https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No. 02, Hal: 84 – 88

Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Tingkat Partisipasi Relawan TurunTangan Surabaya Periode 2025

[1]Al Alimu Nur Rohman, [2]Teguh Priyo Sadono, [3]Dinda Lisna Amilia
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
alalimurohman1@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap tingkat partisipasi relawan pada komunitas TurunTangan Surabaya periode 2025. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena "Euphoria to Exit" di mana terjadi kemerosotan drastis partisipasi fisik relawan di pertengahan periode kepengurusan akibat buruknya tata kelola komunikasi internal oleh pimpinan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode sensus yang melibatkan seluruh populasi pengurus aktif sebanyak 44 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner elektronik dengan skala Likert. Data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, dan uji hipotesis (uji t) menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan nilai probabilitas signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 < 0,05, yang berarti iklim komunikasi organisasi berpengaruh sangat signifikan terhadap tingkat partisipasi. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka 0,984 yang berarti 98,4% fluktuasi tingkat partisipasi relawan didikte secara mutlak oleh iklim komunikasi organisasi, sedangkan 1,6% sisanya dipengaruhi faktor lain. Kesimpulan penelitian membuktikan bahwa pada organisasi kerelawanan (nirlaba), iklim komunikasi yang inklusif merupakan kompensasi mutlak pengganti insentif finansial yang menentukan kehadiran relawan.
Kata kunci: Iklim Komunikasi, Partisipasi Relawan, Komunikasi Organisasi, TurunTangan, Kuantitatif.

Abstract
This study examines the influence of organizational communication climate on volunteer participation levels in the TurunTangan Surabaya community for the 2025 period. It is motivated by the "Euphoria to Exit" phenomenon, marked by a drastic decline in volunteers' physical participation mid-period due to poor internal communication management by leadership. Using an explanatory quantitative approach with a census method, the study involved all 44 active management members as respondents. Data were collected through an electronic Likert-scale questionnaire and analyzed using classical assumption tests, simple linear regression, and t-test hypothesis testing via SPSS. Results show a significance value (Sig.) of 0.000 < 0.05, indicating that organizational communication climate significantly affects participation levels. The coefficient of determination (R^2) of 0.984 reveals that 98.4% of the variation in volunteer participation is explained by organizational communication climate, while the remaining 1.6% stems from other factors. The study concludes that within volunteer (non-profit) organizations, an inclusive communication climate serves as an absolute substitute for financial incentives in determining volunteers' continued presence.
Keyword: *Communication Climate, Volunteer Participation, Organizational Communication, TurunTangan, Quantitative.*

Pendahuluan

Di era modern, gerakan kesukarelaan (voluntarisme) telah menjadi salah satu pilar krusial dalam pembangunan sosial bermasyarakat. Organisasi nirlaba sangat bergantung pada partisipasi sumber daya manusia (SDM) yang bekerja tanpa motif ekonomi. Salah satu

organisasi kerelawanan yang aktif bergerak di bidang sosial, pendidikan, dan lingkungan di Jawa Timur adalah TurunTangan Surabaya. Dalam menjalankan roda organisasinya, tingkat partisipasi relawan merupakan indikator keberhasilan paling mendasar.

Namun, fenomena empiris yang terjadi pada periode kepengurusan 2025 menunjukkan anomali pergerakan partisipasi yang memprihatinkan, yang oleh peneliti diistilahkan sebagai fenomena "Euphoria to Exit". Berdasarkan catatan observasi dan rekapan presensi internal, pada awal periode pasca-pelantikan (Februari-April), antusiasme partisipasi fisik relawan sangat tinggi mencapai rata-rata di atas 85%. Namun, memasuki pertengahan periode, angka kehadiran menurun drastis hingga menyentuh titik nadir di bawah 40%. Penurunan partisipasi secara kolektif ini bukan sekadar fluktuasi biasa, melainkan indikasi kuat adanya masalah sistemik di dalam tubuh organisasi.

Salah satu determinan utama yang diduga kuat memicu krisis ini adalah buruknya tata kelola iklim komunikasi internal yang diterapkan oleh pimpinan (Badan Pengurus Harian/BPH). Terbentuknya sekat-sekat eksklusivitas (budaya circle), komunikasi instruksional yang bersifat satu arah (top-down), serta minimnya ruang dengar pendapat (hearing) telah menciptakan iklim komunikasi yang tertutup dan defensif. Menurut Pace & Faules (1994), iklim komunikasi organisasi tidak sekadar dipahami sebagai lingkungan fisik, melainkan kumpulan persepsi kolektif anggota terhadap kualitas hubungan interaktif di dalamnya.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan adanya hubungan yang sejalan antara iklim komunikasi dan dedikasi anggota (Sari & Kholil, 2018; Aulia & Handayani, 2020). Namun, penelitian-penelitian tersebut mayoritas berfokus pada instansi pemerintah atau korporat yang berorientasi laba (profit), di mana karyawan tetap hadir karena terikat oleh ancaman sanksi dan kebutuhan gaji. Penelitian mengenai dampak iklim komunikasi pada konteks murni kerelawanan, di mana anggota bebas untuk pergi kapan saja tanpa kerugian finansial, masih sangat minim dieksplorasi.

Oleh karena itu, urgensi penelitian ini terletak pada upaya pengujian secara empiris apakah iklim komunikasi organisasi benar-benar menjadi faktor mutlak yang memengaruhi fluktuasi tingkat partisipasi pada entitas yang berbasis kesukarelaan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah: seberapa besar pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap tingkat partisipasi relawan TurunTangan Surabaya periode 2025?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif (explanatory research), yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausalitas (pengaruh) antara variabel Iklim Komunikasi (X) terhadap variabel Tingkat Partisipasi (Y) (Singarimbun & Effendi, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengurus aktif komunitas TurunTangan Surabaya periode 2025. Mengingat jumlah populasi relatif kecil (44 orang), penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel jenuh atau sensus, di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai responden (Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner elektronik menggunakan skala pengukuran Likert 5 poin (Sangat Setuju hingga Sangat Tidak Setuju).

Sebelum kuesioner disebar, kelayakan instrumen diuji melalui uji validitas (Pearson Product Moment) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0,60). Data empiris yang terkumpul dari lapangan kemudian diolah menggunakan perangkat lunak Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Tahapan analisis data yang digunakan meliputi: (1) Analisis Statistik Deskriptif untuk melihat rata-rata kecenderungan (Mean); (2) Uji Asumsi Klasik (Normalitas dan Heteroskedastisitas) sebagai prasyarat regresi; (3) Analisis Regresi Linear Sederhana untuk mengetahui arah hubungan; (4) Uji Hipotesis (Uji t) untuk mengukur probabilitas signifikansi pengaruh; serta (5) Uji Koefisien Determinasi (R^2) untuk menakar besaran persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang dihimpun dari 44 responden (sensus total), diketahui bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 29 orang (65,9%), sedangkan laki-laki berjumlah 15 orang (34,1%). Dari aspek penyebaran wilayah kerja, responden berasal dari seluruh perwakilan divisi secara merata, yakni Litbang dan Humas (masing-masing 20,5%), PSDM, Media, dan KWU (masing-masing 15,9%), serta jajaran BPH (11,4%). Pemerataan sebaran demografis ini menjamin bahwa persepsi terhadap iklim komunikasi tergambar secara holistik tanpa adanya bias dari satu divisi tertentu.

2. Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 10 butir pernyataan Variabel X (Iklim Komunikasi Organisasi) dan 10 butir pernyataan Variabel Y (Tingkat Partisipasi), diperoleh nilai r_{hitung} yang seluruhnya lebih besar dari r_{tabel} (0,297) pada taraf signifikansi 5%. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item instrumen dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha untuk Variabel X mencapai 0,978 dan Variabel Y sebesar 0,969. Karena kedua nilai melampaui batas minimal 0,60 dan mendekati angka 1, instrumen penelitian dinyatakan sangat reliabel dan konsisten. Selanjutnya, hasil uji normalitas menggunakan pendekatan visual Histogram (membentuk kurva lonceng) dan Normal Probability Plot (menyebar di sepanjang garis diagonal) menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, sehingga syarat analisis regresi linear sederhana telah terpenuhi.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengukur arah dan besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data melalui SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: Y = -0,119 + 1,000X. Konstanta sebesar -0,119 menunjukkan bahwa jika iklim komunikasi diabaikan (bernilai nol), tingkat partisipasi akan berada pada kondisi negatif/sangat rendah. Koefisien regresi sebesar 1,000 (positif) menandakan adanya hubungan searah yang sangat kuat; setiap perbaikan 1 satuan kualitas iklim komunikasi organisasi akan memicu kenaikan proporsional pada tingkat partisipasi relawan sebesar 1 satuan.

4. Uji Hipotesis (Uji t) dan Koefisien Determinasi

Hasil pengujian hipotesis (Uji t) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 51,026. Apabila dibandingkan dengan nilai signifikansinya, diperoleh nilai Sig. sebesar < 0,001 (0,000). Karena nilai probabilitas (0,000 < 0,05) dan nilai t_{hitung} positif sangat besar, maka Hipotesis

Alternatif (H_1) Diterima. Hal ini membuktikan secara konklusif bahwa Iklim Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Tingkat Partisipasi relawan TurunTangan Surabaya. Lebih lanjut, analisis koefisien determinasi (R-Square) menghasilkan nilai sebesar 0,984. Temuan ini menegaskan bahwa 98,4% variasi naik-turunnya (fluktuasi) tingkat partisipasi relawan ditentukan mutlak oleh kualitas iklim komunikasi, sementara hanya 1,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar model penelitian ini.

5. Pembahasan

Temuan empiris dari penelitian ini berhasil membedah secara ilmiah fenomena anjloknya partisipasi atau yang diistilahkan sebagai Euphoria to Exit. Nilai pengaruh determinasi yang menyentuh angka 98,4% adalah bukti nyata bahwa dalam ekosistem kerelawanan, komunikasi adalah instrumen pengikat yang jauh lebih vital dibandingkan struktur tugas itu sendiri. Besaran pengaruh ini memvalidasi esensi Social Exchange Theory dari Thibaut & Kelley (1959). Relawan yang tidak digaji menuntut imbalan psikologis berupa keterbukaan, rasa dihargai saat bersuara, dan kehangatan interaksi. Ketika pengurus inti (BPH) gagal menciptakan supportive climate—misalnya dengan membangun circle eksklusif, kurang merespons kritik, atau memberikan instruksi satu arah—biaya emosional relawan akan meningkat drastis. Karena merasa dirugikan (cost > reward), relawan memutuskan untuk menarik keterlibatan mental dan fisiknya.

Lebih lanjut, temuan regresi yang sejalan ini mengonfirmasi prinsip dimensi iklim komunikasi dari Pace & Faules (1994). Matinya dimensi Komunikasi ke Atas (pimpinan yang enggan mendengar masukan bawahan) dan rendahnya Pembuatan Keputusan Bersama berdampak langsung pada runtuhnya indikator Partisipasi Keputusan dan Partisipasi Pelaksanaan yang dirumuskan oleh Cohen & Uphoff (1977). Relawan enggan hadir rapat (fisik) dan enggan menyumbang ide (mental) karena merasa organisasi sudah tidak mengakomodasi keberadaan mereka. Penelitian ini memberikan perspektif baru yang selaras dengan temuan Eka dkk. (2023) dan Prasticha dkk. (2025), bahwa tata kelola komunikasi internal yang memanusiakan anggota adalah kunci mutlak untuk menekan angka turnover (kemerosotan komitmen) pada komunitas kepemudaan murni nirlaba.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang positif, sangat kuat, dan signifikan terhadap tingkat partisipasi relawan TurunTangan Surabaya periode 2025. Kemampuan variabel iklim komunikasi dalam mendikte tingkat kehadiran relawan mencapai angka ekstrem sebesar 98,4%. Kesimpulan ini memberikan pembuktian teoritis bahwa pada anatomi organisasi kerelawanan yang bersifat nirlaba, kualitas interaksi komunikasi dari pimpinan merupakan kompensasi psikologis mutlak pengganti insentif gaji, yang akan menentukan hidup atau matinya partisipasi anggota.

Saran teoritis bagi akademisi komunikasi, perlu adanya riset lanjutan yang menambahkan variabel intervening (seperti motivasi internal atau sense of belonging) untuk melengkapi instrumen kajian komunikasi pada organisasi nirlaba. Adapun saran praktis bagi Badan Pengurus Harian (BPH) TurunTangan Surabaya adalah segera membongkar budaya sekat eksklusivitas (circle). Pimpinan harus mengubah pola komunikasi instruksional satu arah

menjadi pola komunikasi dialogis yang inklusif dengan memperbanyak sesi dengar pendapat (hearing) guna memulihkan ikatan emosional dan membangkitkan kembali sukarela partisipasi fisik para relawan.

Daftar Pustaka

Al Wafi, A., Romadhan, M. I., & Ayunigrum, N. G. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi Ecoton Dalam Mendukung Pembentukan Kampung Siba Klasik Di Kabupaten Gresik. Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM), 02(02), 25–33. https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom

Annisa Nur; Merry Fridha; Mohammad Insan. (2021). Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan di PT. Feva Indonesia.

Aulia & Handayani. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi dan Iklim Komunikasi Terhadap Loyalitas Pengurus (Studi Pada Komunitas Young On Top). Jurnal ArtComm, 3(1), 24–35.

Brigita Aristya; Pradana; Rizqi, M. (2023). Strategi Komunikasi Garda Pangan dalam Menarik Minat Masyarakat Menjadi Relawan Pangan. Sintesa, 2(2), 1–17. https://www.google.com/search?q=http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sintesa/article/view/7288

Cohen & Uphoff. (1977). Rural Development Participation: Concepts and Measures for Project Design, Implementation and Evaluation.

Dwiyanti; Pradana; Kuncoro. (2025). Strategi Komunikasi Wepose Sebagai Komunitas Peduli Anak Melalui Media Sosial Instagram. Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM), 3(2), 236–240.