

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Audit komunikasi pertama kali dikenal pada tahun 1954 oleh George Odiorne, Audit komunikasi yaitu suatu kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Hardjana, 2000: 13). Sistem komunikasi dilihat sebagai suatu aspek yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas organisasi. Sistem, aturan dan kebijaksanaan sangat mempengaruhi cara-cara orang dalam berkomunikasi. Organisasi mempunyai sistem, aturan yang membedakan antara pimpinan dan karyawan (Gutama, 2010).

Upaya-upaya dalam meningkatkan produktivitas organisasi tidak terlepas dari meningkatkan kelancaran informasi di dalam organisasi. Karena itu kelancaran informasi menjadi aspek generik yang setiap saat harus di kontrol, diperiksa kesehatannya. Menurut Gerald Goldhaber (dalam Hardjana 2000: 9) audit komunikasi merupakan “pemeriksaan diagnosis yang dapat memberikan informasi dini untuk mencegah kehancuran kesehatan organisasi yang lebih besar”. Organisasi modern sekarang melihat audit komunikasi sebagai suatu *instrument* yang digunakan untuk menilai efektivitas sistem komunikasi baik internal maupun eksternal. Hamilton (dalam Mohammed & Bungin, 2015: 5) menyatakan audit komunikasi yang dilaksanakan oleh sebuah organisasi mampu memberikan kontribusi kepada proses membuat keputusan yang

lebih efektif melalui pengayaan sumber informasi internal organisasi serta menghasilkan peningkatan produktivitas kerja.

Menurut Goldhaber (dalam Mohammed dan Bungin, 2015:4) jika anggota organisasi tidak memiliki informasi yang cukup, mereka akan menjadi lebih tidak menentu dan kemungkinan besar akan menghasilkan *outcome* yang kurang bermutu. Selain itu, ketidakpastian juga dapat terjadi ketika anggota sebuah organisasi menerima terlalu banyak atau sedikit informasi yang memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

Jika pekerja kekurangan informasi dalam proses berkomunikasi, mereka tentu tidak memperoleh cara untuk membuat rencana kemajuan dalam organisasi tersebut. Mereka mungkin tidak melihat dengan jelas akan peluang promosi dan karena hal tersebut memberikan mereka keputusan untuk memilih melakukan suatu yang menghambat kemajuan sebuah organisasi. Jadi audit komunikasi dilakukan sebagai langkah antisipatif. Dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan adanya komunikasi organisasi yang mampu mengembangkan sikap anggota untuk merubah pola pikir dan pola perilakunya sehingga sejalan dengan apa yang menjadi tujuan dari organisasi tersebut. (Redding dan Sanborn dalam Arni Muhammad., 2005;65).

Menurut Andre Hardjana (2000:19), saat yang tepat untuk penyelenggaraan Audit Komunikasi di Amerika Serikat yakni pada saat muncul kebutuhan untuk mengevaluasi kebijakan ataupun kebiasaan baru. Dan adapun saat yang tepat untuk melakukan audit komunikasi di Inggris

menurut Anthony Booth (dalam Hardjana, 2000: 19) ialah dapat dilakukan sebelum atau sesudah melakukan restrukturisasi atau rasionalisasi perusahaan.

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

Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ramadani *dkk.*, 2015) mengenai Audit Komunikasi Organisasi Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) Yogyakarta menyatakan bahwa pada muatan informasi di organisasi WALHI Yogyakarta cukup baik, informasi berasal dari pihak internal maupun eksternal organisasi, dari media komunikasi tertulis dan elektronik. Dukungan media komunikasi tertulis dan elektronik sangat menunjang mereka dalam hal efisiensi waktu, penggunaan teknologi komunikasi seperti telepon, sms, dan sistem jaringan komputer sangat membantu dalam proses penyampaian informasi antar divisi staff dan anggota organisasi. Keterbukaan antar divisi staff mempunyai pengaruh yang besar terhadap informasi yang masuk ke semua

anggota organisasi, selain itu perhatian antar divisi staff organisasi menciptakan suasana yang kondusif dalam proses penyampaian informasi.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Panghegar *dkk.*,2013) mengenai Audit Komunikasi Organisasi Horizontal Departemen Front Office Singgasana Hotel Surabaya. Dalam penelitiannya Panghegar menemukan bahwa media komunikasi yang digunakan beraneka macam yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Namun, terdapat hambatan-hambatan yang terjadi dalam komunikasi ini yaitu hambatan lingkungan, sumber daya manusia, dan tugas serta tanggung jawab individu.

Penelitian pertama mengukur muatan komunikasi dan penelitian kedua hambatan komunikasi yang terjadi pada objek penelitian, bahwa masing-masing media, tujuan dan hambatan selalu berkaitan satu dengan yang lain. Sehingga dari hasil keseluruhan penelitian audit komunikasi mampu memperlihatkan kekuatan audit komunikasi dalam menjaga kestabilan komunikasi dalam sebuah organisasi sehingga menjadikannya suatu hal yang penting dan menarik untuk dikaji dan diperdalam oleh peneliti.

Kajian yang dilakukan oleh peneliti berupa evaluasi sistem komunikasi pada Pengadilan Agama Kota Yogyakarta dengan menggunakan metode audit komunikasi. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 7 tahun 1989 tentang Peradilan Agama, bab satu ketentuan umum, bagian kedua tentang kedudukan, pasal 2 “Peradilan Agama merupakan salah satu pelaksana kehakiman bagi rakyat pencari

keadilan yang beragama islam mengenai perkara perdata tertentu yang diatur dalam Undang-Undang ini”. pasal 3, ayat 1 “Kekuasaan Peradilan Agama dilaksanakan oleh Pengadilan Agama dan Pengadilan Tinggi Agama”, ayat 2 “Kekuasaan kehakiman di lingkungan Peradilan Agama berpuncak pada Mahkamah Agung sebagai Pengadilan Negara Tertinggi”. Begitu pula dijelaskan dibagian ketiga tentang tempat kedudukan, pasal 4, ayat 1 “Pengadilan Agama berkedudukan di ibukota kabupaten dan wilayah hukumnya meliputi wilayah kotamadya dan kabupaten”. Ayat 2 “Pengadilan Tinggi Agama berkedudukan di wilayah ibukota provinsi, dan wilayah hukumnya meliputi wilayah provinsi”. Bagian keempat pembinaan, pasal 5, ayat 1 “Bagian teknis Peradilan bagi Pengadilan dilakukan oleh Mahkamah Agung”. Mengingat ada dukungan dari pemerintah Indonesia dalam penerapan audit komunikasi, di wujudkan dengan adanya Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No 27 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Audit Komunikasi dilingkungan Instansi Pemerintahan.

Pengadilan Agama Kota Yogyakarta ini menjadi menarik untuk diteliti pertama dilihat dari sisi sejarahnya Pengadilan Agama ini merupakan pengadilan tertua diantara Pengadilan-Pengadilan lainnya, bisa dikatakan begitu karena Pengadilan Agama sudah ada pada era Kerajaan Islam, pada saat itu dinamakan dengan “Peradilan Serambi” dan Pengadilan serambi ini dilaksanakan oleh para Penghulu. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh (H.Syahril., 2017) mengenai Peradilan Agama sebagai

Peradilan Negara dalam Dinamika Cita Hukum Indonesia, menyatakan “Di antara Kerajaan Islam yang banyak meninggalkan ciri-ciri pada sistem pemerintahan Republik Indonesia sekarang adalah Kerajaan Mataram (Surakarta dan Yogyakarta), terutama ciri dalam menempatkan bidang agama sebagai bagian dari pemerintahan umum, seperti Jabatan Kaum, Kayim, Modin, Amil untuk tingkat desa dan Penghulu naib untuk tingkat Kecamatan serta Penghulu untuk tingkat Kabupaten sedangkan untuk tingkat kerajaan ada Penghulu Ageng. Para Penghulu dan Penghulu Ageng ini berfungsi pula sebagai “Hakim/Qadhi” yang dibantu beberapa penasihat dalam bentuk “Pengadilan Surambi”, Jadi pejabat-pejabat tersebut tetap diangkat lewat tauliyah Imam dalam hal ini Raja Mataram”.

Kedua dilihat dari era sekarang Pengadilan Agama mempunyai tingkatan tangga yang berjenjang, mulai dari Mahkamah Agung sebagai tingkatan tertinggi di nasional, disusul Pengadilan Tinggi Agama ditingkat provinsi, dan Pengadilan Agama di tingkat kabupaten kota. Terakhir ialah kebijakan Mahkamah Agung tentang pola promosi dan mutasi hakim di lingkungan Peradilan Agama, dimana sifatnya dari promosi dan mutasi ini apabila hakim yang bersangkutan telah menjalankan tugasnya selama 3 tahun sampai dengan 4 tahun, hakim tersebut akan dimutasi ke wilayah lain di Indonesia, ada kemungkinan juga ketika seorang hakim ini bisa lebih cepat dimutasi di karenakan mutasi atas dasar promosi, ini tertuang pada keputusan ketua Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor:

48/KMA/SK/II/2017 tentang pola promosi dan mutasi hakim pada empat lingkungan Peradilan. Begitu pula dengan pegawai yang lainnya.

Dari penjabaran di atas pertama dilihat dari sisi sejarahnya, kedua dilihat dari berjenjangnya tingkatan Pengadilan Agama ini serta terakhir ialah tingkat mutasi dan promosi yang bisa di katakan singkat dan cepat, dapat dipastikan selalu ada kebijakan-kebijakan baru dari Mahkamah Agung yang harus dilaksanakan oleh Pengadilan tingkatan dibawahnya termasuk disini Pengadilan Agama Kota Yogyakarta.

Adanya kegiatan audit komunikasi diharapkan nantinya dapat menjadi alat untuk mengontrol kelebihan informasi (*overload*) atau kekurangan informasi (*underload*) dimana hal ini apabila terjadi dapat mengganggu setiap tugas dan kewajiban yang harus dilakukan Pengadilan Agama Kota Yogyakarta.

Ini semakin menarik diteliti karena sejak ditetapkan Peradilan satu atap dibawah Mahkamah Agung pada tahun 2004, belum pernah dilakukan audit komunikasi di lingkungan Peradilan, termasuk Pengadilan Agama Kota Yogyakarta. Secara otomatis organisasi ini mengalami perubahan kebijakan lama menjadi diperbaharui sehingga menciptakan kebiasaan baru. Kebijakan dan kebiasaan baru inilah yang butuh dikaji secara mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi organisasi, sehingga diharapkan dapat meningkatkan efektivitas organisasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis terlebih dahulu merumuskan masalah sebagai dasar kajian penelitian yang dilakukan, yaitu: Bagaimana pelaksanaan sistem komunikasi di Pengadilan Agama Yogyakarta.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui:

1. Kualitas penyebaran dan kemudahan informasi yang di komunikasikan oleh dan/atau kepada sumber-sumber informasi di Pengadilan Agama Kota Yogyakarta.
2. Kualitas hubungan-hubungan komunikasi di Pengadilan Agama Kota Yogyakarta

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi tolak ukur dan rekomendasi bagi Pengadilan Agama Kota Yogyakarta mengenai pembuatan kebijakan yang berkaitan

dengan pengelolaan informasi dan komunikasi dalam meningkatkan efektivitas organisasi

## **1.5 Kajian Pustaka**

### **1.5.1 Audit Komunikasi**

#### **a. Definisi Audit Komunikasi**

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Andre Hadjana dimana analisis ini didefinisikan secara sederhana dan tegas yang akhirnya menghasilkan kesimpulan bahwasannya Audit komunikasi adalah kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi. (Andre Hardjanah, 2000:13). Definisi Andre Hardjanah menyatakan dengan tegas bahwa objek penelitian pada pelaksanaan audit komunikasi ini merupakan pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian.

Kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian memberi pemahaman bahwasanya audit komunikasi efektif dilakukan dalam lingkup organisasi yang berfokus meneliti, mengevaluasi, dan mengukur sistem komunikasi. Selain itu yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi.

#### **b. Tujuan Audit Komunikasi**

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

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

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

7. Menggambarkan pola-pola komunikasi yang terjadi pada tingkatan pribadi, kelompok, dan organisasi dalam kaitannya dengan topik-topik, sumber, saluran, frekuensi, jangka waktu, dan kualitas interaksi.
8. Memberikan rekomendasi-rekomendasi tentang perubahan ataupun perbaikan yang perlu dilakukan berkaitan dengan sikap, perilaku, praktek-praktek kebiasaan, dan keterampilan yang didasarkan atas hasil analisis audit komunikasi

c. Model dan Konsep Audit Komunikasi

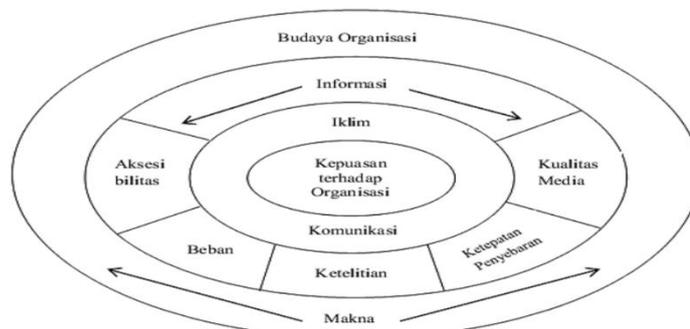
Terdapat tiga model dalam audit komunikasi, yakni satu, model struktur konseptual (*conceptual structure model*) yang diajukan oleh Howard Greenbaum. Model struktur konseptual mungkin mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada kedua model lainnya, karena mampu mendorong pemikiran dan keyakinan tentang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

Dalam penelitian ini model yang digunakan yakni model profil komunikasi keorganisasian. Model profil komunikasi keorganisasian merupakan model analisis fungsional sistem organisasi, analisis fungsional secara sederhana dapat diuraikan sebagai penggunaan pengetahuan dari ilmu sosial untuk memeriksa keadaan masa kini dalam suatu organisasi yang dimaksudkan untuk menemukan jalan-jalan yang dapat digunakan untuk

memperbaikinya. Secara teknis, analisis fungsional dapat dikatakan sebagai pencarian dimana kesalahan-kesalahan terjadi dalam proses yang dapat membantu peningkatan efektivitas organisasi.

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

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



**Gambar 1.1: Model Profil Komunikasi Organisasi**  
 Sumber: Komunikasi Organisasi Pace & Faules (2006: 496)

1. Kepuasan Organisasi: Kepuasan karyawan tentang kerja, supervisi, gaji dan tunjangan, termasuk fasilitas, promosi karyawan, teman sejawat sekerja.
2. Iklim Komunikasi: Persepsi karyawan tentang saling percaya, partisipasi dalam pembuatan keputusan, pemberian dukungan, keprihatinan untuk tingkat kinerja tinggi.
3. Kualitas Media: Persepsi karyawan mengenai seberapa jauh penerbitan, petunjuk tertulis, laporan dan media lainnya dinilai menarik, tepat, dan dapat dipercaya.
4. Aksesibilitas Informasi: Persepsi karyawan mengenai seberapa jauh informasi tersedia bagi mereka dari berbagai sumber dalam organisasi, seperti atasan langsung, atasan lebih tinggi, kelompok, bawahan, dokumen-penerbitan, selentingan (*grapevine*).
5. Penyebaran Informasi: Persepsi karyawan tentang penyebaran informasi dalam struktur organisasi.
6. Muatan Informasi: Persepsi karyawan tentang kecukupan informasi, kekurangan informasi, atau kelebihan informasi.
7. Kemurnian Pesan: Persepsi karyawan perbedaan pesan yang dimengerti dan yang sebenarnya ada.
8. Budaya Organisasi: Persepsi karyawan tentang relasi dengan teman sekerja, nilai-nilai perusahaan, dan lingkungan kerja perusahaan.

Kedelapan konsep inilah yang dijabarkan oleh Pace & Faules untuk meneliti audit komunikasi.

### **1.5.2 Penyebaran Informasi**

Persepsi karyawan atau anggota organisasi tentang penyebaran informasi dalam struktur organisasi, terkait informasi penting atau khusus dan informasi terkini (Harjana, 2000: 55). Penyebaran pesan dianggap berhasil ketika karyawan banyak yang mengetahui suatu pesan tertentu (Pace & Faules, 2013: 506).

Didalam organisasi formal, penyebaran informasi dilakukan secara berurutan/berjenjang (Pace & Faules, 2013: 174). Proses menghimpun dan menyebarkan informasi ini berlangsung mulai dari pimpinan tertinggi kemudiannya terus diturunkan pada bawahannya, begitu seterusnya hingga staf terendah menerima informasi tersebut. Proses ini banyak dilakukan oleh organisasi dan menuntut interpretasi yang baik oleh penerima pesan yang wajib meneruskan pesan tersebut kepada jenjang di bawahnya. Hal ini penting agar informasi yang diterima secara berurutan itu tidak mengalami distorsi/ meminimalkan distorsi informasi. Penyebaran informasi berurutan menyebabkan pesan/informasi tidak diterima secara bersamaan, sehingga organisasi perlu koordinasi dan komunikasi yang intensif untuk menghindari hambatan terkait dengan keterlambatan penerimaan informasi oleh sebagian anggota (Pace & Faules, 2013: 173).

### **1.5.3 Kemudahan Perolehan Informasi**

Kemudahan perolehan informasi berkaitan dengan aliran informasi dalam organisasi, artinya persepsi anggota organisasi tentang seberapa jauh informasi tersedia dari berbagai sumber di dalam organisasi (Pace & faules,

2013: 505). Berbagai sumber dalam organisasi tersebut adalah atasan langsung, atasan lebih tinggi, kelompok, bawahan, dokumen-penerbitan, obrolan lisan (*grapevine*).

Informasi yang ingin diperoleh dari atasan langsung/atasan lebih tinggi biasanya berupa meminta petunjuk bagaimana mengerjakan tugas, hingga memberikan saran untuk pencapaian tujuan organisasi. Wujud dari komunikasi ke atas adalah bawahan berkesempatan menyampaikan apa yang dilakukan bawahan – pekerjaan, prestasi, kemajuan, dan rencana waktu mendatang, menjelaskan persoalan kerja yang belum dipecahkan yang mungkin memerlukan bantuan, memberikan saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan, mengungkapkan bagaimana pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan, rekan kerja mereka, dan organisasi (Pace & Faules, 2013: 189).

Sementara kemudahan perolehan informasi dengan kelompok atau komunikasi horizontal, terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama (Pace & Faules, 2013: 195). Komunikasi horizontal mencakup kontak antar personal dan semua anggota berkesempatan untuk mengkoordinasikan penugasan kerja/pembagian tugas, berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan, memecahkan masalah, memperoleh pemahaman bersama atas sebuah kejadian/permasalahan,

mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan, menumbuhkan dukungan antar personal (makan siang bersama, istirahat bersama, mengobrol di kantor) (Pace & Faules, 2013: 195-196).

Kemudahan perolehan informasi dari dokumen/penerbitan yang ada di kantor berarti adanya dokumen lengkap yang bisa diakses, kemudahan mendapatkan, hingga kemudahan membaca/menginterpretasikan.

Di dalam organisasi, juga terjadi obrolan lisan (*grapevine*) yang biasanya santai dan non formal untuk menguatkan sikap saling mendukung antar anggota organisasi (Pace & Faules, 2013: 196).

#### **1.5.4 Kualitas Hubungan Komunikasi**

##### **1.5.4.1 Bentuk Hubungan Komunikasi**

Organisasi sebagai kerangka (*framework*) menunjukkan pembagian tugas antara orang-orang dalam organisasi dan dapat diklasifikasikan sebagai tenaga pimpinan dan tenaga yang dipimpin dalam penyelenggaraan dan pengawasan tujuan. Effendy (2017:125) memaparkan bentuk komunikasi internal terjadi pada komunikasi personal melalui tatap muka ataupun media baik dalam lingkup kelompok kecil maupun besar. Rosli Mohammed (Mojammed & Bungin 2015:142-143) menjelaskan bahwa jalinan hubungan berarti kemampuan, kebijakan dan efektifitas pegawai dalam menciptakan suasana hubungan dan kerja sama yang ramah dengan semua pegawai. Lingkup komunikasi internal ditunjang dalam beberapa bentuk komunikasi yakni komunikasi vertikal, horizontal dan diagonal:

## **1. Komunikasi Vertikal**

Komunikasi vertikal merupakan bentuk komunikasi dari pimpinan kepada bawahan (*downward communication*) dan dari bawahan kepada pimpinan (*upward communication*) secara timbal balik (*two-way traffic communication*). Bentuk komunikasi dari bawahan ke pimpinan berupa pemberian laporan, saran serta informasi pengaduan. Sedang bentuk komunikasi pimpinan ke bawahan berupa pemberian instruksi, pemeliharaan informasi dan penjelasan teknis yang dibutuhkan bawahan.

## **2. Komunikasi Vertikal Ke Bawah**

Komunikasi ke bawah yakni bentuk penyampaian informasi dari jajaran manajerial kepada staf atau pejabat lain yang secara struktural organisasi berada di bawahnya. Bentuk komunikasi ini ditujukan guna memberikan informasi, pengawasan dan pengendalian kerja berikut pengarahan untuk pemahaman staf terhadap lingkup pekerjaannya (Pace dan Faules, 2015:185).

Selaras dengan ungkapan tersebut, tipe khusus komunikasi kebawah, Katz dan Kahn (dalam Ruliana, 2016:104) mengungkapkan ada lima tipe pesan yang disampaikan antara lain:

- a. *Job Instruction*, Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.
- b. *Job Rationale*, Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan.
- c. *Procedure* dan *Practice*, Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi.
- d. *Feedback*, Informasi mengenai kinerja pegawai seringkali berkaitan dengan laporan, aduan, dan personalia staf.
- e. *Indoctrinations of goals*, Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas atau penguatan nilai sesuai tujuan organisasi.

### **3. Komunikasi Vertikal Ke Atas**

Komunikasi ke atas merupakan serangkaian kegiatan penyampaian informasi dari pejabat yang berkedudukan lebih rendah kepada pejabat yang lebih tinggi seperti halnya koordinasi camat kepada bupati, dekan kepada rector dll (Pace dan Fauler, 2015:189).

Pace dan Faules (2015:190) juga menuliskan alasan penting yang mendasar terkait komunikasi ke atas dalam organisasi sebagai berikut.

- a. Aliran informasi ke atas memudahkan pembuatan keputusan oleh tataran manajerial guna mengarahkan kantor, memahami informasi kepada bawahan dan menentukan respons.
- b. Memberitahukan kepada bawahan terkait kesiapan menyerap informasi dari pimpinan.
- c. Mendorong keluhan kesah di tengah staf sehingga atasan dapat mengetahui apa yang telah terjadi.
- d. Menumbuhkan apresiasi dan loyalitas dengan memberi kesempatan kepada pegawai untuk membuka ruang ekspresi dan gagasan mengenai operasi perkantoran.
- e. Membantu staf mengatasi masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dalam perkantoran.

#### **4. Komunikasi Horizontal**

Komunikasi horizontal merupakan bentuk komunikasi secara mendatar sesuai fungsi dalam organisasi yang terjadi antar staf/kepala divisi dengan kedudukan sama dalam waktu kerja dan bersifat interpersonal yang memiliki tujuan terkait perihal koordinasi, personalia, pemberian informasi, kegiatan dan solusi. Masing-masing komunikator memiliki jenjang jabatan yang setara sehingga memunculkan suasana demokratis selama komunikasi berlangsung (Muhammad, 2017:121).

## 5. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal atau disebut juga komunikasi silang (*cross*) demikian, sentimen serta rumor terkait hal-hal pekerjaan atau tindakan pimpinan (*communication*) yakni komunikasi pimpinan divisi dengan anggota lain. Dalam situasi yang merugikan mereka dapat menyebar dan menjalar dengan cepat (Pace dan Faules, 2015:197). Komunikasi internal yang terjadi melalui berbagai dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni:

- a. Komunikasi personal (*personal communication*) yakni komunikasi yang berlangsung dua arah baik terdapat kontak fisik (langsung) maupun menggunakan media (tidak langsung) antara individu satu dengan lainnya.
- b. Komunikasi kelompok yakni komunikasi yang terjalin secara langsung atau tidak langsung antara seseorang dengan kelompok orang berdasarkan ciri sifat dan komunikasi dalam hubungan dengan proses komunikasi.

Davis (dalam Pace dan Faules, 2015:199) menuliskan tiga prinsip terkait pentingnya pengadaan komunikasi lintas divisi dalam suatu organisasi antara lain:

- a. Spesialis staf perlu berlatih dalam keahlian komunikasi
- b. Spesialis staf perlu menyadari pentingnya peranan komunikasi
- c. Manajemen harus menyadari peranan spesialis karyawan dan optimalisasi peranan dalam komunikasi organisasi.

#### **1.5.4.2 Kualitas Hubungan Komunikasi dalam Iklim Komunikasi**

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

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

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

- a. Kepercayaan, personal di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang didalamnya kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan. Menurut Mayer, dkk (1995) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*Ability*), kebaikan hati (*Benevolence*), dan integritas (*Integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: Kemampuan (*Ability*) meliputi keterampilan, kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan seseorang memiliki pengaruh dalam beberapa domain tertentu. Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik seseorang dalam mempengaruhi. Dengan kemampuan akan memunculkan keyakinan akan seberapa baik orang lain memperlihatkan performanya sehingga akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu.

- b. Kebaikan Hati (*Benevolence*) berkaitan dengan ketertarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain. Kebaikan hati adalah sejauh mana komunikator diyakini ingin berbuat baik untuk komunikan tersebut, selain dari motif keuntungan egosentris. Kebaikan hati menunjukkan bahwa komunikator memiliki beberapa keterikatan khusus untuk komunikan tersebut. Contoh keterikatan ini adalah hubungan antara manager (komunikator) dan karyawan (komunikan). Manager ingin membentuk karyawan menjadi lebih terampil dengan memberitahu ilmu yang dia miliki, meskipun manager tidak diperlukan untuk membantu, dan tidak ada imbalan untuk manager. Kebaikan hati adalah persepsi orientasi positif *trust* terhadap *trustor* tersebut.
- c. Integritas dibuktikan pada konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai-nilai diri seseorang, kejujuran yang disertai keteguhan hati dalam menghadapi tekanan. Hubungan antara integritas dan kepercayaan melibatkan persepsi *trustor* bahwa *trust* berpegang pada prinsip-prinsip yang ditemukan oleh *trustor* dan dapat diterima. Berbagai masalah pihak *trustor* seperti tindakan konsistensi di masa lalu, komunikasi yang dapat dipercaya tentang *trustor* dari pihak lain, keyakinan bahwa *trustor* memiliki rasa keadilan yang kuat, dan sejauh mana tindakan sesuai dengan kata-katanya, berdampak pada tingkatan pihak yang dinilai memiliki integritas.

1. Pembuatan keputusan bersama, para pegawai disemua tingkatan dalam organisasi harus di ajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai disemua tingkat harus diberikan kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen diatas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.
2. Pemberian dukungan, dukungan dalam hal ini mencakup dukungan informasi berupa saran nasihat, dukungan perhatian atau emosi berupa kehangatan, kepedulian dan empati, dukungan instrumental berupa bantuan materi atau finansial dan penilaian berupa penghargaan positif terhadap gagasan atau perasaan orang lain.
3. Keterbukaan dalam komunikasi kebawah, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka mengoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasi, para pemimpin, dan rencana-rencana.
4. Mendengarkan dalam komunikasi keatas, personil di semua tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan personel di semua tingkatan bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dalam fikiran terbuka.

### 1.5.5 Definisi Operasional

Dalam penelitian yang menggunakan metode deskriptif kuantitatif, variabel-variabel yang digunakan berasal dari konsep-konsep khusus yang diharapkan akan menjawab tujuan pertama dan kedua dari penelitian ini, yaitu:

**Table 1.1**  
**Operasional Variable Pengukuran**

<b>Variable</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Komponen</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan</b>
Penyebaran informasi	Penyebaran Informasi pada organisasi	Penyebaran Informasi dalam struktur	Jumlah/ intensitas memadai	1.Saya sering mendapatkan informasi instruksi kerja dari atasan  2.Saya sering mendapatkan informasi laporan dari bawahan  3.Saya sering mendapatkan informasi terkait pekerjaan dari rekan kerja  4. Saya sering mendapat informasi seputar organisasi dari website dan sosial media lainnya

			Isi pesan/ informasi	<p>5. Isi informasi yang saya terima dari atasan dapat saya pahami</p> <p>6. Isi informasi yang saya terima dari bawahan dapat saya pahami</p> <p>7. Isi informasi yang saya terima dari rekan kerja dapat saya pahami</p>
		Penyebaran Informasi khusus	Penerimaan Informasi khusus	<p>1.Saya menerima informasi tentang kenaikan gaji</p> <p>2.Saya menerima informasi tentang kenaikan pangkat</p> <p>3.Saya menerima informasi tentang promosi</p> <p>4.Saya menerima informasi khusus tentang penyelesaian perkara dengan</p>

				<i>one day minute &amp; one day publish</i>
		Penyebaran Informasi baru	Kecepatan informasi baru	1.Saya menerima informasi baru dengan cepat tentang Reformasi Birokrasi dan Zona Integritas
Aksesibilitas Informasi	Kemudahan perolehan informasi dari berbagai sumber informasi	Komunikasi ke vertikal kebawah	Kemudahan memperoleh informasi dari atasan	<p>1.Saya mudah mendapat informasi tentang instruksi pelaksanaan tugas dari atasan</p> <p>2. Saya mudah mendapatkan informasi tentang solusi pemecahan masalah dari atasan</p> <p>3. Saya mudah bertemu dengan atasan sehingga mudah mendapatkan informasi</p>

		Komunikasi ke vertikal keatas	Kemudahan memperoleh informasi dari bawahan	<p>1.Saya mudah mendapat informasi laporan dari bawahan</p> <p>2. Saya mudah mendapat laporan mengenai masalah pekerjaan dari bawahan</p> <p>3.Saya mudah bertemu dengan bawahan saya sehingga mudah mendapatkan informasi</p>
		Komunikasi Horizontal	Kemudahan perolehan informasi dari rekan kerja maupun antar jabatan struktural dan fungsional dengan kedudukan setara	<p>1.Saya mudah mendapat informasi dan berkordinasi terkait tugas dengan rekan kerja maupun antar jabatan struktural dan fungsional dengan kedudukan setara</p> <p>2.Saya mudah mendapat informasi dan berdiskusi</p>

				<p>mengenai pekerjaan dengan rekan kerja maupun antar jabatan struktural dan fungsional dengan kedudukan setara.</p> <p>3. Saya mudah bertemu dengan rekan kerja maupun antar jabatan struktural dan fungsional dengan kedudukan setara sehingga mudah mendapatkan informasi.</p>
		Dokumen	Kemudahan akses informasi dari dokumen/efiden	<p>1.Saya mudah mendapatkan akses informasi dari dokumen/pedoman kerja untuk menunjang pekerjaan saya.</p> <p>2.Saya mudah mendapatkan informasi dari dokumen/efiden karena dikelola dengan baik.</p>
		Media Internal	Kemudahan informasi melalui media	1.Saya mudah mendapatkan informasi tentang

			<p>internal dan media baru</p> <p>pekerjaan dari whatsapp grup.</p> <p>2. Saya mudah mendapatkan informasi tentang organisasi dengan cepat dan efisien melalui website dan aplikasi penunjang kerja lainnya di pengadilan agama Yogyakarta.</p> <p>3. Saya mudah mendapatkan informasi tentang organisasi dengan cepat dan efisien melalui sosial media seperti facebook, instagram, dan youtube pengadilan agama Yogyakarta.</p> <p>4.Saya mudah mendapatkan informasi tentang kepegawaian (kenaikan pangkat, gaji) dari aplikasi SIKEP</p> <p>5. Saya mudah mendapatkan</p>
--	--	--	---

				informasi tentang perkara melalui aplikasi SIPP
Iklim Komunikasi	Keadaan komunikasi dalam organisasi yang diukur berdasarkan rasa kepercayaan anggota, rasa kejujuran, keterbukaan kebawah, mendengarkan komunikasi ke atas, dan kesungguhan atau perhatian untuk bekerja dengan baik.	Kepercayaan	Kepercayaan terhadap karyawan (kemampuan melaksanakan tupoksi masing-masing)	<p>1. saya percaya terhadap pegawai satu dengan yang lainnya</p> <p>2. Saya percaya atasan saya mampu dalam memimpin karyawannya</p> <p>3. Saya percaya saya mampu dalam mengerjakan semua pekerjaan saya</p>
		Partisipasi dalam pembuatan keputusan	Kesempatan menyampaikan ide /masukan dalam pengambilan keputusan	<p>1. Saya berkesempatan ikut dalam rapat perencanaan kerja</p> <p>2. Saya berkesempatan menyampaikan saran dan ide tentang pekerjaan dalam proses pengambilan keputusan</p>
		Pemberian Dukungan	Kesempatan menyampaikan pikiran dan	1. Saya berkesempatan menyampaikan pikiran dan

			<p>perasaan tentang pelaksanaan pekerjaan.</p> <p>Kerja sama dan saling mendukung dalam program kerja instansi</p>	<p>perasaan tentang pekerjaan</p> <p>2. Saya sesama pegawai/ pejabat dapat bekerjasama dan saling mendukung dalam mempersiapkan program kerja pengadilan agama</p>
		Keterbukaan dalam komunikasi ke bawahan	Keterbukaan pimpinan dalam menetapkan kebijakan tentang organisasi	1. Atasan saya pada segala tingkatan dalam struktur organisasi mau bersikap terbuka terhadap kebijakan tentang organisasi
		Kerelaan mendengar komunikasi dari bawahan	Kerelaan pimpinan dalam mendengar laporan, saran, dan berbagai persoalan pekerjaan dari bawahan	1. Atasan saya pada segala tingkatan dalam struktur organisasi mau mendengarkan laporan, saran, serta berbagai masukan pekerjaan dari bawahannya.
		Perhatian pada tujuan berkinerja tinggi.	Komitmen terhadap pekerjaan dan aturan.	1. Saya mengerjakan tugas yang diberikan dengan sungguh-sungguh.

				<p>2.Saya menyelesaikan tugas sesuai dengan target yang ditentukan.</p> <p>3. Saya datang tepat waktu untuk bekerja.</p>
--	--	--	--	--

## 1.6 Metode Penelitian

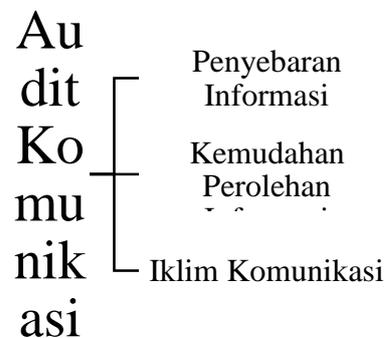
### 1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang hasil audit komunikasi di Pengadilan Agama Kota Yogyakarta. Andre Hardjana (2000: 60) mengatakan bahwa suatu audit komunikasi yang lengkap tidak mungkin dilakukan dengan satu teknik pengumpulan data saja, pada umumnya audit komunikasi dilakukan dengan menggunakan suatu kombinasi beberapa teknik dan metode yang dianggap cocok. Kecocokan teknik dan metode tersebut dipilih berdasarkan masalah yang ditangani, situasi organisasi dan tujuan dari audit itu sendiri.

Penelitian kuantitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter (Burhan Bungin, 2005: 48-49).

### 1.6.2 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti tidak menggunakan seluruh konsep dalam audit komunikasi. Tetapi, lebih spesifik penelitian ini akan berfokus tiga aspek yaitu, penyebaran informasi, kemudahan perolehan informasi, dan iklim komunikasi, iklim komunikasi diteliti karena iklim menjadi bagian dari poin yang diteliti dalam audit sistem komunikasi.



**Bagan 1.1: Elemen Penelitian**

### 1.6.3 Subjek penelitian Populasi

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

#### **1.6.4 Teknik Pengumpulan Data**

Cara-cara yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data sehingga menghasilkan data yang valid, maka dalam hal ini *International Communication Association* (ICA) sebagai organisasi komunikasi internasional telah membakukan standar pengukuran untuk audit komunikasi yang dikenal sebagai sistem lima alat pengukuran (*system of five measurement instrument*) yang oleh Goldhaber dirumuskan menjadi teknik dan metode : survey dengan kuesioner (*questionnaire survey*), wawancara tatap muka (*interview*), teknik analisis jaringan (*network analysis technique*), pengalaman komunikasi (*communication experience*) dan catatan harian komunikasi (*communication diary*).

Standar pengukuran ini tidak baku artinya para ahli atau konsultan tetap memiliki kebebasan untuk memilih dan menentukan teknik dan metode mana saja yang dianggap sesuai dengan masalah, situasi organisasi dan tujuan audit yang hendak dicapai karena setiap organisasi pun berbeda baik jenis, ragam maupun ukurannya. Maka untuk penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui cara sebagai berikut:

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dilapangan terhadap obyek yang dipilih dengan cara mengedarkan kuesioner (*Questionnaire*), yang merupakan suatu daftar yang berisikan suatu rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal atau satu bidang yang dimaksudkan sebagai daftar pertanyaan untuk memperoleh

jawaban-jawaban dari para responden sebanyak 50 orang pegawai dan pejabat Pengadilan Agama Kota Yogyakarta.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013: 199). Kuisisioner digunakan untuk memperoleh data mengenai penyebaran Informasi, kemudahan perolehan informasi, iklim komunikasi di Pengadilan Agama Kota Yogyakarta. Untuk setiap item dalam kuisisioner terdapat lima pilihan jawaban yang dapat menggambarkan tingkat atau nilai. Skala likert lima tingkat digunakan untuk tujuan pilihan kepada responden, yaitu sangat tinggi, tinggi, menengah, rendah, dan sangat rendah. Sementara dari skema pemberian skor, distribusi skor setiap satu item seperti dibawah ini:

<b>Skala</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tinggi	5
Tinggi	4
Biasa-biasa saja	3
Rendah	2
Sangat Rendah	1

**Table 1.2 Skala likert**

Untuk memperkuat kevalidan data kuesioner diatas dan guna untuk menggali informasi yang lebih rinci dan lengkap dan bisa mengungkap hal-

hal yang belum terlihat, maka peneliti menambah dan melengkapi teknik pengumpulan data lapangan ini dengan teknik wawancara yang disebut wawancara pendalaman / wawancara tindak lanjut (*Indepth interview/ Follow-up interview* ), karena menurut Sugiyono (2013: 194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat semua jawaban dari responden sebagaimana adanya. Pewawancara sesekali menyelingi jawaban responden, baik untuk meminta penjelasan maupun untuk meluruskan bilamana ada jawaban yang menyimpang dari pertanyaan.

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Maksudnya, dalam melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dalam teknik pengumpulan data dengan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara terhadap:

1. Bapak Drs. H. Dedhy Supriady, MA (Ketua Pengadilan Agama Kota Yogyakarta)
2. Drs. Saefudin, S.H, M.H (Hakim Pengadilan Agama Kota Yogyakarta)
3. Ibu Nohan Awalo Kitisworo, SH (Sekretaris Pengadilan Agama Kota Yogyakarta)
4. Bapak Drs. Arwan Achmad (Panitera Pengadilan Agama Kota Yogyakarta)
5. Ibu Puspita Permata Sari, S,H (Analisis Perkara Peradilan)

Narasumber ini dipilih berdasarkan kebutuhan informasi pada penelitian ini sesuai klasifikasi hubungan komunikasi organisasi.

b. Study Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik pengumpulan data dengan cara study kepustakaan merupakan suatu teknik yang dilakukan peneliti dengan menelaah teori-teori dan mempelajari buku-buku, jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang tentunya menunjang dan relevan dengan masalah penelitian ini.

### **1.6.5 Tehnik Pengolahan dan Analisis Data**

Peneliti melakukan pengolahan data yang telah terkumpul dari kuesioner dan wawancara mendalam dengan tahapan sebagai berikut:

1. Penomoran kuesioner

Penomoran kuesioner yaitu memberi nomor urut pada kuesioner kuesioner yang telah diisi sebagai tanda pengenal.

## 2. Editing

Editing yaitu proses pengeditan jawaban responden untuk memperjelas jawaban yang meragukan dan menghindari hal-hal yang tidak sesuai anjuran pengisian kuesioner.

## 3. Pengkodean

Pengkodean yaitu proses pemindahan jawaban-jawaban responden ke dalam diagram

## 4. Tabulasi data

Tabulasi data yaitu memindahkan variable responden yang sudah melalui pengkodean dan inventarisasi variable ke dalam kerangka table. Adapun table sebanyak jumlah pertanyaan dalam kuesioner. Data disajikan dalam bentuk table tunggal dan dirinci melalui kategori, frekuensi dan persentase, yang selanjutnya data dianalisis melalui diskripsi teks.

## 5. Akhir olahan data

Data-data dianggap telah terolah dengan baik apabila yang akan dianalisis seluruhnya sudah tersajikan dalam bentuk diagram, lalu diinterpretasikan dan ditarik kesimpulan.

Data yang telah tersaji, diinterpretasi dan ditarik kesimpulan, selanjutnya akan dianalisis yaitu suatu tahap proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan (Singarimbun, 1995: 23). Peneliti dalam menganalisis data menggunakan analisis Diagram atau disebut juga analisis satu variable yaitu teknik

analisis yang dilakukan dengan membagi – bagi variable-variabel penelitian kedalam beberapa kategori yang dilakukan atas dasar Frekuensi.