saat ini adalah perusahaan masih kurang memperhatikan komunikasi organisasi, yang menyebabkan ketidakepakatan antar karyawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan CV Surya Agung Advertising. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan pertama indikator dukungan pada ini diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan Cv Surya Agung Advertising menunjukkan beberapa hal penting yang memperkuat pentingnya komunikasi efektif dalam membangun budaya kerja yang positif. Kedua indikator partisipasi dalam pengambilan keputusan menunjukkan bahwa perusahaan menyadari betapa pentingnya partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan dan bahwa mereka berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kerja sama. Ketiga mengenai keyakinan, rasa percaya diri dan keyakinan, CV Surya Agung Advertising mengutamakan keyakinan, rasa percaya diri, dan keyakinan dalam lingkungan komunikasi perusahaan. Keempat Indikator transparansi dan kejelasan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat memperhatikan pentingnya memberikan akses yang jelas dan terbuka terhadap informasi kepada seluruh anggota tim. Terakhir Indikator pencapaian sasaran yang tinggi menunjukkan bahwa CV Surya Agung Advertising Pekanbaru telah berhasil menciptakan lingkungan komunikasi yang positif di tempat kerja.

Kata Kunci: Iklim Komunikasi, Organisasi, Budaya Kerja


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : *Busthomi*

Major : *Communication Science*

Title : *Organisational Climate in Building Corporate Work Culture Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru*

A positive work culture can develop employee relationships and collaboration, improve job satisfaction, encourage innovation, and increase productivity. However, the current phenomenon is that companies still pay less attention to organisational communication, which causes disagreements between employees. The purpose of this research is to find out how the organisational communication climate in building the work culture of the company CV Surya Agung Advertising. In this study the authors used descriptive qualitative research methods. The results of this study show that the first indicator of support in this is obtained from the results of interviews with employees of Cv Surya Agung Advertising shows several important things that reinforce the importance of effective communication in building a positive work culture. The second indicator of participation in decision making shows that the company realises how important employee participation in decision making is and that they are committed to creating a work environment that supports cooperation. Third regarding confidence, self-confidence and belief, CV Surya Agung Advertising prioritises confidence, self-confidence and belief in the company's communication environment. The fourth indicator of transparency and clarity shows that the company is very concerned about the importance of providing clear and open access to information to all team members. Finally, the indicator of high goal achievement shows that CV Surya Agung Advertising Pekanbaru has succeeded in creating a positive communication environment in the workplace.

Keywords: *Communication Climate, Organisation, Work Culture*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'Alamin, puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam penelitian skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa dituturkan kepada junjungan alam, Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menarik umat muslim keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang. Alhamdulillah, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "Iklim Komunikasi Organisasi dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru" sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini juga, penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada orang-orang yang peneliti hormati dan sayangi. Terkhusus kepada **Ayahanda dan Almarhumah Ibunda serta Keluarga Tercinta** yang menjadi alasan penulis menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan ini. Terima kasih kepada bunda untuk setiap doa dalam Sholat dan dukungannya. Tidakada kata yang dapat penulis ucapkan selain terima kasih dan rasa syukur. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil R
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku WD I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku WD III dan PLT Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Rohayati, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dengan memberikan saran, masukan serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini.

Ibu Dewi Sukartik, S.Sos, M.Sc selaku Penasehat Akademik peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satupersatu. Terima kasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi bekal bagi penulis dan menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian.

10. Karyawan dan Karyawati Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan memberikan pelayanan kepada penulis dalam urusan administrasi di Kampus.

11. Kepada Keluarga Besar Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau 2019, yang telah menjadi tempat saya belajar dan menimba ilmu di dunia perkuliahan tinggi.

12. Kepada teman-teman terbaik selama menduduki bangku perkuliahan ini, Terima kasih untuk segala dukungan, hiburan dan kisah indah kita selama ini. Semangat untuk kita semua.

13. Kepada Kedua Orang Tua, Bapak Dan Ibu Yang Selalu Memberi Support Untuk Menyelesaikan Skripsi Ini.

14. Kepada Segenap Team Jendela Coffe Yang Selalu Memberi Pelajaran Terus Berproses untuk Mencapai Sesuatu.

15. Semua pihak yang sudah membantu dan mendukung penulis namun tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi maupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan. Aamiin.

Pekanbaru, 20 Agustus 2024

Penulis,

BUSTHOMI
NIM. 11940311884



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	11
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.3 Sumber Data	23
3.4 Informan Penelitian	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Validitas Data	26
3.7 Teknik Analisis Data	26
BAB IV GAMBARAN UMUM	28
4.1 Profil CV Surya Agung Advertising	28
4.2 Visi dan Misi Cv Surya Agung Advertising.....	29
4.2 Struktur Organisasi Cv Surya Agung Advertising	30

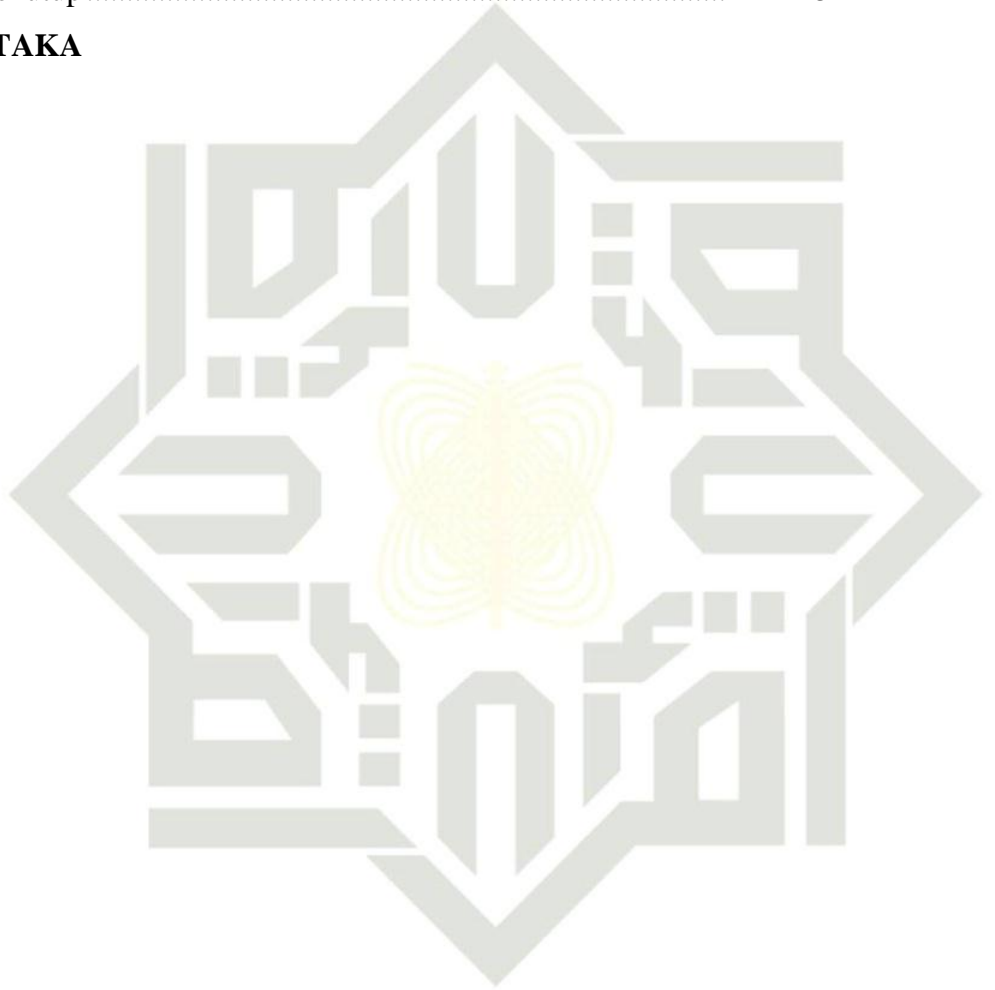


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
	5.1 Hasil Penelitian.....	31
	5.2 Pembahasan	45
BAB IV	KESIMPULAN	52
	6.1 Kesimpulan.....	52
	6.2 Penutup	52

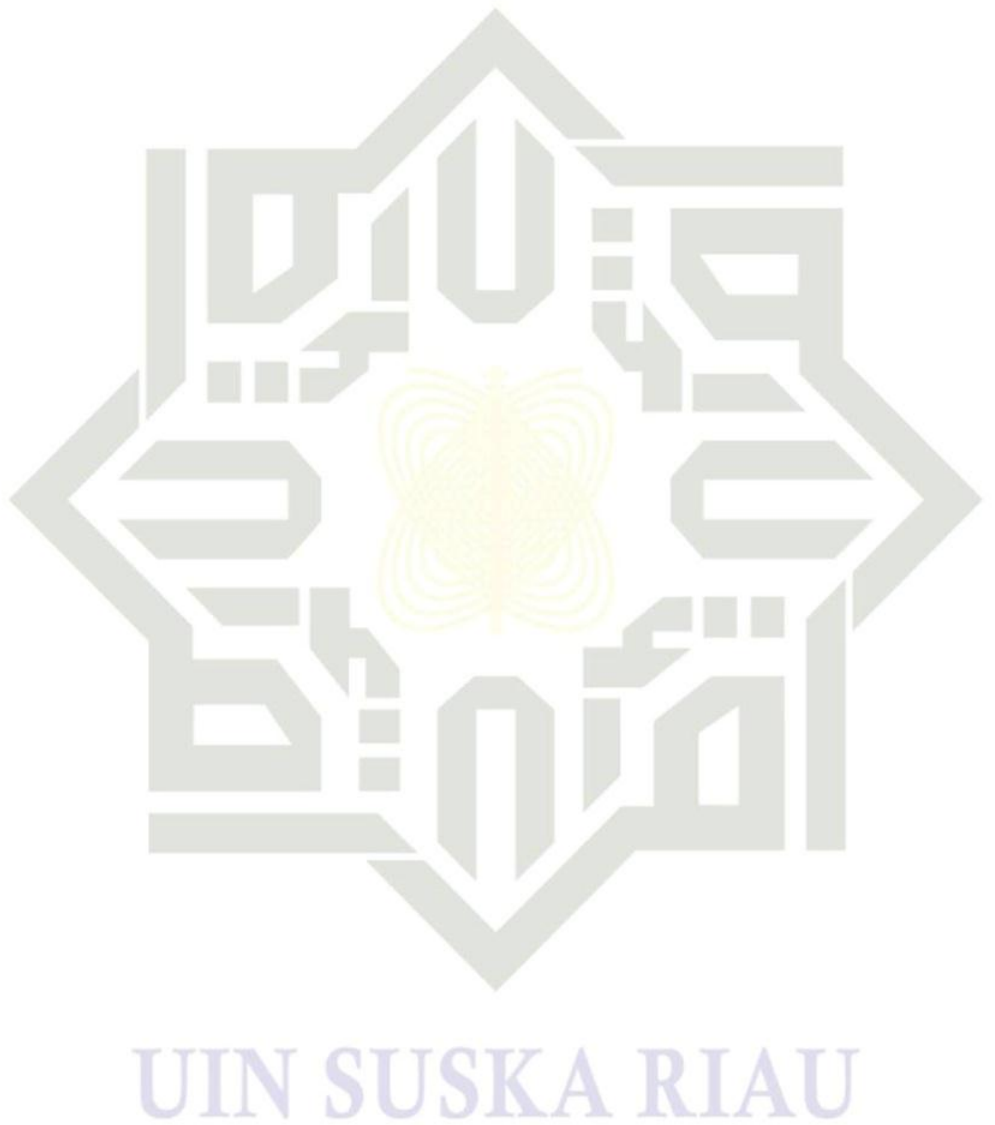
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	24
------------------------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

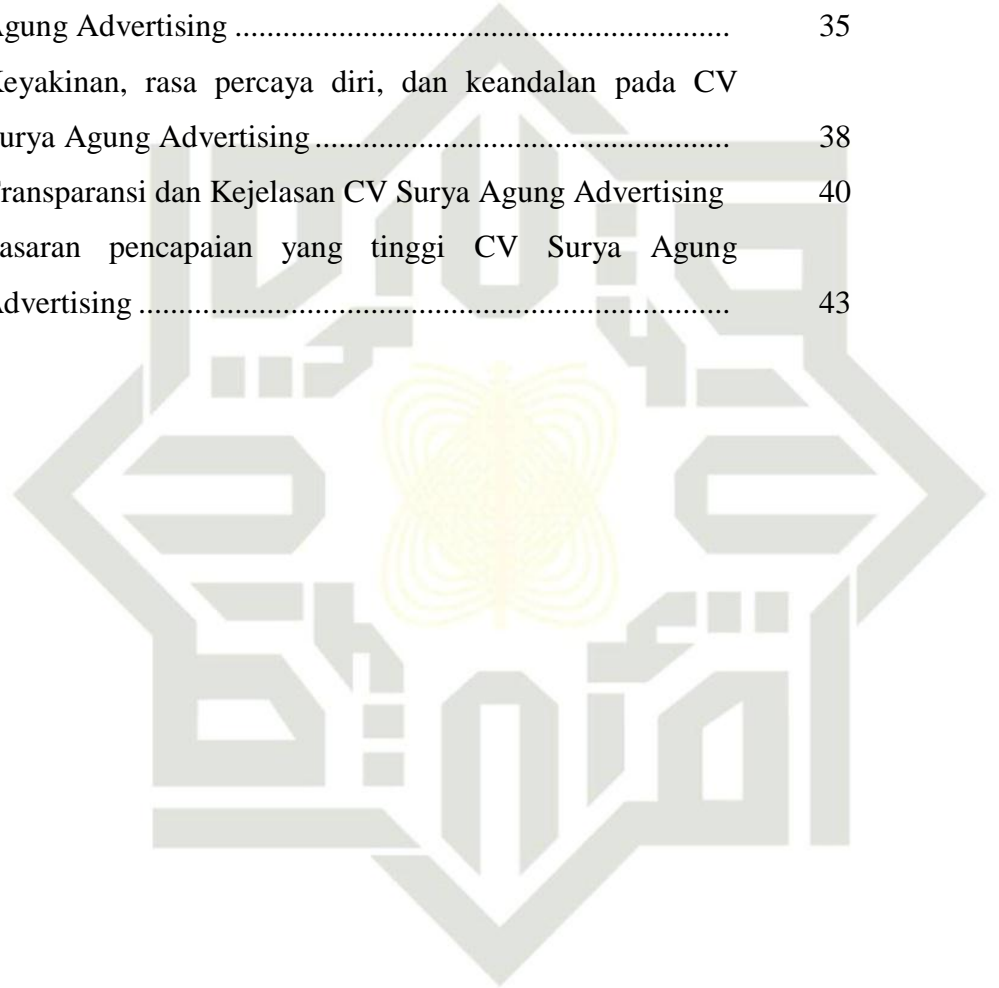
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Penelitian	22
Gambar 5.1	Dukungan dengan melakukan pelatihan yang diberikan CV Surya Agung Advertising	32
Gambar 5.2	Partisipasi dalam pengambilan keputusan CV Surya Agung Advertising	35
Gambar 5.3	Keyakinan, rasa percaya diri, dan keandalan pada CV Surya Agung Advertising	38
Gambar 5.4	Transparansi dan Kejelasan CV Surya Agung Advertising	40
Gambar 5.5	Sasaran pencapaian yang tinggi CV Surya Agung Advertising	43





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu aktivitas paling penting dalam kehidupan manusia adalah komunikasi, yang memungkinkan manusia berinteraksi satu sama lain setiap hari. Menurut Effendy, komunikasi adalah proses penyampaian informasi kepada orang lain dengan tujuan yang mempengaruhi perilaku, sikap, atau pendapat mereka, baik secara langsung melalui ucapan atau secara tidak langsung melalui media (Agustini dan Purnaningsih 2018).

Komunikasi tidak hanya terbatas pada komunikasi personal saja, tetapi juga merambah ke ranah komunikasi organisasi (Romadona dan Setiawan 2020). *Alvanco* menyatakan komunikasi organisasi sebagai kumpulan sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama (Ramadani 2020). yang memiliki peran penting dalam suatu perusahaan atau organisasi, seperti untuk menjalin hubungan agar dapat meningkatkan semangat kerja di antara anggota. dan menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan kerja sama yang baik untuk mencapai tujuan organisasi (Mulawarman dan Rosilawati 2014).

Komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi, dapat menghasilkan iklim yang sehat dan transparan (Riono 2020). Budaya organisasi terdiri dari prinsip, kebiasaan, dan norma yang dianut oleh karyawan dengan penuh kepercayaan dan tanggung jawab. karena akan berdampak pada kebijakan internal, pelaksanaan tugas, evaluasi kerja, interaksi antar karyawan, dan kemampuan beradaptasi (Putra Prasetio, Istiatin, dan Hartono 2019).

Menurut Redding, pentingnya menciptakan lingkungan komunikasi yang sehat dalam sebuah organisasi tidak dapat diabaikan. Menurut Redding, dampak dari lingkungan komunikasi organisasi jauh lebih besar daripada hanya bergantung pada kemampuan atau metode komunikasi tertentu untuk membuat organisasi bekerja dengan baik (Humaidi 2021a). Menurut Bangun Theofaldy, apabila hubungan komunikasi antara atasan dan bawahan, bawahan dengan bawahan, dan atasan dengan atasan dalam suatu organisasi telah terbangun dengan baik, maka pasti akan tercipta iklim komunikasi yang baik (Hidayat dkk. 2022).

Namun, jika ada lingkungan komunikasi yang negatif dalam suatu organisasi, hal itu akan mengarah pada kegagalan. Seorang pemimpin organisasi tentunya akan menghadapi tantangan untuk terus menciptakan lingkungan yang positif. Di era persaingan bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif, ditambah dengan kemajauan teknologi informasi yang pesat, Perusahaan tidak hanya harus menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi, tetapi juga harus membangun budaya kerja yang kuat dan lingkungan kerja yang produktif (Putra Prasetio dkk. 2019).

Di tengah transformasi komunikasi organisasi yang dipicu oleh media sosial dan teknologi digital, sangat penting untuk memahami bagaimana suatu perusahaan mengelola lingkungan komunikasinya untuk menciptakan budaya kerja yang positif dan sesuai dengan tujuan strategis perusahaan. Penulis ingin meneliti bagaimana iklim komunikasi organisasi mempengaruhi budaya kerja. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pada CV Surya Agung Advertising. CV Surya Agung Advertising adalah perusahaan yang bergerak di bidang periklanan, percetakan, dan pengorganisasian acara. Perusahaan ini menyediakan berbagai macam media reklame baik di luar ruangan maupun di dalam ruangan, dengan fokus utama pada jasa yang mereka tawarkan. Perusahaan ini telah membangun reputasi yang kuat di pasar Pekanbaru selama lebih dari sepuluh tahun.

CV Surya Agung berdiri pada tahun 2006 dan didaftarkan pada akta notaris tertanggal pada tanggal 28 juni 2006, dengan nama singkat SA Adv. Perusahaan periklanan berpengalaman ini menempati posisi kedua di antara 10 perusahaan lainnya di pekanbaru. Perusahaan ini terus menghasilkan barang-barang berkualitas tinggi dan terus berinovasi, yang menghasilkan peningkatan jumlah mitranya. Perusahaan berbasis di Pekanbaru, tetapi melayani orang di seluruh nusantara dan wilayah terpencil di Provinsi Riau. Dalam operasinya, CV Surya Agung Advertising bertujuan untuk menjadi perusahaan periklanan terkemuka di Pekanbaru dan wilayah sekitarnya. Perusahaan memiliki tujuan untuk memberikan layanan pelanggan berkualitas tinggi, meningkatkan tingkat kreativitas dalam pekerjaan, dan membangun hubungan kerja yang baik di antara karyawan untuk mencapai visi ini.

Untuk mencapai misi ini, perusahaan harus membangun lingkungan komunikasi organisasi yang baik. Lingkungan komunikasi organisasi Merujuk pada cara pesan dan informasi dikomunikasikan, diterima, dan dipahami di dalam perusahaan. Kolaborasi, peningkatan produktivitas, inovasi, dan budaya kerja yang positif dapat dicapai melalui lingkungan komunikasi yang positif di tempat kerja. Oleh karena itu, komunikasi dan budaya kerja sangat penting untuk kelangsungan hidup dan keberhasilan sebuah perusahaan.

Salah satu manfaat utama dari memiliki iklim komunikasi organisasi yang kuat adalah membangun budaya kerja yang positif. Budaya kerja mencerminkan nilai-nilai, keyakinan, dan norma-norma yang dianut oleh anggota perusahaan. Budaya kerja yang kuat mendukung karyawan untuk bekerja sama, berinovasi, dan mencapai tujuan perusahaan dengan efektif. Dalam hal ini, komunikasi dan budaya semangat kerja merupakan dua aspek penting untuk menjaga keberlangsungan dan kesuksesan perusahaan.

Jika organisasi tidak baik, hal-hal buruk dapat terjadi, seperti konflik, kegagalan kolaborasi, kegagalan motivasi, dan penurunan kinerja karyawan. Di sisi lain, budaya kerja yang positif dapat mendorong hubungan dan kolaborasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lebih baik, meningkatkan kepuasan kerja, dan mendorong inovasi. Namun fenomena saat ini adalah perusahaan masih kurang memperhatikan komunikasi organisasi, yang menyebabkan ketidaksepakatan antar karyawan. Oleh karena itu, penelitian tentang “Iklim organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan” sangat penting karena budaya kerja yang kuat sangat mempengaruhi produktivitas, retensi karyawan, dan kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Berdasarkan apa yang telah penulis tuliskan di atas, serta fenomena yang terjadi di Cv Surya Agung Advertising, penulis ingin melakukan penelitian mendalam tentang lingkungan organisasi yang membentuk budaya kerja di perusahaan tersebut di Pekanbaru.

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran iklim organisasi dalam membangun budaya kerja yang positif di CV Surya Agung Advertising.

1.2 Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan pedoman untuk penelitian, agar dapat menghindari kesalah pahaman tentang konsep dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, adapun penegasan yang perlu peneliti jabarkan adalah sebagai berikut:

1. Iklim Organisasi

Iklim organisasi adalah cara di mana para anggota organisasi melihat apa yang terjadi di dalamnya. Interaksi antara anggota organisasi, seperti teman bekerja, atasan, dan bawahan, berpengaruh pada pemahaman mereka tentang satu sama lain dan dapat berdampak pada pertumbuhan dan perilaku organisasi. Persepsi yang terbentuk dari interaksi ini menciptakan iklim organisasi. Litwin dan Stringer mengemukakan bahwa ada empat dimensi iklim organisasi, yaitu tanggung jawab, standar, imbalan, serta kedekatan dan dukungan (Kusuma 2017).

Budaya Kerja

Menurut AB. Susanto budaya adalah sesuatu yang kompleks dan luas, mencakup berbagai aspek perilaku, upacara, ritual dan kepercayaan. Kompleksitas budaya inilah yang mendorong perusahaan untuk membentuk budaya kerja khusus yang mencerminkan karakteristik unik dari perusahaan tersebut (Cahyadi dan Sumarti 2021).

Budaya kerja adalah tindakan yang secara berulang dilakukan oleh setiap individu di dalam suatu organisasi. Ini menjadi kebiasaan dalam menjalankan tugas mereka. Budaya kerja ini adalah nilai-nilai, kebiasaan, dan dorongan bersama yang dimiliki oleh semua anggota organisasi di lingkungan kerja mereka. Budaya kerja yang positif di dalam suatu organisasi dapat menghasilkan kinerja yang optimal. Pembentukan budaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kerja ini biasanya terjadi ketika organisasi menghadapi tantangan, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam organisasi, yang berkaitan dengan kesatuan dan integritas organisasi tersebut (Pps dkk. 2021a).

Cv Surya Agung Advertising

CV. Surya Agung, yang sering disebut SA Adv, berdiri pada akhir tahun 2006 dan secara resmi terdaftar pada tanggal 28 Juni 2006 di notaris. Perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa Advertising, printing, dan Event Organizer, menawarkan berbagai layanan termasuk pembuatan dan pemasangan media reklame luar ruang (outdoor) dan indoor (Anon t.t.-e).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, adapun rumusan masalah yang penulis ingin teliti adalah bagaimana iklim organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan CV Surya Agung Advertising?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dapat di teliti adalah untuk mengetahui bagaimana iklim organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan CV Surya Agung Advertising.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoristis

Sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman dan melebarkan pengetahuan serta menambah sumber referensi bagi para peneliti di bidang ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan peran iklim organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan CV Surya Agung Advertising

Secara Praktis

Penelitian ini memiliki tujuan yang bermakna untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan peneliti dalam ilmu komunikasi, serta untuk memenuhi persyaratan tugas akhir skripsi guna meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini, penulis menetapkan sistematika penulisan sebagai berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi tentang uraian latar belakang masalah serta penegasan istilah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini berisi tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan uraian jenis dan pendekatan penelitian, lokasi serta waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum lokasi penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

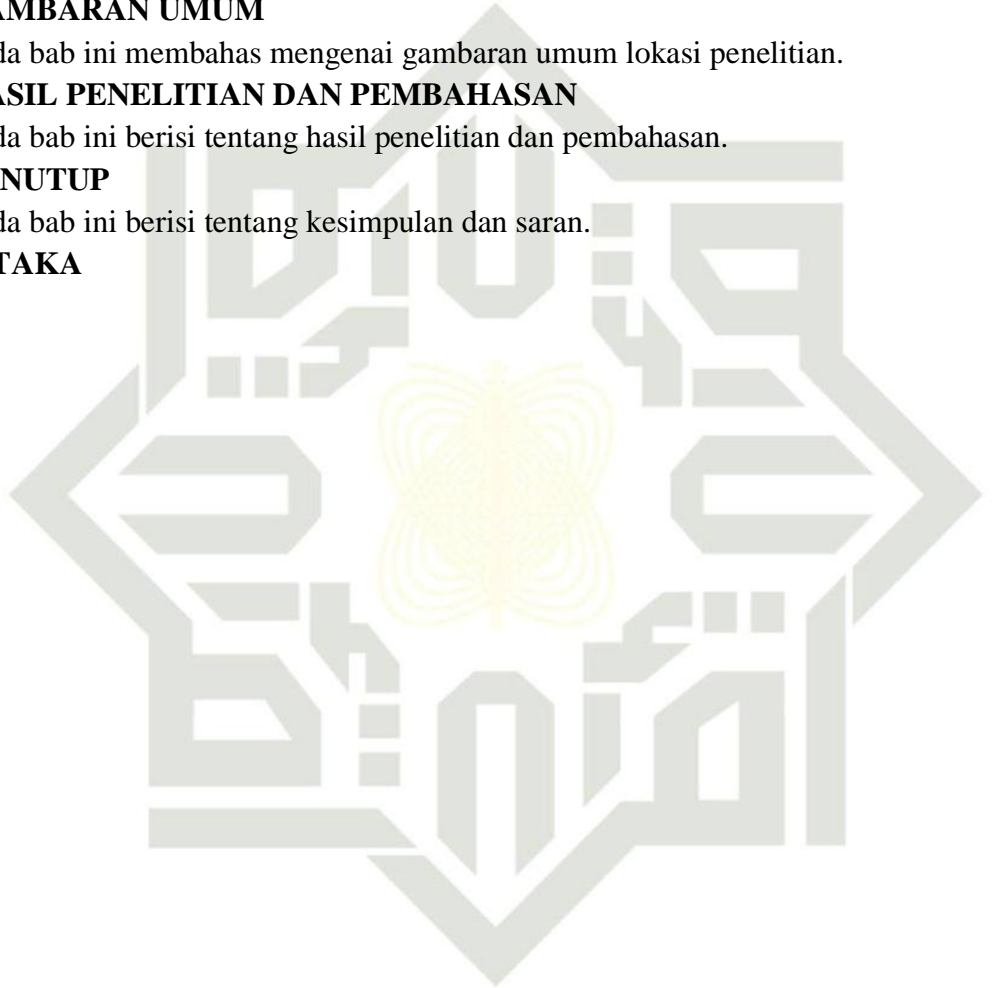
Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini untuk mendukung segala kebutuhan, penelitian melakukan tinjauan pustaka terkait judul penelitian yang hampir memiliki kesamaan dengan “Iklim Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru”.

Penelitian yang dilakukan oleh Bambang Sumarwoto tahun 2022, yang membahas mengenai “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Guru Smk Pertiwi Balikpapan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Mengajar Guru SMKS Pertiwi Balikpapan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa Iklim Komunikasi Organisasi dan Budaya Kerja memberikan pengaruh terhadap kinerja guru SMKS Pertiwi Balikpapan sangat tinggi yang menunjukkan bahwa guru sudah memiliki rasa tanggung jawab dan komitmen dalam melaksanakan pekerjaan. Secara simultan, iklim sekolah dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja mengajar guru SMKS Pertiwi Balikpapan dengan kategori rendah (sebesar 27,1%). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Guru Smk Pertiwi Balikpapan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Pps dkk. 2021b).

Penelitian yang dilakukan oleh Hendra Hidayat, Lisa Anggraini, M. Ridha, Sami'an dan Aminah Swarnawatitahun tahun 2022, yang membahas mengenai “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pts Di Riau”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh iklim komunikasi organisasi dan juga pengaruh gaya komunikasi pimpinan terhadap kinerja pegawai di salah satu Perguruan Tinggi Swasta Riau. Hasil penelitian ini menemukan bahwa iklim komunikasi di salah satu Perguruan Tinggi swasta Riau adalah positif. Begitupula dengan gaya komunikasi pimpinannya yang berlandaskan persamaan (The Equilitarian Style), membuat kinerja para pegawai memiliki kepercayaan yang tinggi antar pegawai dan pimpinan. Keputusan diambil berdasarkan kesepakatan bersama, jujur, saling mendengar baik ke atas maupun ke bawah, dan saling perhatian demi

kinerja yang tinggi. Pengaruh gaya kepemimpinan yang berlandaskan persamaan (The Equilitarian Style), juga membuat iklim organisasi menjadi lebih responsif, tanggung jawab, serta akuntabilitas yang berintegrasi dan konsisten. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pts Di Riau. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Hidayat dkk. 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Aisah Nur Fitriani dan Yuliani Rachma Putri, S.Ip., MM tahun 2022, yang membahas mengenai “Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Divisi Enterprise Service Pt Telkom Indonesia” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi dan kepuasan kerja karyawan di Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia serta mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Jumlah karyawan sebanyak 500 orang dengan mengambil sampel sebanyak 84 orang. Dari tanggapan responden pada iklim komunikasi sebesar 90% termasuk dalam kategori sangat baik, dan kepuasan kerja sebesar 88% dalam kategori sangat baik. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi (X) memberikan pengaruh sebesar 78,4% terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y), sedangkan 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Divisi Enterprise Service Pt Telkom Indonesia. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Fitriani, Putri, dan Ip t.t.).

Penelitian yang dilakukan oleh Ades Susvianti, Dwiari Wicaksono dan Nina Rohana tahun 2021, yang membahas mengenai “Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Situasi Krisis Covid-19” Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran bagi para pemimpin terkait kinerja karyawan terhadap gaya kepemimpinan dan iklim komunikasi organisasi pada PT. SOG Indonesia selama situasi krisis Covid-19. Hasil penelitian ini menemukan bahwa menunjukkan bahwa variabel gaya pemimpin (X_1)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai ($X1$) = $0,042 \leq 0,05$, variabel iklim komunikasi organisasi ($X2$) berpengaruh secara positif dengan nilai ($X2$) = $0,001 \leq 0,05$, variabel situasi krisis ($X3$) berpengaruh secara positif dengan nilai ($X3$) = $0,001 \leq 0,05$. Kemudian variabel independent berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan dengan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu $45,771 \geq 2,783$. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Situasi Krisis Covid-19. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Susvianti, Wicaksono, dan Rohana 2021).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh L. Ulfa Hanafiah Dan Yuliani Rachma Putri Tahun 2021, Yang Membahas Mengenai “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Garden Hotel Majalengka” Tujuan Penelitian Ini Adalah Untuk Mengetahui Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Garden Hotel. Hasil Penelitian Ini Menemukan Bahwa Bahwa Iklim Komunikasi Organisasi Pada Garden Hotel Mendapatkan Persentase Skor Sebesar 84% Yang Masuk Kategori Baik, Yang Artinya Iklim Komunikasi Organisasi Di Garden Hotel Telah Dilaksanakan Dengan Baik. Dimensi Paling Berpengaruh Adalah Dimensi Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi Dengan Persentase Skor Sebesar 87%. Kemudian, Motivasi Kerja Pada Garden Hotel Mendapatkan Skor 87% Termasuk Dalam Kategori Sangat Tinggi. Dimensi Paling Berpengaruh Adalah Dimensi Need For Affiliation Dengan Presentase Skor 87,5%. Pengaruh Yang Ditimbulkan Dari Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Yaitu Sebesar 0,389 Atau 39%. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Garden Hotel Majalengka. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Hanafiah dan Putri t.t.).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh Annisa Nur Islami, Merry Fridha Tri Palupi, Mohammad Insan Romadhan Tahun 2021, Yang Membahas Mengenai “Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan di PT. Feva Indonesia” Tujuan Penelitian Ini Adalah Untuk mengkaji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Feva Indonesia. Hasil Penelitian Ini Menemukan bahwa variabel komunikasi organisasi berpengaruh terhadap variabel kinerja perusahaan. Hasil uji Sig. t dengan nilai dibawah alpha sehingga mempengaruhi signifikan variabel komunikasi organisasi terhadap variabel kinerja karyawan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan di PT. Feva Indonesia. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Islami, Palupi, dan Romadhan 2021).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh Hilda Yunita Wono, Michael Ivan Reinald, Felita Purnomo dan Patricia Adeline Valerie Soema Tahun 2022, Yang Membahas Mengenai “Iklim Komunikasi Organisasi Layanan Publik Bidang Kesehatan” Tujuan Penelitian Ini Adalah untuk ingin melihat nilai iklim komunikasi sehingga dapat memberikan masukan hingga tidak terjadi kegagalan komunikasi antar departemen di Rumah Sakit Graha Sehat Medika. Hasil Penelitian Ini menunjukkan iklim komunikasi Rumah Sakit Graha Sehat Medika memiliki iklim komunikasi yang suportif dengan hasil 3,80. Teknologi komunikasi yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi antar departemen dengan optimal akhirnya melahirkan iklim yang mendukung organisasi untuk berkomunikasi. Kemampuan organisasi memfasilitasi komunikasi antar departemen dan menggunakan teknologi komunikasi dengan optimal menciptakan iklim yang mendukung bagi anggota organisasi untuk berkomunikasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Iklim Komunikasi Organisasi Layanan Publik Bidang Kesehatan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Hilda Yunita Wono1,* dkk. 2022).

Penelitian Yang Dilakukan Oleh Mohamad Muspawi, Firman dan Yeni Confristha Manullang Tahun 2021, Yang Membahas Mengenai “Penciptaan Iklim Komunikasi Organisasi (Tinjauan Peran Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Jambi)” Tujuan Penelitian Ini Adalah untuk mengetahui langkah-langkah kepala dinas dalam menciptakan iklim komunikasi yang kondusif di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Jambi dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambatnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil Penelitian Ini menunjukkan bahwa: (1) Langkah-langkah kepala dinas dalam menciptakan iklim komunikasi jika ditinjau dari dimensi iklim komunikasi seperti, dukungan, partisipasi pembuat keputusan, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan dan pencapaian kinerja yang tinggi menghasilkan bahwa iklim komunikasi di situ sudah berjalan kondusif secara keseluruhan. Namun masih terdapat pegawai yang tidak melaksanakan pekerjaan yang diberikan. (2) Faktor pendukungnya yaitu dukungan dan motivasi kepala dinas terhadap bawahan serta menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pekerjaan. Pimpinan juga melakukan monitoring dan menanyakan kendala yang dihadapi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Penciptaan Iklim Komunikasi Organisasi (Tinjauan Peran Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Jambi)”. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Muspawi, Firman, dan Manullang 2021).

9. Penelitian Yang Dilakukan Oleh Muhammad Agus Humaidi Tahun 2021, Yang Membahas Mengenai “Hubungan Iklim Komunikasi Dengan Motivasi Kerja Pegawai Di Bkbpmp Kota Banjarmasin” Tujuan Penelitian Ini Adalah untuk mengetahui iklim komunikasi dan motivasi kerja pegawai pada Kantor BKBPMP Kota Banjarmasin, selain itu untuk mengetahui hubungan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja pegawai pada Kantor BKBPMP Kota Banjarmasin. Hasil Penelitian Ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi pegawai di Kantor BKBPMP Banjarmasin tergolong cukup baik. Sama halnya dengan motivasi kerja pegawai di Kantor BKBPMP Kota Banjarmasin juga termasuk dalam kategori cukup baik. Selain itu, ada hubungan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja pegawai di Kantor BKBPMP Kota Banjarmasin. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Hubungan Iklim Komunikasi Dengan Motivasi Kerja Pegawai Di Bkbpmp Kota Banjarmasin. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Humaidi 2021b).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



10. Penelitian Yang Dilakukan Oleh M. Randika Widiyanto Rangkuti dan Dihana Hazura Tahun 2022, Yang Membahas Mengenai “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai” Tujuan Penelitian Ini Adalah untuk menganalisis pengaruh iklim komunikasi organisasi dan juga pengaruh gaya komunikasi pimpinan terhadap kinerja pegawai di salah satu Perguruan Tinggi Negeri Riau. Hasil Penelitian Ini menemukan bahwa iklim komunikasi di salah satu Perguruan Tinggi Negeri Riau adalah positif. Begitupula dengan gaya komunikasi pimpinannya yang berlandaskan persamaan (The Equilitarian Style), membuat kinerja para pegawai memiliki kepercayaan yang tinggi antar pegawai dan pimpinan. Keputusan diambil berdasarkan kesepakatan bersama, jujur, saling mendengar baik ke atas maupun ke bawah, dan saling perhatian demi kinerja yang tinggi. Pengaruh gaya kepemimpinan yang berlandaskan persamaan (The Equilitarian Style), juga membuat iklim organisasi menjadi lebih responsif, tanggung jawab, serta akuntabilitas yang berintegrasi dan konsisten. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini menjelaskan tentang Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Dan Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengetahui bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Perusahaan Pada Karyawan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru (Randi 2023).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu ingin bergaul. Seperti apa yang dikategorikan oleh Aristoteles yaitu ia mengkategorikan manusia ke dalam "Zoon Politicon" yang berarti manusia adalah makhluk yang ingin selalu bergaul dan berkumpul. Selain itu manusia juga selalu berkomunikasi dengan orang lain di dalam mengiringi kehidupannya. Manusia selalu hidup berdampingan satu dengan yang lainnya mulai dari skala kecil yaitu keluarga sampai kepada tingkat lebih luas yaitu masyarakat pada umumnya.

Komunikasi tidak hanya terjadi pada dua orang namun dapat juga terjadi pada kelompok atau suatu organisasi. Organisasi sendiri menurut Schein dalam Arni Muhammad menyebutkan bahwa Organisasi mempunyai karakteristik tertentu yang mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. berikutnya lebih dalam berkaitan dengan organisasi, ada istilah iklim komunikasi organisasi yang merupakan suatu hal yang memiliki peranan penting di dalam sebuah organisasi (Jaelani dan Risnawati 2021).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi adalah interaksi antara dua atau lebih entitas hidup, yang dapat mencakup makhluk, tumbuhan, atau bahkan entitas supranatural. Definisi umum dari komunikasi adalah proses berbagi pengalaman. Lebih lanjut, komunikasi merupakan usaha untuk menyampaikan pendapat, ide, atau perasaan agar dapat dipahami oleh orang lain. Ini juga melibatkan kemampuan untuk mengirimkan informasi atau pesan dari komunikator ke komunikan melalui berbagai saluran atau media dengan harapan mendapatkan respons atau umpan balik. Komponen-komponen utama dalam komunikasi meliputi komunikator, pesan, saluran/media, komunikan, dan respons/umpan balik (Sari 2020).

2.2.2 Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah suatu mekanisme di mana seseorang atau sekelompok orang mengirimkan pesan atau informasi kepada individu lain atau kelompok. Definisi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu langkah penyampaian informasi, entah itu berupa pesan, konsep, atau gagasan, dari satu pihak kepada pihak lain. Proses ini dapat dilakukan melalui kata-kata yang diucapkan atau tulisan yang dimengerti oleh semua pihak yang terlibat (Hasmawati 2020).

Menurut Carl I. Hovland, Komunikasi ialah suatu proses di mana seseorang individu, juga dikenal sebagai komunikator, menggunakan rangsangan dalam bentuk simbol-simbol bahasa untuk mengubah tindakan atau kelakuan individu-individu lain. (Hariyanto 2021) Dengan adanya komunikasi, manusia dapat menjalin hubungan dalam kehidupan sehari-hari, karena tidak ada manusia yang tidak berkomunikasi. Organisasi muncul saat terjadi interaksi atau komunikasi khusus di antara individu-individu yang menunjukkan bahwa mereka sedang menjalankan kegiatan organisasional. Sesuai dengan Chester I. Benhard, "Organisasi merupakan suatu sistem kolaborasi yang terkoordinasi secara disengaja dan dijalankan oleh dua orang atau lebih." (Banjarnahor 2022)

Menurut Everet M. Rogers dalam bukunya "Communication in Organization", ia menggambarkan organisasi sebagai suatu sistem yang terdiri dari sekelompok individu yang bekerja bersama untuk mencapai suatu tujuan. Hal ini dicapai melalui struktur hierarki dan pembagian tugas. Komunikasi memiliki peranan sentral dalam kehidupan setiap manusia, baik sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Dalam konteks berorganisasi, tidak ada organisasi yang dapat terbentuk tanpa adanya komunikasi yang efektif di antara anggotanya. Komunikasi dapat dianggap sebagai elemen krusial dalam mencapai kesuksesan dalam mengelola suatu organisasi.

Dalam pandangan R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang dikutip oleh Mulyana, "Komunikasi Organisasi" diartikan sebagai proses penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang membentuk suatu organisasi tertentu (Wayne Pace dan F. Faules 2006). Unit komunikasi organisasi menggambarkan interaksi antara individu-individu yang mengemban berbagai jabatan di dalam suatu entitas organisasi. Peran komunikasi dalam konteks organisasi menjadi sangat esensial guna mencapai sasaran dengan efisiensi dan efektivitas. Komunikasi organisasi menjadi elemen penting guna mencegah miskomunikasi dalam penyampaian tujuan pekerjaan.

Dalam perspektif Goldhaber, Komunikasi Organisasi adalah suatu proses yang terlibat dalam menciptakan dan bertukar pesan di dalam jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain, bertujuan untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan yang selalu berubah. Lebih tepatnya, "organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationships to address the uncertainty of an ever-changing environment." (Zahara 2018). Komunikasi organisasi berlangsung dalam suatu sistem terbuka yang terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya, baik dari aspek internal maupun eksternal. Tentunya, komunikasi dalam konteks organisasi melibatkan pertukaran pesan melalui saluran-saluran yang tersedia, ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, mengarahkan informasi dalam berbagai arah, dan memanfaatkan berbagai media komunikasi yang melibatkan individu-individu yang terlibat di dalamnya.

Dalam pandangan Fuad, proses-proses yang berlangsung di dalam sebuah organisasi memiliki peran penting dalam menentukan tingkat efektivitas organisasi itu sendiri. Salah satu proses yang secara konstan terjadi di dalam berbagai jenis organisasi adalah proses komunikasi. Pertukaran informasi, pemberian arahan, diskusi, dan berbagai aktivitas lainnya yang terjadi dalam konteks organisasi tidak bisa dilepaskan dari elemen komunikasi, baik yang bersifat lisan maupun non-verbal, serta yang disampaikan secara lisan maupun tertulis (Gandasari dkk. 2021).

Tujuan dari komunikasi dalam organisasi adalah untuk mempermudah serta meningkatkan kelancaran operasional suatu entitas. Komunikasi memiliki peran sentral dalam lingkungan organisasi, menghubungkan berbagai fungsi manajerial dan merangkai kesatuan di dalamnya. Fungsi komunikasi mencakup mengidentifikasi serta menyebarluaskan tujuan organisasi, mengatur pemanfaatan sumber daya manusia secara optimal, mengarahkan, memimpin, dan memberikan motivasi, serta menciptakan lapisan baru dan memantau pelaksanaan tugas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan cermat.

Fungsi Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam sebuah organisasi berkaitan erat dengan kondisi yang dialami organisasi tersebut. Komunikasi berperan penting dalam sebuah organisasi. Agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian informasi (Mas dan Haris 2020). Dalam Sendjaja pada 1999 dalam organisasi komunikasi memiliki empat fungsi sebagaimana berikut :

- a. Fungsi informatif, organisasi dipandang sebagai sistem pengolahan informasi di mana semua anggota organisasi berharap memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Dengan informasi yang diperoleh, anggota organisasi dapat menjalankan tugas mereka dengan lebih pasti.
- b. Fungsi Regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan dalam organisasi. Ada dua faktor yang memengaruhi fungsi ini dalam semua organisasi. Pertama, para atasan atau pimpinan memiliki otoritas untuk mengendalikan informasi yang disampaikan. Kedua, pesan-pesan regulatif berkaitan dengan pesan-pesan yang memberikan pedoman tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh bawahan.
- c. Fungsi Persuasif, dalam mengelola sebuah organisasi, kekuasaan dan wewenang tidak selalu menghasilkan hasil sesuai harapan. Oleh karena itu, banyak pimpinan lebih suka meyakinkan bawahan daripada memberi perintah. Melakukan pekerjaan secara sukarela cenderung menghasilkan tingkat kepedulian yang lebih tinggi daripada menunjukkan kekuasaan dan wewenang kepada karyawan.
- d. Fungsi Integratif di dalam setiap organisasi berusaha menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan untuk menjalankan tugas atau pekerjaan dengan baik.

Barry Cushway dan Derek Lodge berpendapat bahwa peran komunikasi dalam sebuah organisasi adalah sebagai pencipta, yang membentuk suasana dan norma budaya di dalam organisasi, yang kemudian memiliki dampak terhadap tingkat efisiensi dan produktivitas organisasi tersebut (Panuju 2001). Komunikasi memiliki peran penting dalam menghubungkan serta meningkatkan kinerja berbagai bagian di dalam sebuah organisasi. Melalui proses komunikasi, terjalin pemahaman yang saling mendukung di antara anggota-anggota organisasi, membentuk hubungan yang harmonis di dalamnya.

Iklim Komunikasi Organisasi

Iklim Komunikasi dalam organisasi merujuk pada pandangan para anggota organisasi tentang kehandalan, dukungan, keterbukaan, interaksi aktif dan pengakuan terhadap kinerja luar biasa dari sesama anggota.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Jack Gibb, Iklim Komunikasi menggambarkan suasana yang mengendalikan dinamika organisasi, apakah itu terbuka atau tertutup, tempat di mana gagasan dan informasi saling dipertukarkan (Banjarnahor 2022).

Iklim organisasi mengacu pada karakteristik yang relatif konstan dari lingkungan internal suatu organisasi yang dirasakan oleh anggota-anggotanya, memengaruhi perilaku mereka, dan dapat dijelaskan dalam hal nilai-nilai serta ciri-ciri khusus dari lingkungan tersebut. Menurut Hillrieger dan Slocum (1987), definisi iklim organisasi yang mereka kemukakan mempertimbangkan subsistem yang ada dalam organisasi. Mereka berpendapat bahwa iklim organisasi mencakup sejumlah atribut organisasi dan subsistemnya yang dapat dirasakan oleh anggota organisasi.

Berdasarkan pandangan Pace dan Faules, iklim komunikasi organisasi terdiri dari persepsi-persepsi mengenai elemen-elemen dalam organisasi dan dampak elemen-elemen tersebut terhadap komunikasi yang terjalin dan berkembang melalui interaksi antara anggota organisasi (Wayne Pace dan F. Faules 2006). Suatu bentuk komunikasi yang terbuka melibatkan dorongan untuk bekerjasama secara kolaboratif; mengembangkan rasa harga diri, merasa memiliki kemampuan untuk memberikan kontribusi secara bebas, menyadari bahwa saran-saran mereka akan diterima dengan baik, melihat kesalahan sebagai peluang untuk belajar, serta merasa dipercaya, aman, dan percaya diri dalam menjalankan tugas mereka.

Di sisi lain, iklim komunikasi yang tertutup merujuk pada situasi di mana informasi dijaga kerahasiannya hanya demi kepentingan pihak pengirimnya. Ini bisa melibatkan tuduhan, mempertahankan kerahasiaan, dan terciptanya ketidakpercayaan yang bisa merusak suasana (Banjarnahor 2022). Menurut Redding seperti yang diungkapkan oleh Goldhaber (Dany Sagita 2022), mengidentifikasi lima faktor utama dalam menciptakan iklim komunikasi, yaitu:

- a. Dukungan. Interaksi antara bawahan dan atasan bertujuan untuk memberikan bantuan dan menjaga nilai-nilai pribadi yang berarti dan signifikan.
- b. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan. Pegawai memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dengan atasan dengan dampak yang nyata pada keputusan.
- c. Keyakinan, Rasa Percaya Diri, dan Keandalan.
- d. Transparansi dan Kejelasan. Apapun bentuk hubungannya, transparansi dan kejelasan dalam komunikasi adalah tentang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

"menginformasikan" dan "mendengarkan" (Sugiarto, Priyowidodo, dan Indrayani 2018).

- e. Sasaran pencapaian yang tinggi, adalah tingkat di mana tujuan kinerja disampaikan secara terang kepada para anggota organisasi.

Variabel komunikasi organisasi memiliki kemampuan untuk berdampak pada berbagai aspek kinerja suatu entitas, termasuk produktivitas, operasional, motivasi, pengambilan keputusan, serta rasa persatuan di antara anggota organisasi. Oleh karena itu, dinamika komunikasi memiliki kemampuan untuk membentuk hasil yang diupayakan oleh individu yang terlibat dalam organisasi tersebut. Karakteristik komunikasi dalam suatu organisasi juga memiliki dampak yang signifikan pada perubahan dan durasi kerja karyawan. Komunikasi organisasi memiliki relevansi yang kuat dalam konteks organisasi, karena dalamnya mencakup pandangan mengenai interaksi komunikatif, tindakan manusia, tanggapan individu terhadap rekan kerja, harapan yang terbentuk, konflik interpersonal, serta peluang pertumbuhan yang dipersepsikan di dalam entitas tersebut.

Menurut definisi yang dikemukakan oleh Tagiuri dan Litwin pada tahun 2018, iklim organisasi bisa diartikan sebagai kualitas lingkungan internal suatu organisasi yang terus-menerus ada, dirasakan oleh anggota-anggota organisasi, berpengaruh pada perilaku mereka, dan dapat dijelaskan sebagai sekumpulan ciri atau sifat yang menggambarkan entitas organisasi (Gandasari dkk. 2021).

Iklim di dalam ruangan berpengaruh pada semua aspek yang terjadi dalam sebuah organisasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melaksanakan langkah-langkah guna menciptakan suasana kerja yang positif, agar terbentuk hubungan kerja yang serasi di antara semua anggota dalam organisasi. Cara komunikasi yang diterapkan dalam organisasi akan membentuk karakteristik iklim organisasi yang berkembang. Iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi, seperti :

- a. Menunjukkan keyakinan organisasi kepada anggotanya dan memberikan kebebasan bagi mereka untuk mengambil risiko.
- b. Mendorong dan memberikan tanggung jawab kepada anggota dalam menjalankan tugas-tugas mereka, serta memberikan informasi yang transparan tentang organisasi.
- c. Mendengarkan secara cermat dan mendapatkan informasi yang dapat dipercaya dan jujur dari anggota organisasi.
- d. Terlibat aktif dalam memberikan panduan kepada anggota organisasi, sehingga mereka menyadari bahwa kontribusi mereka memiliki nilai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam pengambilan keputusan organisasi, dan fokus pada pekerjaan berkualitas tinggi yang menantang.

2.2.3 Komunikasi Organisasi Internal

Komunikasi organisasi internal merupakan sebuah proses yang terjadi didalam suatu organisasi, untuk menyampaikan informasi, membangun suatu hubungan dan mencapai suatu tujuan yang sama (Fachrezi dan Khair 2020). Komunikasi internal dalam sebuah organisasi berperan sangat penting dalam mensukseskan pencapaian tujuan suatu organisasi.

Menurut R. Wayne Pace dan Don F definisi fungsional dari komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit- unit komunikasi dalam hubungan hierarki antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Komunikasi Internal merupakan komunikasi yang dikirimkan kepada anggota dalam suatu organisasi dengan kata lain penerima pesan dalam komunikasi internal adalah orang-orang dalam organisasi. Komunikasi internal yang baik itu merupakan komunikasi yang transparan, yang dapat menumbuhkan citra positif suatu organisasi, meningkatkan produktivitas anggota, meningkatkan kreatifitas dan motivasi anggota dalam bekerja, dan terjalinnnya keakraban dan timbulnya kerjasama yang baik dalam menyelesaikan tugas ataupun menyelesaikan suatu permasalahan (Trihastuti 2019).

Komunikasi dalam suatu organisasi terbagi menjadi 3 bentuk, yaitu :

1. Komunikasi vertikal

Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam suatu organisasi ke suatu tingkat yang lebih tinggi atau tingkat yang lebih rendah secara timbal balik. Komunikasi yang dimaksud seperti komunikasi terjadi antara atasan dan bawahan dalam sebuah organisasi. Dalam komunikasi vertical ini memiliki dua bentuk, yaitu :

a. Komunikasi ke bawah (*downward communication*)

Komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang dilakukan atasan dalam mengirimkan dan menyampaikan sebuah pesan dan informasi terkait pekerjaan kepada bawahannya. Komunikasi kebawah ini biasanya lebih cenderung dalam pemberian perintah, suatu arahan dan juga motivasi untuk meningkatkan produktivitas untuk mencapai tujuan yang diharapkan bersama (Haryati 2019).

Komunikasi kebawah ini dapat dilakukan oleh seorang atasan yaitu direktur direktur dalam menyampaikan instruksi kerja, menjelaskan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan, menyampaikan informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku

dan memberikan motivasi. Bentuk komunikasi kebawah yang dilakukan pimpinan dapat menggunakan beberapa metode, seperti :

- 1) Metode Lisan, metode lisan ini biasa digunakan pada saat rapat, diskusi, interview, seminar dan komunikasi via telphon.
- 2) Metode Tulisan, metode ini dapat berupa surat perintah email laporan, dan pedoman kebijakan dalam bekerja.
- 3) Metode Gambar, metode ini dapat berupa sebuah foto, poster, slide display dan grafik.

b. Komunikasi ke atas (upward communication)

Komunikasi ke atas merupakan komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi pada saat bawahan menyampaikan suatu pesan kepada atasan. Fungsi arus komunikasi dari bawah keatas ini adalah :

- 1) Pelaporan terkait suatu pekerjaan ataupun tugas yang telah dilaksanakan
- 2) Penyampaian informasi terkait pekerjaan dan tugas yang tidak dapat diselesaikan
- 3) Penyampaian saran untuk perbaikan dalam unit-unit atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan.
- 4) mengungkapkan keluhan yang di alami terkait pelaksanaan tugas. baik mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi (Adiarsi dan Wakas 2018).

2. **Komunikasi Horizontal (Komunikasi Menyamping)**

Komunikasi horizontal merupakan bentuk komunikasi secara mendatar yang terjadi pada saat pertukaran pesan secara menyamping dan dilakukan oleh dua belah pihak yang mempunyai kedudukan sama, posisi sama, jabatan selevel, dalam suatu organisasi. Pada Komunikasi Horizontal ini, informasi yang disampaikan biasanya berhubungan dengan tugas-tugas, tujuan kemanusiaan, saling memberi informasi, penyelesaian konflik, dan koordinasi. Koordinasi diperlukan untuk mencegah tendensitendensi, selain itu juga dimaksudkan untuk memelihara keharmonisan dalam organisasi (Lubis 2008). Komunikasi horizontal ini sangat intern dilakukan antar bagian yang memiliki tingkat kerja yang tinggi, untuk memudahkan melakukan koordinasi yang dapat berlangsung secara formal. Komunikasi horizontal mempunyai tujuan tertentu diantaranya sebagai berikut: (Ningrum 2013)

- a. Mengkoordinasikan tugas-tugas. Bagian-bagian tertentu yang sama jenjangnya dalam organisai kadang-kadang perlu mengadakan rapat atau pertemuan untuk mendiskusikan hal-hal yang memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan organisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Menjamin pemahaman yang sama. Bila perubahan dalam suatu organisasi diusulkan maka perlu ada pemahaman yang sama dari semua komponen yang ada dalam organisasi.
- c. Mengembangkan sokongan interpersonal. Karena sebagian besar dari waktu kerja adalah berinteraksi dengan teman untuk memperoleh sokongan hubungan interpersonal dari temannya.

Komunikasi diagonal (komunikasi silang)

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak kepada pihak lain dalam posisi yang berbeda, dimana kedua belah pihak tidak berada pada jalur struktur yang sama. Komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain.

2.2.4 Budaya Kerja Perusahaan

Budaya kerja adalah sekumpulan prinsip dasar atau pola pikir yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan kerjasama di antara anggota suatu kelompok masyarakat. Dalam konteks perusahaan, budaya kerja dapat didefinisikan sebagai nilai-nilai yang mendominasi organisasi dan berfungsi sebagai filosofi kerja karyawan, yang mendorong tingkat disiplin kerja yang tinggi. Menurut Tampubolon, budaya kerja mencakup pandangan umum yang dimiliki oleh seluruh karyawan sebagai bagian dari organisasi (Indriani, Yuliantini, dan Bagia 2019).

Dalam lingkup perusahaan, budaya organisasi mengacu pada norma-norma perilaku yang dianut oleh staf sebagai panduan dalam melaksanakan tugas mereka di tempat kerja. Selain itu, cara kepemimpinan yang digunakan juga memiliki dampak yang besar pada kinerja karyawan. Untuk meningkatkan mutu kinerja para karyawan, sangat penting untuk memiliki kepemimpinan yang efisien dalam mengelola perusahaan. Menurut pandangan Armawan & Suana, keberhasilan perusahaan dalam mencapai hasil kerja yang diinginkan dan menjalankan tanggung jawab sosialnya sangat bergantung pada kemampuan dari para pemimpinnya. Tanpa kepemimpinan yang berkompeten, tujuan organisasi serta komunikasinya dengan masyarakat tidak akan berjalan dengan lancar (Fauzan Ahmad Siregar dan Lailatul Usriyah 2021).

Kesinambungan pekerjaan akan berjalan dengan efisien jika lingkungan kerja mendukung, sementara lingkungan kerja yang kurang mendukung akan memiliki dampak yang merugikan. Disiplin kerja mengacu pada kesadaran karyawan terhadap peraturan dan norma sosial yang berlaku di dalam perusahaan. Tingkah laku yang disiplin dalam konteks bekerja di organisasi merupakan faktor yang harus diterapkan dan diikuti, karena kedisiplinan adalah aspek kunci yang mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan (Darmawan 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Basuki Yohannes dalam Schemerhorn dan Osborn pada tahun 1994 (halaman 22) mengemukakan konsep kepuasan kerja sebagai berikut: "Kepuasan kerja adalah tingkat di mana individu merasa positif atau negatif terhadap berbagai aspek dari pekerjaannya, pengaturan pekerjaan, dan interaksi dengan rekan kerja." Dalam pandangan ini, ditegaskan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan kerja meliputi semua elemen terkait dengan tugas pekerjaan, organisasi pekerjaan, dan hubungan dengan sesama karyawan. Cranny, Lowler, dan Hackman menjelaskan karakteristik kepuasan sebagai: "Kepuasan kerja dapat diukur sebagai perbedaan antara jumlah nilai hasil yang diterima oleh seseorang dan jumlah hasil yang dianggapnya seharusnya diterima." (Ikhsan 2016).

Indikator dalam budaya kerja yang terkait dengan komunikasi organisasi dapat mencakup berbagai aspek yang menunjukkan bagaimana komunikasi di dalam organisasi diterapkan dan dipahami oleh anggota. Beberapa indikator yang relevan dalam mengukur budaya kerja terkait dengan komunikasi organisasi:

1. **Transparansi:** Tingkat transparansi dalam organisasi dapat diukur dengan sejauh mana informasi dibagikan secara terbuka kepada semua anggota organisasi. Semakin tinggi tingkat transparansi, semakin baik indikator budaya komunikasi organisasi.
2. **Frekuensi Komunikasi:** Seberapa sering komunikasi formal dan informal terjadi di antara anggota organisasi. Budaya yang aktif berkomunikasi cenderung memiliki komunikasi yang lebih sering.
3. **Open Communication:** Indikator ini mencakup sejauh mana anggota organisasi merasa nyaman dalam menyampaikan ide, pendapat, atau masalah mereka tanpa takut represalias. Budaya yang mendukung komunikasi terbuka dan jujur memiliki indikator yang baik.

Keterbukaan Terhadap Umpan Balik: Se jauh mana organisasi menerima umpan balik dari anggota dan meresponsnya. Budaya yang baik dalam komunikasi organisasi akan merespons umpan balik dengan baik.

Kesinambungan Komunikasi: Budaya kerja yang baik juga mencakup komunikasi yang berkelanjutan dan konsisten sepanjang waktu, bukan hanya ketika ada masalah atau perubahan.

Kemampuan Mendengarkan: Indikator ini mencerminkan sejauh mana anggota organisasi memiliki kemampuan mendengarkan aktif terhadap orang lain. Kemampuan mendengarkan yang baik adalah aspek penting dari budaya komunikasi yang sehat.

Kepemimpinan Berkomunikasi: Bagaimana peran pemimpin dalam mendukung dan mendorong komunikasi yang efektif. Pemimpin yang berkomunikasi dengan baik menciptakan budaya yang positif dalam organisasi.

Penggunaan Teknologi: Sejauh mana organisasi mengadopsi teknologi komunikasi untuk meningkatkan interaksi dan kolaborasi antaranggota.

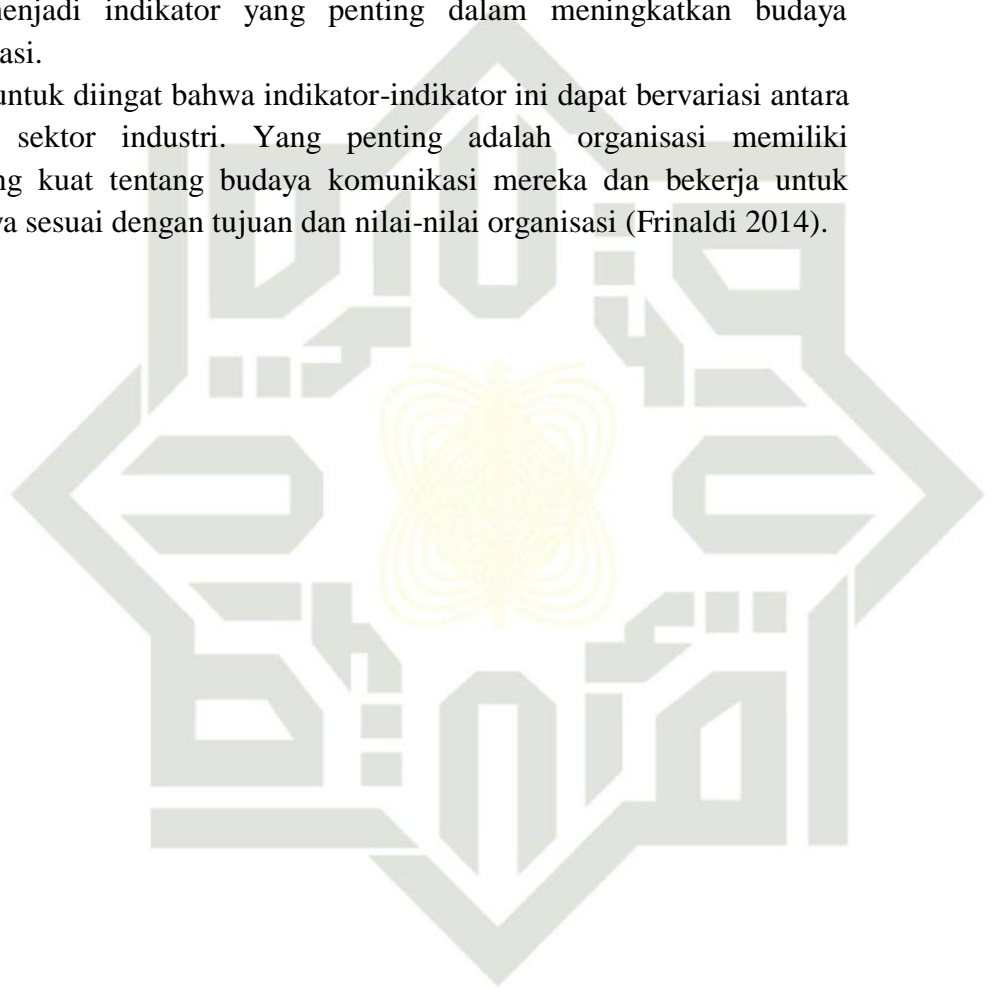
Bahasa dan Gaya Komunikasi: Indikator ini mencakup bahasa dan gaya komunikasi yang digunakan dalam organisasi. Apakah bahasa dan gaya tersebut mendukung kolaborasi dan pemahaman yang baik?

10. Pendidikan dan Pelatihan Komunikasi: Apakah organisasi menyediakan pelatihan atau pendidikan tentang komunikasi kepada anggotanya? Ini dapat menjadi indikator yang penting dalam meningkatkan budaya komunikasi.

Penting untuk diingat bahwa indikator-indikator ini dapat bervariasi antara organisasi dan sektor industri. Yang penting adalah organisasi memiliki pemahaman yang kuat tentang budaya komunikasi mereka dan bekerja untuk meningkatkannya sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi (Frinaldi 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

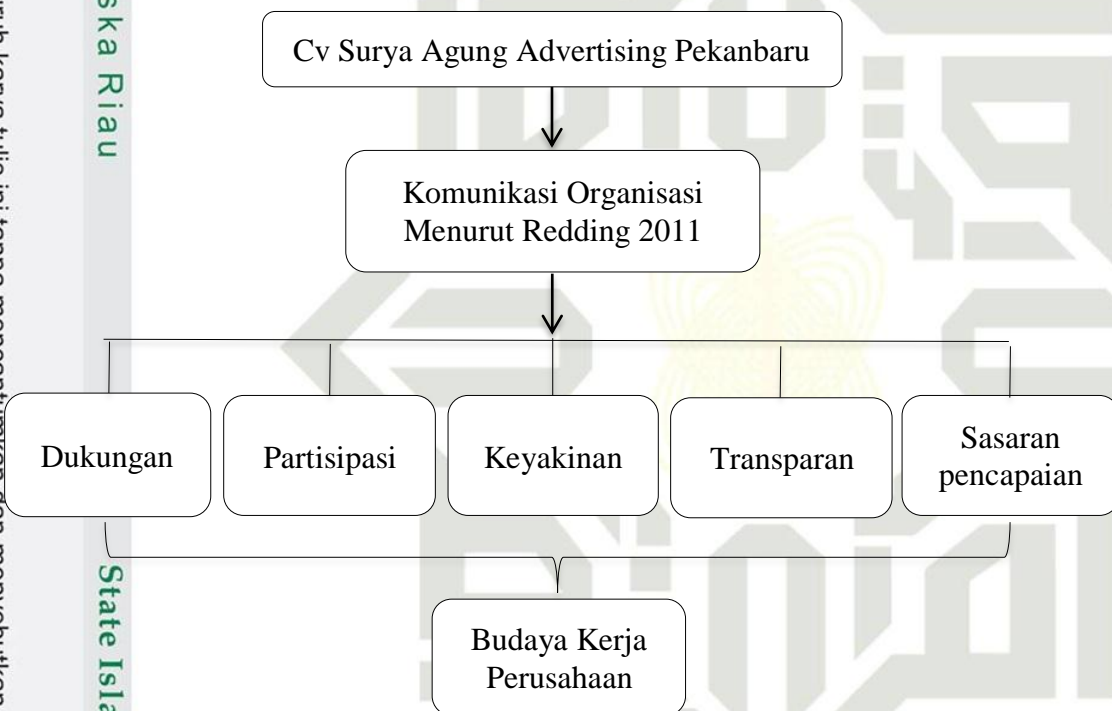
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah gambaran bagaimana setiap variable dengan posisinya akan dipahami hubungan dan keterkaitannya dengan variable lain. Melalui kerangka penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana peran komunikasi organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan terhadap CV Surya Agung Advertising.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh yang disajikan berupa kata-kata, pandangan yang diperoleh dari informan melalui proses wawancara. Menurut Creswell, pendekatan kualitatif sebagai suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Murdiyanto 2020).

Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional suatu organisasi, aktivitas sosial dan ekonomi (I Made Laut Mertha Jaya 2020). Penelitian Kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yang mendeskripsikan suatu obyek, fenomena atau *setting sosial* yang dituangkan dalam tulisan berupa naratif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Wawancara adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang dilakukan secara verbal kepada orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi atau penjelasan yang diperlukan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian nantinya akan dilaksanakan di Jl. Pembangunan No.99i Lambah Baru Tim., Kec. Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Riau 28123. Penelitian ini akan dilakukan setelah penulis melakukan Seminar Proposal.

3.3 Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang digunakan pada penelitian untuk menjelaskan fakta atau tidaknya suatu penelitian tersebut. Pada penelitian ini, penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut penjelasannya:

Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Suminarsih dan Afandi 2023). Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data yang didapat melalui teknik wawancara kepada (informan) penelitian. Data primer dalam sebuah penelitian merupakan sumber yang sangat penting. Maka dari itu data primer dalam

kelima, Dedek Budi Saputra, adalah seorang profesional di bidang pemasaran yang juga dapat memberikan wawasan berharga tentang topik ini. Informasi yang mereka berikan akan menjadi elemen penting dalam analisis hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan budaya kerja di CV Surya Agung Advertising.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data atau objek penelitian. Teknik pengumpulan data digunakan sebagai dasar dalam menyusun instrument penelitian yang digunakan untuk memenuhi data-data penelitian. Dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati suatu peristiwa dengan menyaksikan langsung dari lapangan. Menurut Zainal Arifin, Observasi merupakan suatu proses yang dilakukan dengan pengamatan, dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis, logis, *objective*, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena baik dalam situasi sebenarnya maupun buatan (Ardiansyah, Risnita, dan Jailani 2023).

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara dalam penelitian kualitatif berbeda dengan wawancara pada biasanya. Wawancara dalam penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang memiliki tujuan yang memiliki tujuan dan dilampirkan dengan beberapa pertanyaan informal (Rachmawati 2007).

Menurut Esterberg pada Sugiyono, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam. Pada saat wawancara peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung tetapi melalui media tertentu misalnya melalui telepon, teleconference atau chatting melalui internet.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diproses melalui dokumen-dokumen. Dokumentasi dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini

penulis melakukan foto dan buku-buku, tentang pendapat dan teori yang berhubungan dengan masalah penelitian (Hanyfah, Fernandes, dan Budiarmo 2022).

3.6 Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya dengan triangulasi, yaitu mengecek data yang diperoleh dengan beberapa sumber baik tokoh masyarakat maupun sumber tertulis. Triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain antara hasil dua peneliti atau lebih serta membandingkan dengan menggunakan teknik yang berbeda, misalnya observasi, wawancara dan dokumen.

Menurut Maleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan (Susanto, Risnita, dan Jailani 2023).

Adapun macam-macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan pengguna yaitu, Triangulasi Sumber, Triangulasi Metode, Triangulasi Penyidik, dan Triangulasi Teori. Dalam penelitian ini untuk menguji validitas data penulis akan menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan hasil data yang diperoleh dari narasumber satu kemudian dibandingkan dengan hasil data penelitian dari narasumber yang lainnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan Menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman yang dikutip oleh Sugiyonon halaman yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau



Reduksi Data

Reduksi data merupakan penyederhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga lebih jelas, dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya.

Penyajian data (*Data Display*) yang sering dipergunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sebelumnya.

Penarikan kesimpulan Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi dan tetap mengaju pada rumusan masalah secara tujuan yang akan dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan lainnya untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan (Sugiyono 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

itu, SA Adv juga dipercaya untuk mengurus berbagai izin yang diperlukan untuk kegiatan periklanan dan event.

Kini, SA Adv telah memiliki media reklame luar ruang di seluruh kabupaten di Riau, memperkuat posisinya sebagai salah satu pemain utama di industri periklanan regional. Kepercayaan yang diperoleh dari klien juga membawa SA Adv ke tingkat nasional, dengan pemasangan media billboard yang tersebar di hampir seluruh provinsi di Indonesia. Langkah-langkah strategis ini menunjukkan komitmen SA Adv untuk terus berkembang dan memberikan layanan terbaik di bidang periklanan.

Dalam bidang advertising, SA Adv telah membangun reputasi yang kuat sebagai pemimpin dalam pembuatan dan pemasangan media reklame luar ruang. Berkat tim yang berpengalaman dan kreatif, SA Adv secara konsisten mampu menghasilkan iklan yang efektif dan menarik, memberikan dampak signifikan bagi klien mereka. Baik itu billboard yang menjulang tinggi maupun spanduk besar, SA Adv telah membantu banyak perusahaan meningkatkan eksposur mereka di pasar. Keberhasilan mereka terletak pada kemampuan untuk memahami kebutuhan klien dan menerjemahkannya ke dalam kampanye visual yang memikat dan menonjol di antara kompetisi. Dengan komitmen terhadap kualitas dan inovasi, SA Adv terus menjadi pilihan utama bagi perusahaan yang ingin memperkuat branding dan visibilitas mereka melalui media reklame luar ruang.

4.2 Visi dan Misi Cv Surya Agung Advertising

VISI

Menjadi mitra kreatif yang terpercaya bagi klien kami dalam mencapai tujuan pemasaran mereka dengan pendekatan inovatif dan solusi yang efektif

MISI

1. Menyediakan layanan periklanan yang berkualitas tinggi dengan fokus pada kreativitas, keberlanjutan, dan dampak yang positif.
2. Memahami kebutuhan dan tujuan unik dari setiap klien kami untuk menciptakan strategi periklanan yang sesuai dan efektif.
3. Mengintegrasikan teknologi terkini dan tren industri periklanan untuk memberikan solusi yang inovatif dan terukur.
4. Membangun hubungan jangka panjang dengan klien, berdasarkan transparansi, kepercayaan, dan hasil yang konsisten.

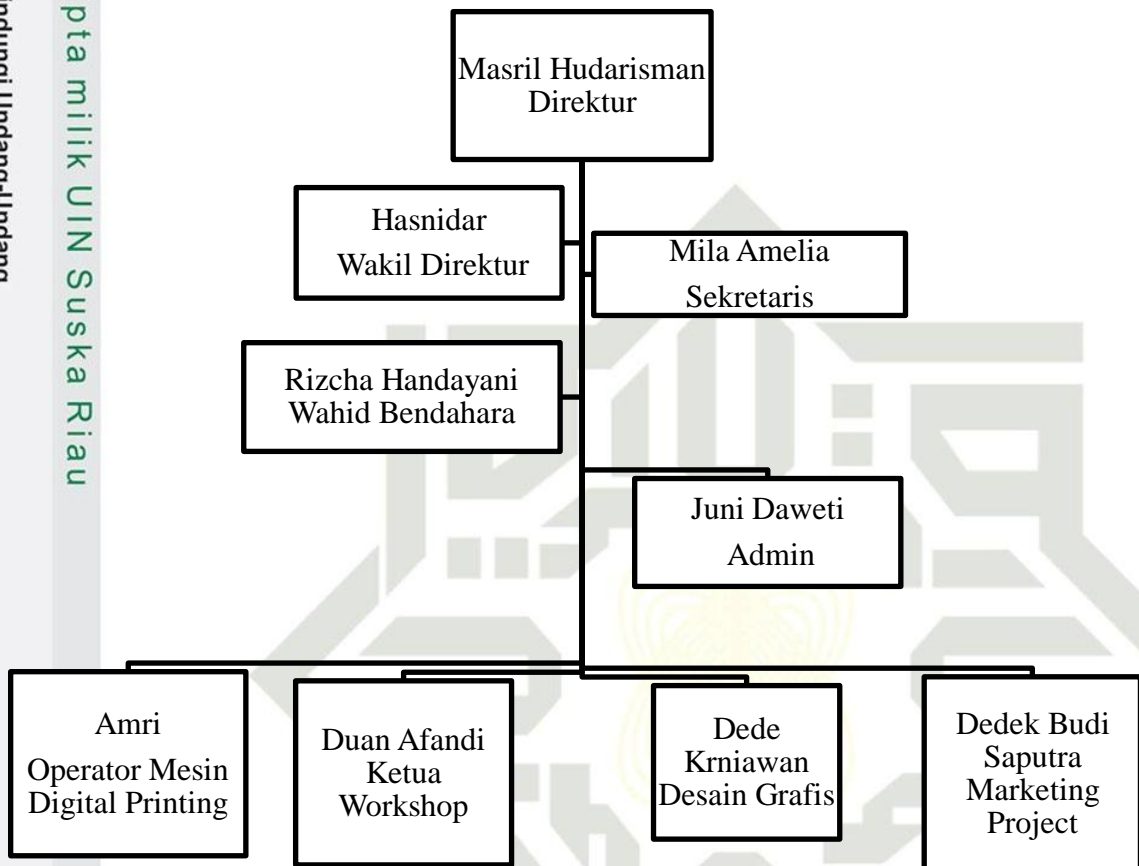
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3 Struktur Organisasi CV Surya Agung Advertising



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah membahas Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru. Lima indikator penelitian, yaitu pertama dukungan, kedua partisipasi dalam pengambilan keputusan, ketiga keyakinan, rasa percaya diri, dan keandalan, keempat transparansi dan kejelasan dan terakhir sasaran pencapaian yang tinggi, digunakan untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi dalam membangun budaya kerja perusahaan CV Surya Agung Advertising.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi di Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru sangat penting dalam membangun budaya kerja yang efektif. Dukungan yang diberikan oleh manajemen perusahaan terhadap karyawan, seperti melalui pertemuan rutin dan berbagi ide, mempengaruhi tingkat keyakinan dan rasa percaya diri karyawan. Partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan juga meningkatkan transparansi dan transparansi komunikasi organisasi. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi yang efektif dapat memperkuat budaya kerja dan kinerja karyawan yang bersifat positif. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggan dan memperluas kompetitivitasnya dalam industri. Rekomendasi penelitian ini adalah bahwa perusahaan harus terus memperkuat dukungan dan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan, serta transparansi dan kejelasan komunikasi organisasi. Selain itu, perusahaan harus memperbaiki pencapaian sasaran yang tinggi dengan cara memperbaiki kualitas produk dan jasa yang ditawarkan, serta memperbaiki kualitas pelayanan pelanggan.

6.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menyimpulkan hasilnya, maka penulis akan memberikan beberapa saran atau pun masukan yang berkaitan dengan Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Budaya Kerja Perusahaan Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru. Maka ada beberapa saran yang ingin penulis berikan kepada Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru dalam meningkatkan iklim komunikasi organisasi di Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru adalah :

Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru harus meningkatkan dukungan komunikasi organisasi dengan cara meningkatkan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan keyakinan karyawan terhadap visi dan misi perusahaan.

Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru harus meningkatkan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan dengan cara meningkatkan rasa percaya diri karyawan dan meningkatkan konsistensi, kejelasan, dan pencapaian tujuan tinggi.

Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru harus meningkatkan keyakinan karyawan terhadap visi dan misi perusahaan dengan cara meningkatkan dukungan komunikasi organisasi dan meningkatkan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan.

Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru harus meningkatkan rasa percaya diri karyawan dengan cara meningkatkan konsistensi, kejelasan, dan pencapaian tujuan tinggi.

Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru harus meningkatkan kejelasan, kejelasan, dan pencapaian sasaran yang tinggi dengan cara meningkatkan dukungan komunikasi organisasi dan meningkatkan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiarsi, Gracia Rachmi, dan Jeremia Engelita Wakas. 2018. “Komunikasi Vertikal dalam Servant Leadership Kadis Pendidikan dan Kebudayaan Kota Tomohon.” *Jurnal Komunikasi Global* 7(1):105–19. doi: 10.24815/jkg.v7i1.10871.
- Agustini, Nur Annisa, dan Ninuk Purnaningsih. 2018. “Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi.” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 16(1):89–108. doi: 10.46937/16201825198.
- Anon. t.t.-a. “<https://issuu.com/riaupos/docs/2016-05-27/32>.”
- Anon. t.t.-b. “<https://suryaagungadvertising.indonetwork.co.id/>.”
- Anon. t.t.-c. “<https://www.azhima.id/bisnis/perusahaan-advertising-pekanbaru/>.”
- Anon. t.t.-d. “Peran dan Fungsi Public Relation dalam Mempertahankan Citra Positif Portal Berita OnlineantaraneWS.COM(Studi Kasus LKBN ANTARA Biro Lampung).”
- Anon. t.t.-e. “Surya Agung Advertising.” Diambil 28 April 2024 (<https://suryaagungadvertising.indonetwork.co.id/>).
- Ardiansyah, Risnita, dan M. Syahrani Jailani. 2023. “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1(2):1–9. doi: 10.61104/ihsan.v1i2.57.
- Banarnahor, Astri. 2022. *Dasar Komunikasi Organisasi*.
- Calayadi, Nur Adia, dan Tati Sumarti. 2021. “Pengaruh Budaya Perusahaan dan Lingkungan Kerja terhadap Semangat Kerja Karyawan di PT. Multi Top Indonesia.” 20(1).
- Dary Sagita, Azyn. 2022. “Faktor-faktor Pembentuk Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa Mabat Kecamatan Bakam: Indonesia.” *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(1):51–63. doi: 10.47995/jik.v5i1.77.
- Darnawan, Arif. 2022. “Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan.” *Journal of Applied Managerial accounting* 6(1):21–32. doi: 10.30871/jama.v6i1.3960.
- Dede Kurniawan, Desain grafis Cv Surya Agung Advertising. 2024. “Hasil Wawancara Informan Tambahan.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Dede Budi Saputra, Marketing Cv Surya Agung Advertising. 2024. "Hasil Wawancara Informan Tambahan."
- Duan Afandi, Kepala lapangan Cv Surya Agung Advertising. 2024. "Hasil Wawancara Informan Tambahan."
- Fachrezi, Hakim, dan Hazmanan Khair. 2020. "Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanamu." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3(1):107–19. doi: 10.30596/maneggio.v3i1.4834.
- Fauzan Ahmad Siregar dan Lailatul Usriyah. 2021. "Peranan Komunikasi Organisasi dalam Manajemen Konflik." *Idarah (Jurnal Pendidikan dan Kependidikan)* 5(2):163–74. doi: 10.47766/idadrah.v5i2.147.
- Fitriani, Aisah Nur, Yuliani Rachma Putri, dan S. Ip. t.t. "Pengaruh Iklim Komunikasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia."
- Frinaldi, Aldri. 2014. "Pengaruh Budaya Kerja Pegawai Negeri Sipil terhadap Pelayanan Publik di Dinas Catatan Sipil dan Kependudukan Kota Payakumbuh." *Humanus* 13(2):180. doi: 10.24036/jh.v13i2.4727.
- Gandasari, D., Dewa Putu, Yudhi Ardiana, dan Bonaraja Purba. 2021. *Komunikasi Organisasi : Teori , Inovasi dan Etika*.
- Hanafiah, L. Ulfa, dan Yuliani Rachma Putri. t.t. "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan Garden Hotel Majalengka."
- Haryafah, Siti, Gilang Ryan Fernandes, dan Iwan Budiarmo. 2022. "Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash." *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)* 6(1). doi: 10.30998/semnasristek.v6i1.5697.
- Haryanto, Didik. 2021. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Harwati. 2019. "Penerapan Komunikasi Vertikal dalam Meningkatkan Kualitas Kinerja Pegawai Dinas Pertambangan Kabupaten Karimun." *JDM - Jurnal Dinamika Manajemen* 1(1):105–12.
- Hasnawati, Fifi. 2020. "Manajemen dalam Komunikasi."
- Hasnadar, Wakil Direktur Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru. 2024. "Hasil Wawancara Informan Tambahan."
- Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hidayat, Hendra, Lisa Anggraini, M. Ridha, Sami'an Sami'an, dan Aminah Swarnawati. 2022. "PENGARUH Iklim Komunikasi Organisasi dan GAYA Komunikasi Pimpinan terhadap Kinerja Pegawai PTS di Riau." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 5(1):53–64. doi: 10.32509/pustakom.v5i1.1846.
- Hilala Yunita Wono1,*, , Michael Ivan Reinald2, , Felita Purnomo3, , Patricia Adeline Valerie, dan Soema4. 2022. "Iklim Komunikasi Organisasi Layanan Publik Bidang Kesehatan." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. doi: 10.30596/interaksi.v6i2.9758.
- Humaidi, Muhammad Agus. 2021a. "Hubungan Iklim Komunikasi dengan Motivasi Kerja Pegawai di BKBPMP Kota Banjarmasin." *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(2). doi: 10.31602/jm.v4i2.5927.
- Humaidi, Muhammad Agus. 2021b. "Hubungan Iklim Komunikasi dengan Motivasi Kerja Pegawai di BKBPMP Kota Banjarmasin." *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(2). doi: 10.31602/jm.v4i2.5927.
- I Made Laut Mertha Jaya. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Ikhsan, Anwar. 2016. "Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Non Dosen pada Universitas Mercu Buana Jakarta." 2.
- Indriani, Anis, Ni Nyoman Yuliantini, dan I. Wayan Bagia. 2019. "Pengaruh Stres Kerja dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Karyawan." 7.
- Islami, Annisa Nur, Merry Fridha Tri Palupi, dan Mohammad Insan Romadhan. 2021. "Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan di PT. Feva Indonesia." *representamen* 7(01). doi: 10.30996/representamen.v7i01.5127.
- Iryana, "Teknik Pengumpulan Data", Metode Kualitatif.
- Jaelani, Aji Muhamad, dan Ririn Risnawati. 2021. "Analisis Iklim Komunikasi pada Pegawai Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kabupaten Kuningan." *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(1):1. doi: 10.35842/massive.v1i1.14.
- Kusuma, Satria. 2017. "Iklim Komunikasi Organisasi dan Motivasi Kerja Pimpinan dalam Mewujudkan Misi Perusahaan." 1(1).
- Lubis, Fatma Wardy. 2008. "Peranan Komunikasi Dalam Organisasi." *Jurnal Harmoni Sosial* II(2):53–57.
- Maarif Sitti Roskina, dan Ikhfan Haris. 2020. *Komunikasi dalam organisasi (teori dan aplikasi)*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Masril Hudarisman, Direktur Cv Surya Agung Advertising Pekanbaru. 2024. "Hasil Wawancara Informan Utama."
- Mulawarman, Krisna, dan Yeni Rosilawati. 2014. "Komunikasi Organisasi pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta untuk Meningkatkan Pelayanan." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 5(1):31. doi: 10.30659/jikm.5.1.31-41.
- Murdiyanto, Eko. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*.
- Muspawi, Mohamad, Firman Firman, dan Yeni Confristha Manullang. 2021. "Penciptaan Iklim Komunikasi Organisasi (Tinjauan Peran Kepala Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Jambi)." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 21(3):1459. doi: 10.33087/jiubj.v21i3.1775.
- Ningrum, Mardani Eka. 2013. "PERANAN KOMUNIKASI INTERNAL DI LINGKUNGAN KERJA." 3(1).
- Panuju, Drs. Redi. 2001. *Komunikasi Organisasi dari Konseptual-teoritis ke Empirik*. 1 ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pps, Jurnalpps, Bambang Sumarwoto, Indra Prasetyo, dan Sri Hartati. 2021a. "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Guru SMK Pertiwi Balikpapan." *Jurnal Manajerial Bisnis* 5(2):106–14. doi: 10.37504/jmb.v5i2.390.
- Pps, Jurnalpps, Bambang Sumarwoto, Indra Prasetyo, dan Sri Hartati. 2021b. "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Guru SMK Pertiwi Balikpapan." *Jurnal Manajerial Bisnis* 5(2):106–14. doi: 10.37504/jmb.v5i2.390.
- Putra Prasetio, Dwi Dian, Istiatin Istiatin, dan Sri Hartono. 2019. "Budaya Organisasi, Motivasi, dan Komunikasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Wonogiri." *Jurnal ILMIAH EDUNOMIKA* 3(01). doi: 10.29040/jie.v3i01.423.
- Rachmawati, Imami Nur. 2007. "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11(1):35–40. doi: 10.7454/jki.v11i1.184.
- Rahadani, Thoriq. 2020. "Komunikasi Organisasi pada Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional." *Jurnal Komunikasi* 14(2):119–34. doi: 10.21107/ilkom.v14i2.7076.
- Randi, Randika Widianto. 2023. "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Gaya Komunikasi Pimpinan terhadap Kinerja Pegawai." *JIEM (Journal of Islamic Education Management)* 7(1):79. doi: 10.24235/jiem.v7i1.14131.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Rio, Slamet Bambang. 2020. "Pengaruh Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai di Rumah Sakit dr. Soeselo Kabupaten Tegal." 2(4).
- Romadona, Mia Rahma, dan Sigit Setiawan. 2020. "Communication of Organizations in Organizations Change's Phenomenon in Research and Development Institution." *Journal Pekommas* 5(1):91. doi: 10.30818/jpkm.2020.2050110.
- Sari, Afna Fitria. 2020. "Etika Komunikasi." *Tanjak: Journal of Education and Teaching* 1(2):127–35. doi: 10.35961/tanjak.v1i2.152.
- Sugianto, Alvis, Gatut Priyowidodo, dan Inri Inggrit Indrayani. 2018. "Iklim komunikasi organisasi di PT . Starindo Anugerah Abadi Surabaya Pendahuluan." *Jurnal E-Komunikasi* 6(2).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminarsih, Eka Meifrina, dan Sjaeful Afandi. 2023. "Pengembangan Repositori Data Primer Riset Nasional: Studi Kasus Badan Riset dan Inovasi Nasional." *Jurnal IPI (Ikatan Pustakawan Indonesia)* 8.
- Susanto, Dedi, Risnita, dan M. Syahrani Jailani. 2023. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah." *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1(1):53–61. doi: 10.61104/jq.v1i1.60.
- Susvianti, Ades, Dwiari Wicaksono, dan Nina Rohana. 2021. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Situasi Krisis Covid-19." *Jurnal Public Relations (J-PR)* 2(2):119–26. doi: 10.31294/jpr.v2i2.641.
- Triastuti, Aselina Endang. 2019. *Komunikasi Internal Organisasi*. 1 ed. Penerbit Deepublish.
- Wayne Pace, R., dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi : Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. 6 ed. disunting oleh Deddy Mulyana. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zahara, Evi. 2018. "Peranan komunikasi organisasi bagi pimpinan organisasi." *Jurnal Warta* (April).

LAMPIRAN

FOTO DOKUMENTASI



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.