



Pengaruh Etika Komunikasi Organisasi terhadap Kenyamanan Anggota dalam Organisasi Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung

Ghulam Priyatna Yoniar¹, Susi Nurohimah², Alma Aulia Siffa³, Amira Muthi Ghassani⁴,
Sofa Parihah Nurasiat⁵

Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung,
Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email:

ghulampriyatna@gmail.com¹, susinurohimah31@gmail.com², almaaul97@gmail.com³,
amiramuthi363@gmail.com⁴, sofa.parihah.n@umbandung.ac.id⁵

Diterima: 10-07-2026 | Disetujui: 16-07-2026 | Diterbitkan: 18-07-2026

ABSTRACT

Organizational communication ethics play an important role in creating a comfortable and supportive organizational environment for its members. Communication based on mutual respect, openness, honesty, and responsibility is believed to enhance members' comfort and engagement within the organization. This study aims to analyze the effect of organizational communication ethics on members' comfort in the Student Organization of the Management Study Program at Universitas Muhammadiyah Bandung. This research employed a quantitative approach using a survey method. The study involved 35 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through descriptive analysis and simple linear regression. The results indicate that organizational communication ethics have a positive and significant effect on members' comfort. Descriptive analysis also reveals that both organizational communication ethics and members' comfort are categorized as high. These findings suggest that better implementation of ethical communication within the organization contributes to higher levels of members' comfort. Therefore, student organizations are encouraged to strengthen ethical, open, and respectful communication practices to create a more conducive organizational environment and improve members' active participation.

Keywords: *organizational communication ethics, organizational communication, members' comfort, student organization.*

ABSTRAK

Etika komunikasi organisasi merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan lingkungan organisasi yang nyaman dan kondusif bagi seluruh anggota. Penerapan komunikasi yang dilandasi sikap saling menghargai, keterbukaan, kejujuran, dan tanggung jawab diyakini dapat meningkatkan kenyamanan anggota dalam berorganisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika komunikasi organisasi terhadap

kenyamanan anggota pada organisasi kemahasiswaan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 35 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan anggota. Analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa etika komunikasi organisasi dan kenyamanan anggota berada pada kategori tinggi. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan etika komunikasi dalam organisasi, maka semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh anggota. Oleh karena itu, organisasi kemahasiswaan perlu terus membangun budaya komunikasi yang etis, terbuka, dan saling menghargai guna menciptakan lingkungan organisasi yang lebih kondusif serta meningkatkan partisipasi aktif anggota.

Kata kunci: etika komunikasi organisasi, komunikasi organisasi, kenyamanan anggota, organisasi kemahasiswaan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Yoniar, G. P., Nurohimah, S. ., Siffa, A. A. ., Ghassani, A. M. ., & Nurashia, S. P. . (2026). Pengaruh Etika Komunikasi Organisasi terhadap Kenyamanan Anggota dalam Organisasi Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 5227-5241. <https://doi.org/10.63822/61z84d71>

PENDAHULUAN

Organisasi mahasiswa merupakan wadah penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan soft skill, kepemimpinan, dan jaringan sosial di luar aktivitas akademik formal. Di dalam organisasi mahasiswa, interaksi antaranggota berlangsung secara intensif melalui berbagai bentuk komunikasi, baik formal seperti rapat kerja, maupun informal dalam interaksi sehari-hari. Komunikasi yang terjalin di antara anggota organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai fondasi dalam membangun hubungan yang harmonis dan saling percaya antaranggota (Suryani et al., 2025). Ketika komunikasi berjalan dengan efektif, organisasi dapat mencapai tujuannya dengan lancar. Sebaliknya, komunikasi yang buruk berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, konflik, bahkan perpecahan di antara anggota.

Salah satu aspek krusial dalam komunikasi organisasi adalah etika. Etika komunikasi organisasi menjadi landasan penting dalam membangun hubungan yang harmonis, transparan, dan berintegritas di lingkungan organisasi. Prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, penghormatan terhadap privasi, dan keadilan dinilai sebagai kunci utama keberhasilan komunikasi dalam organisasi (Suryani et al., 2025). Penerapan etika komunikasi yang baik berkaitan erat dengan prinsip integritas, sehingga mampu menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan positif, di mana seluruh anggota dapat berkontribusi secara optimal untuk mencapai tujuan bersama (Rifa'i, 2024). Selain itu, komunikasi organisasi yang dibangun secara terbuka dan dua arah, baik dalam forum formal maupun interaksi informal, terbukti efektif dalam menanamkan nilai-nilai penting seperti tanggung jawab, integritas, empati, toleransi, kepemimpinan, dan etika komunikasi pada anggota organisasi mahasiswa (Hidayatulloh et al., 2024).

Ethics in human communication theory yang dikemukakan oleh Johannesen, Valde, dan Whitney (2008) mengonseptualisasikan komunikasi etis sebagai konstruk yang dibentuk oleh tiga dimensi utama, yaitu kejujuran (*truthfulness*), tanggung jawab moral atas pesan yang disampaikan (*moral responsibility*), serta penghormatan terhadap martabat dan privasi individu yang terlibat dalam proses komunikasi (*respect for dignity*). Dalam penelitian ini, teori tersebut digunakan dengan penekanan pada dua dimensi yang paling relevan dan terukur pada konteks organisasi mahasiswa, yaitu tanggung jawab moral dan penghormatan terhadap martabat individu. Tanggung jawab moral tercermin dari sejauh mana pengurus organisasi memberikan teladan komunikasi yang sopan dan profesional kepada anggotanya, sementara penghormatan terhadap martabat individu tercermin dari sikap saling menghargai pendapat antaranggota saat berdiskusi. Kedua dimensi ini diasumsikan menjadi indikator konkret dari penerapan etika komunikasi dalam kehidupan organisasi mahasiswa sehari-hari, karena keduanya secara langsung dapat diamati dan dirasakan oleh anggota dalam interaksi rutin di organisasi.

Di sisi lain, iklim dan kualitas komunikasi dalam organisasi juga berkaitan erat dengan tingkat kenyamanan dan kepuasan anggotanya. Iklim komunikasi yang positif, yang dibentuk oleh keterbukaan, kepercayaan, kolaborasi, dan ruang dialog yang inklusif, terbukti berkontribusi signifikan terhadap terciptanya lingkungan yang produktif, harmonis, serta hubungan interpersonal yang berkualitas antaranggota (Harianja et al., 2025). Lebih spesifik lagi, penelitian yang dilakukan pada organisasi pemerintahan menemukan bahwa keterbukaan komunikasi dalam sebuah organisasi mampu membuat suasana kerja menjadi kondusif dan nyaman bagi para anggotanya (Hutagalung, 2018). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek etika dan keterbukaan dalam berkomunikasi memiliki keterkaitan langsung

dengan rasa nyaman yang dirasakan oleh anggota suatu organisasi, tidak terkecuali pada organisasi mahasiswa.

Organizational communication climate theory yang dikembangkan oleh Redding (1972) mendefinisikan iklim komunikasi sebagai *psychological environment*, yaitu lingkungan psikologis tempat berlangsungnya perilaku organisasi, yang menurutnya jauh lebih menentukan efektivitas organisasi dibandingkan sekadar keterampilan atau teknik komunikasi individual. Teori ini mengidentifikasi lima dimensi konstitutif pembentuk iklim komunikasi organisasi, yaitu kepercayaan antaranggota (*trust*), keterbukaan dalam penyampaian pesan (*openness*), partisipasi dalam pengambilan keputusan (*participative decision making*), kejujuran dalam proses komunikasi (*honesty*), serta perhatian terhadap kinerja anggota (*concern for high performance*). Dari kelima dimensi tersebut, penelitian ini memfokuskan diri pada dimensi keterbukaan (*openness*), karena dimensi ini paling relevan untuk menggambarkan pola komunikasi harian pada organisasi mahasiswa yang bersifat non-hierarkis dan cair. Keterbukaan dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui intensitas komunikasi antaranggota, penilaian anggota terhadap kualitas komunikasi organisasi secara umum, serta kesesuaian etika dalam penggunaan media sosial atau grup chat organisasi sebagai kanal komunikasi informal yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari interaksi organisasi mahasiswa. Redding (1972) menegaskan bahwa iklim komunikasi yang terbuka pada gilirannya berimplikasi langsung terhadap tingkat kenyamanan psikologis serta kepuasan anggota dalam menjalankan aktivitas keorganisasian.

Beberapa penelitian terdahulu juga telah mengonfirmasi pentingnya komunikasi organisasi terhadap berbagai variabel perilaku anggota organisasi mahasiswa. Penelitian pada anggota Ikatan Mahasiswa Belitang OKU Timur di Universitas Sriwijaya menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pengolahan data melalui SPSS, dan menemukan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap keaktifan anggota dalam organisasi tersebut (Yoga et al., 2024). Sementara itu, penelitian pada Badan Eksekutif Mahasiswa Program Studi (BEMP) Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta menemukan bahwa iklim organisasi yang baik berpengaruh terhadap motivasi kerja anggota, yang meliputi kebutuhan akan prestasi, kekuasaan, dan afiliasi (Siregar et al., 2021). Pada konteks komunitas mahasiswa lain, komunikasi yang terbuka dan konsisten dari pemimpin juga terbukti mampu membangun kepercayaan serta menjaga keselarasan pemahaman antaranggota (Suharto et al., 2024).

Meskipun demikian, sejauh penelusuran yang telah dilakukan, penelitian mengenai etika komunikasi organisasi masih lebih banyak berfokus pada pengaruhnya terhadap keaktifan anggota, motivasi kerja, dan kinerja dalam organisasi (Winardiani, 2015). Sementara itu, penelitian mengenai iklim dan kepuasan komunikasi organisasi umumnya dilakukan pada konteks organisasi profit maupun instansi pemerintahan dengan variabel terikat seperti kepuasan kerja (Hutagalung, 2018). Penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh etika komunikasi organisasi terhadap kenyamanan anggota dalam konteks organisasi mahasiswa masih relatif terbatas. Padahal, kenyamanan anggota merupakan aspek penting yang dapat memengaruhi keberlangsungan partisipasi, loyalitas, dan efektivitas kerja sama dalam organisasi mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bermaksud untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara empiris bagaimana etika komunikasi organisasi yang dioperasionalkan melalui dimensi tanggung jawab moral, penghormatan terhadap martabat individu (Johannesen et al., 2008), dan

keterbukaan komunikasi (Redding, 1972) memengaruhi kenyamanan anggota dalam organisasi mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi organisasi, serta kontribusi praktis bagi pengurus organisasi mahasiswa dalam merumuskan kebijakan dan budaya komunikasi yang lebih etis dan suportif bagi seluruh anggotanya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode **survei**. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara dua variabel, yaitu Etika Komunikasi Organisasi (variabel X) terhadap Kenyamanan Anggota (variabel Y) dalam organisasi mahasiswa, melalui pengujian hipotesis berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang mewakili populasi dengan menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung yang tergabung dan aktif sebagai anggota dalam organisasi mahasiswa (seperti Badan Eksekutif Mahasiswa, Himpunan Mahasiswa Manajemen, Unit Kegiatan Mahasiswa, dan organisasi mahasiswa internal lainnya). Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung.
2. Tercatat sebagai anggota aktif dalam salah satu organisasi mahasiswa minimal selama satu periode kepengurusan.
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Penyebaran kuisisioner pada 13 Mei 2026 hingga 15 Juni 2026. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan Skala Likert 5 poin, dengan rentang jawaban sebagai berikut:

Tabel 1 Skala Likert

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Variabel Etika Komunikasi Organisasi (X) diukur melalui indikator antara lain: kejujuran dalam berkomunikasi, keterbukaan informasi, penghormatan terhadap privasi anggota, keadilan dalam penyampaian pesan, dan tanggung jawab dalam berkomunikasi.

Variabel Kenyamanan Anggota (Y) diukur melalui indikator antara lain: rasa aman dalam berinteraksi, keterbukaan dalam menyampaikan pendapat, kualitas hubungan antaranggota, kepuasan terhadap iklim komunikasi organisasi, dan rasa memiliki (sense of belonging) terhadap organisasi.

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) dengan tahapan analisis sebagai berikut:

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas, untuk mengukur ketepatan item pernyataan kuesioner dalam mengukur variabel yang dimaksud, dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel.
2. Uji Reliabilitas, untuk mengukur konsistensi instrumen menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan nilai batas reliabel $\geq 0,60$.
- 3.

Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov), untuk memastikan data berdistribusi normal.
2. Uji Heteroskedastisitas, untuk memastikan tidak terjadi ketidaksamaan varians residual.
3. Uji Linearitas, untuk memastikan hubungan antarvariabel bersifat linear.

Regresi Linear Sederhana

Digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel Etika Komunikasi Organisasi (X) terhadap Kenyamanan Anggota (Y), dengan persamaan:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y=Kenyamanan Anggota

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Etika Komunikasi Organisasi

e = Standar error

Uji Hipotesis

1. Uji t (parsial), untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y.
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2), untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi variabel Etika Komunikasi Organisasi dalam menjelaskan variabel Kenyamanan Anggota.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang menjadi objek penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung yang pernah atau sedang mengikuti organisasi kemahasiswaan. Jumlah responden yang berhasil mengisi kuesioner sebanyak 35 orang. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, semester, keaktifan dalam organisasi, dan frekuensi komunikasi dengan anggota organisasi.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	16	45,7
Perempuan	19	54,3
Total	35	100

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 19 orang (54,3%), sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 16 orang (45,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa komposisi responden relatif seimbang, meskipun responden perempuan sedikit lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. Komposisi ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang representatif mengenai persepsi mahasiswa terhadap etika komunikasi dalam organisasi serta kenyamanan anggota dalam menjalankan aktivitas organisasi.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Distribusi responden berdasarkan semester dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase (%)
Semester 1–2	5	14,3
Semester 3–4	15	42,9
Semester 5–6	11	31,4
Semester 7 ke atas	4	11,4
Total	35	100

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari semester 3–4, yaitu sebanyak 15 orang (42,9%). Selanjutnya, responden dari semester 5–6 berjumlah 11 orang (31,4%), semester 1–2 sebanyak 5 orang (14,3%), dan semester 7 ke atas sebanyak 4 orang (11,4%). Dominasi responden pada semester menengah

menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman mengikuti kegiatan organisasi dan memahami dinamika komunikasi yang terjadi di dalamnya.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Keaktifan dalam Organisasi

Distribusi responden berdasarkan keaktifan dalam organisasi disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Keaktifan dalam Organisasi

Keaktifan Organisasi	Frekuensi	Persentase (%)
Aktif	33	94,3
Tidak Aktif	2	5,7
Total	35	100

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa yang aktif dalam organisasi, yaitu sebanyak 33 orang (94,3%), sedangkan responden yang menyatakan tidak aktif sebanyak 2 orang (5,7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman langsung dalam mengikuti aktivitas organisasi sehingga mampu memberikan penilaian yang sesuai mengenai etika komunikasi yang diterapkan dalam organisasi.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Komunikasi

Distribusi responden berdasarkan frekuensi komunikasi dengan anggota organisasi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Komunikasi

Frekuensi Komunikasi	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Sering	4	11,4
Sering	16	45,7
Kadang-kadang	6	17,1
Jarang	8	22,9
Tidak Pernah	1	2,9
Total	35	100

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan sering berkomunikasi dengan anggota organisasi, yaitu sebanyak 16 orang (45,7%). Selanjutnya, responden yang menjawab jarang berjumlah 8 orang (22,9%), kadang-kadang sebanyak 6 orang (17,1%), sangat sering sebanyak 4 orang (11,4%), dan tidak pernah sebanyak 1 orang (2,9%). Temuan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas komunikasi yang cukup tinggi dalam organisasi, sehingga mereka memiliki pengalaman yang memadai untuk menilai penerapan etika komunikasi organisasi dan dampaknya terhadap kenyamanan anggota.

ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap variabel yang diteliti. Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu Etika Komunikasi Organisasi (X) sebagai variabel independen dan Kenyamanan Anggota (Y) sebagai variabel dependen. Analisis deskriptif disajikan berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

1. Analisis Deskriptif Variabel Etika Komunikasi Organisasi (X)

Variabel Etika Komunikasi Organisasi diukur menggunakan 9 butir pernyataan yang berkaitan dengan intensitas komunikasi, kualitas komunikasi organisasi, penghargaan terhadap pendapat anggota, keterbukaan komunikasi, penggunaan media komunikasi, penyelesaian konflik, keteladanan pengurus, serta pengaruh kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap etika komunikasi. Hasil analisis deskriptif variabel Etika Komunikasi Organisasi disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 Statistik Deskriptif Variabel Etika Komunikasi Organisasi (X)

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
Etika Komunikasi Organisasi (X)	35	3	4,44	3,9	0,35

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 6 variabel Etika Komunikasi Organisasi memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,90 dengan standar deviasi sebesar 0,35. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian tinggi terhadap penerapan etika komunikasi dalam organisasi mahasiswa. Sementara itu, nilai standar deviasi yang relatif kecil mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap etika komunikasi organisasi cenderung homogen atau tidak memiliki perbedaan yang terlalu besar antarresponden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden menilai komunikasi dalam organisasi telah berlangsung dengan baik, ditandai dengan adanya komunikasi yang cukup terbuka, penghargaan terhadap pendapat anggota, penyelesaian konflik yang relatif kondusif, serta adanya keteladanan dari pengurus dalam berkomunikasi.

2. Analisis Deskriptif Variabel Kenyamanan Anggota (Y)

Variabel Kenyamanan Anggota diukur menggunakan 3 butir pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh etika komunikasi terhadap kenyamanan berorganisasi, dampak komunikasi yang tidak etis terhadap hubungan antaranggota, serta penerapan etika komunikasi dalam organisasi. Hasil analisis deskriptif variabel Kenyamanan Anggota disajikan pada Tabel 7

Tabel 7 Statistik Deskriptif Variabel Kenyamanan Anggota (Y)

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
Kenyamanan Anggota (Y)	35	2	5	3,92	0,76

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 7 variabel Kenyamanan Anggota memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,92 dengan standar deviasi sebesar 0,76. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa tingkat kenyamanan anggota dalam organisasi berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasakan kenyamanan selama mengikuti aktivitas organisasi, terutama ketika komunikasi berlangsung secara etis, terbuka, dan saling menghargai.

Nilai standar deviasi yang lebih besar dibandingkan variabel Etika Komunikasi Organisasi menunjukkan bahwa persepsi responden mengenai kenyamanan anggota memiliki variasi yang lebih beragam. Meskipun demikian, secara keseluruhan hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kenyamanan dalam organisasi.

Secara umum, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden menilai penerapan etika komunikasi dalam organisasi sudah berjalan dengan baik dan diikuti oleh tingkat kenyamanan anggota yang juga tinggi. Temuan tersebut menjadi indikasi awal adanya hubungan positif antara etika komunikasi organisasi dengan kenyamanan anggota, yang selanjutnya akan dibuktikan melalui pengujian statistik pada bagian berikutnya.

Hasil Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson antara skor setiap item dengan skor total variabel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 35 responden, sehingga diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,334 pada taraf signifikansi 5% ($df = n - 2 = 33$). Suatu item dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung > *r* tabel (0,334).

Tabel 8 Hasil Uji Validitas Variabel Etika Komunikasi Organisasi (X)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,115	0,334	Tidak Valid
X2	0,358	0,334	Valid
X3	0,221	0,334	Tidak Valid
X4	0,044	0,334	Tidak Valid
X5	0,124	0,334	Tidak Valid
X6	0,14	0,334	Tidak Valid
X7	0,35	0,334	Valid
X8	0,23	0,334	Tidak Valid
X9	0,48	0,334	Valid

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 8 diketahui bahwa dari sembilan item pernyataan variabel Etika Komunikasi Organisasi, terdapat tiga item yang memenuhi kriteria valid, yaitu X2, X7, dan X9. Sementara itu, enam item lainnya memiliki nilai *r* hitung yang lebih kecil daripada *r* tabel sehingga belum memenuhi kriteria validitas.

Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan Anggota (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,464	0,334	Valid
Y2	0,595	0,334	Valid
Y3	0,543	0,334	Valid

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 9 seluruh item pada variabel Kenyamanan Anggota memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,334). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel Kenyamanan Anggota dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Tabel 10 Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Statistik Shapiro-Wilk	Sig.	Keterangan
Etika Komunikasi Organisasi (X)	0,949	0,104	Berdistribusi normal
Kenyamanan Anggota (Y)	0,914	0,01	Tidak berdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 10 variabel Etika Komunikasi Organisasi memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,104, yaitu lebih besar dari 0,05 sehingga data variabel X berdistribusi normal. Sementara itu, variabel Kenyamanan Anggota memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010, yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga data variabel Y tidak berdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Breusch-Pagan Test untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi.

Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Metode	Sig.	Keterangan
Breusch-Pagan Test	0,066	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,066, yaitu lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homogenitas varians telah terpenuhi.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh Etika Komunikasi Organisasi terhadap Kenyamanan Anggota. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$[Y = -3,963 + 0,448X]$$

Koefisien regresi sebesar 0,448 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Etika Komunikasi Organisasi akan meningkatkan skor Kenyamanan Anggota sebesar 0,448 satuan. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat searah, yaitu semakin baik etika komunikasi dalam organisasi, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan anggota.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Etika Komunikasi Organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kenyamanan Anggota.

Tabel 12 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Etika Komunikasi Organisasi (X)	4,61	0	H ₁ diterima

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh nilai t hitung sebesar 4,610 dengan nilai signifikansi **0,000 (< 0,05)**. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima. Artinya, Etika Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kenyamanan Anggota.

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Etika Komunikasi Organisasi dalam menjelaskan variasi Kenyamanan Anggota.

Tabel 13 Koefisien Determinasi

R	R Square	Keterangan
0,626	0,392	Pengaruh sedang

Sumber: Data primer diolah penulis, 2026.

Berdasarkan tabel 13 hasil analisis diperoleh nilai R Square sebesar 0,392. Hal ini menunjukkan bahwa 39,2% variasi Kenyamanan Anggota dapat dijelaskan oleh variabel Etika Komunikasi Organisasi. Sementara itu, 60,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kenyamanan Anggota pada organisasi kemahasiswaan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana diperoleh koefisien regresi sebesar 0,448, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan etika komunikasi organisasi akan diikuti dengan peningkatan tingkat kenyamanan anggota. Hasil uji hipotesis juga menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,610 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,392 menunjukkan bahwa etika komunikasi organisasi mampu menjelaskan 39,2% variasi kenyamanan anggota, sedangkan 60,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi yang baik dalam organisasi memberikan dampak positif terhadap kenyamanan anggota dalam menjalankan aktivitas organisasi. Komunikasi yang dilakukan dengan sikap saling menghormati, menghargai pendapat, menjaga sopan santun, serta terbuka dalam menyampaikan informasi mampu menciptakan suasana organisasi yang lebih kondusif. Ketika anggota merasa dihargai dan memperoleh kesempatan untuk menyampaikan pendapat tanpa adanya tekanan, maka rasa nyaman dalam berorganisasi akan meningkat. Sebaliknya, komunikasi yang kurang memperhatikan etika berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, konflik, bahkan menurunkan partisipasi anggota dalam kegiatan organisasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori etika komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Johannesen yang menyatakan bahwa komunikasi yang etis harus didasarkan pada kejujuran, tanggung jawab, penghormatan terhadap individu, serta keterbukaan dalam berinteraksi. Penerapan prinsip-prinsip tersebut akan membangun hubungan interpersonal yang lebih sehat sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan anggota organisasi. Selain itu, teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Redding juga menjelaskan bahwa iklim komunikasi yang positif menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk hubungan kerja sama yang harmonis dan meningkatkan efektivitas organisasi.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Etika Komunikasi Organisasi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,90, sedangkan variabel Kenyamanan Anggota memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,92. Kedua nilai tersebut berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden secara umum menilai penerapan etika komunikasi dalam organisasi sudah berjalan dengan baik dan diikuti dengan tingkat kenyamanan anggota yang relatif tinggi. Kondisi tersebut memperkuat hasil uji regresi yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi sebesar 39,2% mengindikasikan bahwa etika komunikasi organisasi bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi kenyamanan anggota. Masih terdapat 60,8% faktor lain yang berkontribusi terhadap kenyamanan anggota, seperti gaya kepemimpinan organisasi, budaya organisasi, kualitas hubungan antaranggota, lingkungan organisasi, tingkat kepercayaan, beban kerja organisasi, serta motivasi individu dalam berorganisasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain agar mampu menjelaskan kenyamanan anggota secara lebih komprehensif.

Di sisi lain, hasil uji instrumen menunjukkan bahwa variabel Etika Komunikasi Organisasi masih memiliki tingkat reliabilitas yang belum optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan masih memiliki keterbatasan dalam mengukur variabel secara konsisten. Meskipun demikian, hasil pengujian hipotesis tetap menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara etika komunikasi organisasi terhadap kenyamanan anggota. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penyempurnaan terhadap indikator-indikator pengukuran agar kualitas instrumen menjadi lebih baik dan mampu menghasilkan tingkat reliabilitas yang lebih tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan etika komunikasi dalam organisasi, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh anggota organisasi. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi organisasi kemahasiswaan untuk terus membangun budaya komunikasi yang

terbuka, saling menghargai, serta berlandaskan pada nilai-nilai etika dalam setiap proses komunikasi. Dengan terciptanya komunikasi yang etis, organisasi tidak hanya mampu meningkatkan kenyamanan anggota, tetapi juga dapat memperkuat kerja sama, meningkatkan partisipasi anggota, serta mendukung tercapainya tujuan organisasi secara lebih efektif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa etika komunikasi organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kenyamanan anggota pada organisasi kemahasiswaan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bandung. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan komunikasi yang mengedepankan keterbukaan, saling menghargai, kejujuran, dan tanggung jawab mampu meningkatkan kenyamanan anggota dalam berorganisasi. Selain itu, hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa etika komunikasi organisasi maupun kenyamanan anggota berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden menilai praktik komunikasi dalam organisasi telah berjalan dengan baik. Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa etika komunikasi organisasi hanya menjelaskan sebagian variasi kenyamanan anggota, sehingga masih terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi kenyamanan anggota dalam organisasi. Oleh karena itu, organisasi mahasiswa disarankan untuk terus memperkuat budaya komunikasi yang etis, terbuka, dan saling menghargai guna menciptakan lingkungan organisasi yang lebih nyaman, kondusif, dan mendukung partisipasi aktif seluruh anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Johannesen, R. L. (2008). *Ethics in Human Communication* (6th ed.). Waveland Press.
- Redding, W. (1972). *Communication Within The Organization: An Interpretive Review Of Theory And Research*. New York: Industrial Communication Council.
- 1Fahmi Mahmuddin Siregar, 2. Y. (2021). Pengaruh Iklim Organisasi terhadap Motivasi Kerja (Anggota BEMP Ilmu Komunikasi UNJ). Vol VI, No. 2, Th 2021, 1-9.
- Bagoes Arya Zyawahir Suharto, K. S. (2024). EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI MAHASISWA. Vol. 1 No. 9 (2024): NOVEMBER 2024.
- Harianja, M. D. (2025). Analisis Iklim Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja, Kepuasan Karyawan dan Kualitas Hubungan Antar Anggota di Lingkungan Kerja Modern. Vol. 1 No. 1 (2025): JKK Juni 2025.
- Hutagalung, D. (2018). Pengaruh Iklim Komunikasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kecamatan XYZ Bekasi. Vol 6, No 2 (2018).
- Irma Suryani, I. E. (2025). Etika Dalam Komunikasi Organisasi. Vol. 1 No. 4 (2025): Januari - Maret.
- Muhammad Rifa'i, M. R. (2024). IMPLEMENTASI INTEGRITAS DAN ETIKA DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI. Vol. 9 No. 04 (2024): Volume 09 No. 04 December 2024 In Press.
- Rudi Pranata Yoga, E. M. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Keaktifan Anggota Ikatan Mahasiswa Belitang OKU Timur di Universitas Sriwijaya. Vol. 2 No. 1 (2024): Juli -

- Syarif Hidayatulloh, S. M. (2025). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Karakter Dan Etika Pada . Vol. 2. No. 3. Juli 2025 , 319-330 .
- Winardiani, M. A. (2015). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Tingkat Kepuasan Kerja Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Pasca Merger di PT. Tumbakmas Niagasakti Cabang Semarang. Vol 4 No 2, Juli 2015, 117 - 122.