

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI
PT. ASURANSI JIWA BRINGIN JIWA SEJAHTERA SYARIAH
SURABAYA

(Studi Deskriptif Kuantitatif Iklim Komunikasi Organisasi PT. Asuransi Jiwa
Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
U P N “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

Deasy Triana Primatanti

NPM. 0843010009

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2012

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PT. ASURANSI JIWA BRINGIN
JIWA SEJAHTERA SYARIAH SURABAYA
(Studi Deskriptif Kuantitatif Iklim Komunikasi Organisasi PT. Asuransi
Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya)

Disusun Oleh :

DEASY TRIANA PRIMATANTI
NPM. 0843010009

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Pada Tanggal 20 Januari
2012

PEMBIMBING

TIM PENGUJI :

1. Ketua

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195 8080 1198 4021 001

Juwito, S.sos. M.Si
NPT. 367049500361

2. Sekretaris

Dra. Sumardijjati, M.Si
NIP. 196 2032 31993092 001

3. Anggota

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195 8080 1198 4021 001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, Msi
NIP. 1 95507 181 983 022 001

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PT. ASURANSI JIWA BRINGIN
JIWA SEJAHTERA SYARIAH SURABAYA
(Studi Deskriptif Kuantitatif Iklim Komunikasi Organisasi PT. Asuransi
Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya)

Disusun Oleh :

DEASY TRIANA PRIMATANTI
NPM. 0843010009

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195808011984021001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

ABSTRAKS

DEASY TRIANA PRIMATANTI, IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PT. ASURANSI JIWA BRINGIN JIWA SEJAHTERA SYARIAH SURABAYA (Studi Deskriptif Kuantitatif Iklim Komunikasi Organisasi PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya)

Iklim komunikasi organisasi dibentuk melalui interaksi antara anggota organisasi. Iklim bukanlah sifat seseorang individu, tetapi dipelihara oleh para anggota organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya yang didasarkan atas permasalahan yang terjadi, yaitu penurunan jumlah nasabah asuransi dan tidak berhasilnya pencapaian target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan juga karena sering terjadi konflik internal antara Unit Marketing dan Financial Consultant, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya.

Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik penarikan sample menggunakan Purposive Sampling yakni didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yaitu karyawan PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya khususnya Unit Marketing dan Financial Consultant yang berjumlah 27 orang dijadikan populasi.

Berdasarkan penyajian data dan hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa iklim komunikasi organisasi pada PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya secara keseluruhan dapat dikatakan tidak baik.

Kata Kunci :Iklim Komunikasi Organisasi, PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya

ABSTRACT

DEASY TRIANA PRIMATANTI, ORGANIZATIONAL COMMUNICATION CLIMATE PT. ASURANSI JIWA BRINGIN JIWA SEJAHTERA SYARIAH SURABAYA (Study Quantitative Descriptive of Organizational Communication Climate PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya)

Organizational communication climate is formed through the interaction between members of the organization. Climate is not the nature of an individual, but maintained by the members of the organization. This study aims to determine the organizational communication climate PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya based on problems that occur, namely the decrease in the number of insurance customers and not successful achievement of targets set by the company and also because of frequent internal conflicts between Unit Marketing and Financial Consultant, so the researchers wanted to know how the

climate of organizational communication PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya.

This research method is a quantitative method with sample withdrawal technique using Purposive Sampling that is based on certain criteria id est employee of PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya, especially Unit Marketing and Financial Consultant amounting to 27 people made the population.

Based on data presentation and analysis of data obtained the conclusion that the climate of organizational communication at PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya asa whole can be said is not good

Keywords : Organizational Communication Climate, PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME, yang telah memberikan rahmat serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi penelitian ini.

Keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman penulis membuat Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Berkat usaha, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini. Rasa terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Kusnarto, M.Si selaku Dosen Pembimbing penulis yang selama ini telah membimbing serta memberikan pengarahan kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Pada kesempatan ini pula penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingannya kepada :

1. Dra. Hj. Suparwati, M.Si, Dekan FISIP UPN “Veteran” JATIM
2. Bapak Juwito, S.Sos., M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” JATIM
3. Drs. Saiffudin Zuhri, M.Si, Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” JATIM
4. Drs. Kusnarto, M.Si, sebagai Dosen Pembimbing
5. Ir. Didiek Tranggono, M.Si, sebagai Dosen Wali
6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” JATIM

7. Ibu Fifi, Pak Panidjan, Pak Sutiarmo, Ibu Sri, Ibu Tatik, Pak Inggil, Pak Edy, dan Pak Anang dan seluruh staf karyawan BRIngin Life Syariah.
8. Keluarga penulis, Papa, Mama, Mbak Dini, Mas Dedy, Mas Eki, Mbak Shanty dan semua keluarga besar penulis, terima kasih atas segala dorongan, bimbingan, nasihat-nasihat, serta doanya.
9. Sahabat-sahabatku tercinta Shyla, Elisa, Annisa, Bang Ian, Genggong (Fifi, Veve, Indah, Reni, Ndul, Rayyan, Putri, Juwi & Ucup), terima kasih buat segala dukungan, doa, dan semangatnya.
10. Derry Setya Putra terima kasih untuk cerewetannya dan juga doanya serta Yudha “kalong” Trisatria terima kasih telah mengembalikan semangatku lagi.
11. Seluruh pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis memohon kehadiran Tuhan YME semoga segala bantuan yang telah mereka berikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Tuhan YME.

Harapan penulis, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang menggunakannya.

Surabaya, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKS	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10

2.1.1 Pengertian Komunikasi	10
2.1.2 Pengertian Organisasi	11
2.1.3 Karakteristik dan Fungsi Organisasi	12
2.1.4 Komunikasi Organisasi	15
2.1.5 Komunikasi Organisasi Dalam Suatu Perusahaan	19
2.1.6 Pendekatan Komunikasi Organisasi	20
2.1.7 Iklim Komunikasi Organisasi	22
2.1.8 Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Suatu Perusahaan	23
2.1.9 Proses Komunikasi di Perusahaan	28
2.1.10 Komunikasi Interaksional	29
2.1.11 Konsep Hubungan Dalam Suatu Perusahaan	31
2.2 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43

3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan.....	50
4.1.2 Struktur Organisasi.....	52
4.2 Penyajian Data dan Analisa Data.....	53
4.2.1 Identitas Responden	53
4.2.2 Kepercayaan.....	57
4.2.3 Keputusan Partisipatif.....	60
4.2.4 Kejujuran.....	63
4.2.5 Keterbukaan Dalam Komunikasi ke Bawah.....	66
4.2.6 Mendengarkan Dalam Komunikasi ke Atas.....	69
4.2.7 Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi.....	72
4.2.8 Nilai Iklim Komposit.....	76
4.3 Pembahasan.....	77

BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Pada dasarnya komunikasi menyentuh hampir seluruh kehidupan manusia dimanapun dan apapun yang dilakukan manusia tersebut. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Hubungan dengan orang lain merupakan proses yang terus berlanjut, jumlah dan mutu komunikasi yang ada pada hubungan tersebut adalah yang membawa hubungan tersebut dalam kehidupan.

Melalui hubungan dengan orang lain, manusia dapat berkumpul dalam suatu wadah untuk mempermudah pencapaian tujuan hidupnya. Hal tersebut sesuai dengan sifat dasar manusia yang merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan dan kerja sama dengan orang lain. Bentuk kerja sama ini dapat melalui interaksi sosial, baik hubungan antar individu, hubungan individu dengan kelompok, maupun hubungan antar kelompok.

Manusia dalam berinteraksi tidak sekedar untuk memenuhi kepentingan pribadinya semata, tetapi berusaha untuk menjadi suatu bagian dalam kelompok-kelompok masyarakat. Keberadaan manusia dalam suatu kelompok masyarakat dapat diakui jika manusia tersebut memiliki peran dalam kelompok tersebut. Dengan sikap saling

menghormati, saling menolong, dan saling menghargai, hubungan antar manusia dapat berjalan dengan harmonis.

Bentuk interaksi antar manusia dapat diwujudkan dalam sebuah organisasi. Organisasi merupakan sebuah tempat yang menampung orang-orang yang berusaha mencapai tujuan bersama. Organisasi yang sehat ditunjukkan dengan interdependen bekerja dengan cara yang sistematis untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Organisasi dianggap sebagai pemroses informasi terbesar dengan input, throughput, dan output. Sistem terstruktur atas perilaku ini mengandung jabatan-jabatan (posisi-posisi) dan peranan-peranan yang dapat dirancang sebelum peranan-peranan tersebut diisi oleh pelaku organisasi (Pace dan Faules, 1993 : 17).

Sifat terpenting organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi dan bagaimana komunikasi berlangsung dalam suatu organisasi dan apa maknanya adalah tergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi.

Dalam suatu organisasi terdapat pimpinan dan bawahan. Pimpinan dalam kedudukannya sebagai komunikator bagi organisasi dituntut memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien. Maksudnya adalah perintah atau instruksi yang disampaikan dapat dipahami oleh karyawan. Kemampuan seorang pemimpin yaitu dalam memberikan informasi mengenai tujuan organisasi dan memberikan penjelasan dalam kaitannya dengan tujuan masing-masing kelompok sehingga masing-masing kelompok merasa bahwa organisasi adalah tujuan

mereka bersama. Dengan cara tersebut, seorang pimpinan dapat memotivasi karyawannya untuk bekerja dengan baik. Untuk menciptakan motivasi yang tinggi di dalam diri anggota organisasi, maka lingkungan tempat mereka bekerja turut mendukung.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit tertentu komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun, setidaknya satu orang menduduki suatu jabatan dalam organisasi menafsirkan pertunjukan. Komunikasi yang akan ditelaah adalah anggota-anggota organisasi, analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara bersamaan (Pace dan Faules, 2006 : 31).

Komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi disebut dengan komunikasi organisasi. adapun tujuan komunikasi dalam organisasi adalah untuk membentuk saling pengertian (mutual understanding) sehingga terjadi kesetaraan kerangka referensi (frame of reference) dan kesamaan pengalaman (fields of experience) diantara anggota organisasi.

Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi menyeluruh mengenai peristiwa, komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan,

konflik-konflik antar karyawan dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut (Pace dan Faules, 2006 : 147).

Iklm komunikasi organisasi dibentuk melalui interaksi antara anggota organisasi. Interaksi-interaksi dan proses-proses yang membentuk, menciptakan kembali, mengubah, dan memelihara iklim adalah hal yang seharusnya menjadi pusat perhatian. Iklim bukanlah sifat seorang individu, tetapi sifat yang dibentuk, dimiliki bersama, dan dipelihara oleh para anggota organisasi (Pace dan Faules, 2006 : 149).

Iklm komunikasi di dalam suatu organisasi memiliki peran yang cukup penting. Upaya suatu organisasi menciptakan iklim kerja yang positif selain memerlukan dukungan dari anggota organisasi juga memerlukan proses waktu karena setiap individu yang berada dalam organisasi tersebut memerlukan adaptasi dan pembenahan secara bertahap untuk mencapai hasil yang maksimal dan bermanfaat bagi organisasi.

Iklm komunikasi yang positif akan menyebabkan tujuan organisasi akan dapat cepat tercapai sesuai dengan yang diharapkan oleh para anggotanya serta cenderung akan meningkatkan dan mendukung komitmen pada organisasi. sebaliknya, iklim komunikasi yang negatif akan menyebabkan terciptanya lingkungan kerja organisasi yang tidak sehat, sehingga tujuan organisasi tidak dapat tercapai. Iklim komunikasi yang negatif juga dapat mengakibatkan para anggotanya menjadi tidak memiliki komitmen pada organisasi dan tidak memiliki sense of belonging terhadap organisasi tempat mereka bekerja.

Sebuah organisasi tidak terlepas dari permasalahan yang bisa terjadi di dalamnya. Terdapat hierarki dalam sebuah struktur organisasi yang diisi dengan berbagai orang yang mempunyai sifat, latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda. Maka dari itu tidak semua arus kegiatan organisasi bisa terjadi dengan baik. PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya sendiri juga mempunyai permasalahan-permasalahan intern yang dapat menghambat kelancaran informasi dan komunikasi serta dapat membuat suasana kerja yang tidak kondusif.

PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya atau yang lebih dikenal dengan merk dagang BRIngin Life Syariah berdiri pada 28 Oktober 1987. Perusahaan ini berada di Surabaya tepatnya di Jl. Untung Suropati No. 85 Surabaya. PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa khususnya adalah asuransi. PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya merupakan kantor cabang yang membawahi penjualan asuransi untuk regional Jawa Timur.

Peneliti tertarik menjadikan PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya sebagai objek penelitian karena PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya merupakan salah satu pelopor perusahaan asuransi yang berbasis syariah. Perusahaan ini sebagai salah satu perusahaan asuransi jiwa nasional di Indonesia. Tetapi ternyata meskipun perusahaan ini merupakan perusahaan asuransi jiwa nasional dan juga merupakan salah satu anak perusahaan dari BRI belum

membuat perusahaan ini cukup berhasil di bidangnya. Ada saja permasalahan yang timbul di dalam organisasi PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya, salah satunya adalah belum berhasilnya pencapaian target nasabah asuransi dan jumlah premi yang telah ditetapkan oleh Kantor Pusat yang berada di Jakarta.

Penurunan jumlah nasabah PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya menjadi suatu masalah yang patut diperhatikan oleh pimpinan cabang. Jumlah pencapaian nasabah asuransi yang menurun juga berpengaruh dan berkaitan erat dengan menurunnya jumlah pendapatan premi yang ditargetkan oleh perusahaan. Meskipun anggaran yang diberikan untuk menunjang operasional perusahaan setiap tahunnya adalah sama tetapi masih belum dapat memenuhi target yang ditetapkan. Unit Marketing dan Financial Consultant sangat berperan penting di dalam pencapaian target yang ditetapkan perusahaan karena tugas mereka yang sangat crucial (penting) di dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa khususnya asuransi. Permasalahan yang muncul juga tidak hanya dari penurunan nasabah dan jumlah premi semata. Sering terjadinya konflik di dalam hubungan kerja antara Unit Marketing dengan Financial Consultant juga dapat memperlambat pencapaian target perusahaan.

Sebuah iklim komunikasi organisasi yang sehat dapat dilihat dari beberapa faktor yang terjadi, salah satunya melalui motivasi kerja terhadap karyawan yang ada. Menurut Pace dan Faules motivasi kerja adalah bagaimana anggota organisasi menafsirkan lingkungan kerja mereka.

Dengan meningkatnya motivasi karyawan, berarti iklim komunikasi dapat berjalan baik dan semua karyawan mendukung dan mampu melaksanakan operasional dengan baik demi pencapaian target yang telah ditetapkan perusahaan dan pencapaian tujuan organisasi.

Masalah atau ancaman yang muncul dari dalam organisasi jauh lebih berbahaya bila dibandingkan masalah atau ancaman yang berasal dari luar perusahaan. Sebesar apapun permasalahan yang dihadapi akan dapat teratasi apabila anggota organisasi atau perusahaan tersebut bersatu dan bersama-sama mengatasinya, tetapi apabila suatu organisasi atau perusahaan sudah tidak memiliki anggota yang tidak dapat diandalkan dan sudah tidak solid lagi, maka dapat dikatakan nasib organisasi atau perusahaan tersebut sedang berada di ujung tanduk. Keharmonisan hubungan dalam suatu organisasi merupakan hal yang penting bagi kelancaran pelaksanaan tugas. Hubungan yang harmonis dalam suatu organisasi dapat dicapai apabila terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dengan atasan maupun dengan sesama rekan kerja.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa baik iklim komunikasi organisasi yang tercipta di PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya. Karena permasalahan yang terjadi dalam suatu organisasi atau perusahaan memang tidak dapat dihindari dan pasti akan selalu ada, tetapi permasalahan yang muncul tidak boleh dibiarkan berlarut-larut karena dapat merusak iklim organisasi suatu perusahaan

yang nantinya akan berdampak negatif terhadap pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

“Bagaimanakah iklim komunikasi organisasi di PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana iklim komunikasi organisasi di PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini untuk berbagai pihak adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pada ilmu komunikasi dan sebagai tambahan bahan referensi khususnya tentang iklim komunikasi organisasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi di PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya.
- b. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai masukan yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi atas iklim komunikasi organisasi di PT. Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera Syariah Surabaya.