

ABSTRAK

¹Nur Hidayat, Muhamad Akbar. ²Ritonga, Jamiluddin

³Heryati, Euis. ⁴Harahap, Halomoan.

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat

Jl. Arjuna Utara No.9 Duri Keba, Kec. Kebun Jeruk

Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 11510

muhamadakbarnurhidayat@student.esaunggul.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan rasa memiliki karyawan di PT Anugerah Persada Alam. Dalam konteks perusahaan yang menghadapi masalah pada komunikasi internalnya, penelitian ini menyoroti pentingnya iklim komunikasi yang kondusif dalam menciptakan lingkungan kerja yang positif dan berdaya saing. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan sampling acak dan non-acak, diukur menggunakan skala Likert dan uji korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 40% responden menilai iklim komunikasi organisasi sebagai kondusif, sementara 42% responden merasa memiliki rasa kepemilikan yang kuat terhadap perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa nilai pemilih terendah untuk iklim komunikasi organisasi adalah 34 responden pada pernyataan tentang penghargaan yang menjelaskan tentang indikator "Penghargaan" yang berisi pernyataan "(Karyawan akan menerima reward (bonus) apabila berhasil mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan)", dan untuk rasa memiliki adalah 29 responden pada pernyataan tentang persepsi yang menjelaskan tentang indikator "Persepsi" yang berisi "(Kedekatan antara Pimpinan dan bawahan memungkinkan karyawan melihat pekerjaannya sebagai peluang untuk mencari dan membentuk hubungan yang positif)". Dalam uji hipotesis, terdapat hubungan yang signifikan antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Rasa Memiliki karyawan PT Anugerah Persada Alam, dengan identifikasi nilai $4301 > 5188$ dan nilai signifikan $0.001 < 0.50$. Penelitian ini menekankan pentingnya iklim komunikasi organisasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang positif dan berdaya saing, serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan rasa empati dan pengembangan karir karyawan.

Kata kunci: Komunikasi Organisasi, Iklim Komunikasi Organisasi, Rasa Memiliki (*Sense Of Belonging*)

ABSTRAK

¹Nur Hidayat, Muhamad Akbar. ²Ritonga, Jamiluddin

³Heryati, Euis. ⁴Harahap, Halomoan.

Faculty of Communication Sciences, Esa Unggul University

Jl. Arjuna Utara No.9 Duri Kepa, Kec. Kebun Jeruk

Special Capital Region of Jakarta, 11510

muhamadakbarnurhidayat@student.esaunggul.ac.id

This study aims to describe the relationship between organizational communication climate and employees' sense of belonging at PT Anugerah Persada Alam. In the context of a company facing internal communication challenges, the research highlights the importance of a conducive communication climate in creating a positive and competitive work environment. The research method employed is descriptive quantitative with both random and non-random sampling techniques, measured using Likert scales and Pearson correlation tests. The findings indicate that 40% of respondents perceive the organizational communication climate as conducive, while 42% feel a strong sense of ownership towards the company. Additionally, the study reveals that the lowest-rated aspect of organizational communication climate involves recognition, with 34 respondents indicating dissatisfaction with the statement regarding rewards ("Employees will receive a bonus if they achieve the targets set by the company"). Similarly, for the sense of belonging aspect, 29 respondents expressed dissatisfaction with the statement regarding perception ("The closeness between leaders and subordinates allows employees to view their work as an opportunity to seek and build positive relationships"). In hypothesis testing, a significant relationship between the Organizational Communication Climate and Employee Sense of Belonging at PT Anugerah Persada Alam is identified, with an identified value of $4301 > 5188$ and a significance value of $0.001 < 0.50$. The study emphasizes the importance of organizational communication climate in fostering a positive and competitive work environment and offers recommendations for enhancing empathy and career development among employees.

Keywords: *Organizational Communication, Organizational Communication Climate, Sense of Belonging*