

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN TERHADAP KEPUASAN  
KERJA KARYAWAN**

**Studi Kasus Pada Hotel Pesona Enasa Merak**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

**FIRMAN ARDIANSYAH**

**NIM : 040632**

**KONSENTRASI ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

**SERANG – BANTEN**

**2011**

## ABSTRAK

### **Firman Ardiansyah. 040632. Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Kepuasan kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Hotel Pesona Enasa Merak).**

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting terjalannya aktivitas. Dengan komunikasi aktivitas apapun pasti terjadi baik antar individu, kelompok, maupun organisasi. Manusia merupakan salah satu elemen penting dari sebuah perusahaan. Manusia sebagai karyawan seringkali dilingkupi oleh permasalahan yang mengganggu aktivitasnya. Komunikasi yang baik antara pemimpin dengan bawahan sangat menentukan adanya hubungan yang baik antara keduanya. Bila komunikasi terjalin dengan baik maka tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik pula. Komunikasi dapat juga meningkatkan kepuasan kerja karyawan karena karyawan merasa diperhatikan oleh atasannya. Karena itu seorang pemimpin harus mampu membangun komunikasi dengan bawahannya agar tercipta hubungan yang harmonis. Penelitian ini dilakukan untuk tujuan mengetahui kepuasan kerja karyawan atas gaya komunikasi pemimpin perusahaan HOTEL PESONA ENASA MERAK.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan sample yang telah ditentukan sebanyak 52 orang karyawan hotel Pesona Enasa Merak. Penentuan sample digunakan cara probably sampling dengan metode accidental sampling sehingga peneliti dapat memilih sample yang dianggap dapat menjawab pertanyaan dari peneliti

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara gaya komunikasi pemimpin hotel pesona enasa merak terhadap kepuasan kerja karyawannya. Kemampuan Pemimpin Hotel Enasa untuk menyampaikan pesan perintah atau intruksi dengan komunikasi dua arah Karyawan memberikan timbal balik berupa saran dan gagasan sehingga pemimpin dapat memahami kebutuhan karyawan. Dengan itu dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan Hotel pesona Enasa merak, berupa pemberian gaji yang sesuai, kesempatan untuk promosi, dan situasi kerja yang nyaman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan signifikan melalui uji korelasi sebesar 81%.

## **ABSTRACT**

*Firman Ardiansyah, 040 632. The Influence of Communication Leadership Style Against Employee Job satisfaction (A Case Study On PESONA ENASA MERAK HOTEL).*

*Communication is one important factor of incommunicated activity. Communications activity will build a good relation between individuals, groups, or organizations. Humans as employees are often surrounded by problems that reloaded on their activities. Good communication between the leaders and subordinates largely determine the existence of good relations between their two. The communication is starting up to catch the goal of a company. Communication can also increase employee job satisfaction because employees feel cared for by The leader. Therefore a leader must be able to establish communication with his subordinates in order to create a harmonious relationship. This research was conducted to know the employee's satisfaction according to the leadership style in PESONA ENASA MERAK HOTEL.*

*The research method used in this research is quantitative research methods with descriptive approach. The data was collected by in-depth interviews with a sample that has been prescribed as many as 52 employees of PESONA ENASA MERAK HOTEL. Determination of the sample used to probably purpose sampling with sampling methods accidental can select a sample that is considered able to answer questions from investigators.*

*From the research results can be seen that there is a significant relationship between leader communication style in PESONA ENASA MERAK HOTEL on job satisfaction of employees. The Leader of PESONA ENASA MERAK HOTEL ability to convey the message commands or instructions with two-way communication Employees give reciprocal form of suggestions and ideas so that leaders can understand the needs of employees. With it The Leader of PESONA ENASA MERAK HOTEL can increase employee's job satisfaction, for the provision of appropriate salary, opportunities for promotion, and comfortable work situation. The results of this study showed a very strong and significant correlation with the test at 81%.*

## DAFTAR ISI

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| ABSTRAK .....  | i              |
| ABSTRACT .....   | ii             |
| Kata Pengantar .....   | iii            |
| Daftar Isi .....   | vi             |
| Daftar Gambar .....  | ix             |
| Daftar Tabel .....   | xii            |
| <br>   |                |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                     |                |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                             | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                    | 5              |
| 1.3 Identifikasi Masalah .....                               | 5              |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                  | 5              |
| 1.5 Kegunaan Penelitian .....                                | 6              |
| 1.5.1 Kegunaan Teoritis .....                                | 6              |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis .....                                 | 6              |
| <br>   |                |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                                 |                |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                                     | 7              |
| 2.1.1 Komunikasi .....                                       | 7              |
| 2.1.1.1 Komunikasi Organisasi .....                          | 9              |
| 2.1.1.2 Hubungan Karyawan ( Employe Relation ) .....         | 10             |
| 2.1.1.3 Pengertian Gaya Komunikasi Pemimpin .....            | 12             |
| 2.1.1.4 Dimensi Komunikasi Pemimpin .....                    | 14             |
| 2.1.2 Kepuasan Kerja .....                                   | 16             |
| 2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Kerja .....                      | 16             |
| 2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja ..... | 17             |
| 2.2 Kerangka Teori .....                                     | 23             |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                 | 25             |
| 2.4 Operasional .....  | 27             |
| 2.5 Hipotesis .....  | 28             |

## BAB III METODOLOGI

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 3.1 Metodologi Penelitian .....   | 29 |
| 3.2 Populasi dan Sample .....     | 29 |
| 3.2.1 Populasi .....              | 29 |
| 3.2.2 Sample .....                | 30 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data ..... | 31 |
| 3.3.1 Kuisisioner .....           | 31 |
| 3.4 Analisis Data .....           | 31 |
| 3.5 Pengujian Hipotesis .....     | 33 |
| 3.6 Validitas Reliabilitas .....  | 34 |
| 3.6.1 Validitas .....             | 34 |
| 3.6.2 Reliabilitas .....          | 36 |
| 3.7 Tempat Penelitian .....       | 38 |
| 3.8 Waktu Penelitian .....        | 38 |

## BAB IV PEMBAHASAN

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....                     | 39 |
| 4.1.1 Misi dan Visi .....                                | 39 |
| 4.1.2 Fasilitas-fasilitas Hotel Pesona Enasa Merak ..... | 42 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Hotel Pesona Enasa Merak ..... | 46 |
| 4.1.4 Volume Operasional Penjualan .....                 | 47 |
| 4.2 Deskripsi Data .....                                 | 50 |
| 4.3 Data Penelitian .....                                | 51 |
| 4.4 Penguji Hipotesis .....                              | 67 |

## BAB V PENUTUP

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 69 |
| 5.2 Saran .....      | 70 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Pesona Enasa Merak ..... | 47             |
| Gambar 4.2 Pengujian Hipotesis .....                          | 67             |

## DAFTAR TABEL

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Tabel 2.1 Operasional Variabel.....   | 27             |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....  | 38             |
| Tabel 4.1 Volume Operasional Penjualan Kamar Hotel .....  | 48             |
| Tabel 4.2 Volume Operasional Penjualan Pada Restoran dan Bar .....  | 48             |
| Tabel 4.3 Volume Operasional Penjualan Untuk Meeting Room .....   | 49             |
| Tabel 4.4 Volume Operasional Penjualan Lainnya .....  | 49             |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Seringnya Pemimpin Berkomunikasi Dengan Bawahan .....  | 51             |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin Menggunakan Komunikasi Menggunakan Lisan ke Bawahan .....                               | 52             |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin Menggunakan Komunikasi Menggunakan Tulisan Kepada Bawahan .....                         | 53             |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin Menggunakan Komunikasi Secara Langsung Untuk Memberi Intruksi .....                     | 54             |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin Menggunakan Komunikasi Secara Tidak Langsung Untuk Memberikan Arahan atau Intruksi..... | 55             |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pemimpin Dengan komunikasi Satu Arah.....  | 56             |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin Dengan Komunikasi Dua Arah.....  | 57             |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Mendapatkan Gaji Sesuai Dengan aturan dan Kinerja .....                                | 58             |
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pekerjaan atau Tugas Yang Diberikan Oleh Pemimpin Menyenangkan.....                             | 59             |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Diberikan Kesempatan Untuk Naik Jabatan .....  | 60             |



|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.15 Tanggapan responden Terhadap Karyawan Diberikan bantuan Teknis maupun Non Teknis Oleh Pemimpin..... | 61 |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Situasi Saling Mendukung Antar Karyawan .....                          | 62 |
| Tabel 4.17 Perhitungan Korelasi Antara Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Tingkat Kepuasan Kerja Karyawan ..... | 63 |

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manajemen suatu organisasi yang baik dapat terwujud apabila tujuan organisasi telah tercapai. Tujuan organisasi tersebut merupakan bagian dari penerapan fungsi organisasi yaitu penempatan karyawan yang tepat pada jabatan yang tepat pula (*the right man on the right place*). Meskipun suatu organisasi mulai dari saat perekrutan sampai penempatan karyawan sudah selektif, namun pada kenyataannya masih terdapat masalah yang tidak diinginkan pada saat menjalankan operasional yang dapat menghambat kinerja karyawan. Karena itu perusahaan harus melihat gaya komunikasi pemimpin untuk menempatkan pada suatu jabatan agar menghasilkan suatu tingkat kinerja yang maksimal dan agar semua pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik.

Organisasi adalah sarana atau alat dalam pencapaian tujuan, yang maksudnya adalah sebagai wadah kegiatan dari orang-orang yang bekerja sama dalam usahanya mencapai tujuan. Tujuan tersebut pastilah berbeda-beda satu dan lainnya, misalnya dapat berupa laba, pelayanan sosial, peningkatan pendidikan, pembinaan karir dan sebagainya. Organisasi yang dimaksud adalah organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan laba yang selanjutnya disebut sebagai perusahaan. Meskipun suatu organisasi mulai dari saat perekrutan sampai penempatan karyawan sudah selektif, namun pada kenyataannya masih juga terdapat masalah yang tidak

diinginkan pada saat menjalankan operasional yang dapat menghambat kinerja karyawan.

Pengelolaan yang baik dan profesional merupakan suatu hal yang menjadi bagian dari siklus hidup suatu perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Untuk itu dalam mencapai tujuan tersebut seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan harus dapat dimanfaatkan sebaik mungkin, termasuk sumber daya manusia sebagai faktor utamanya. Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan segala kegiatan dalam rangka mencapai tujuan sangat bergantung kepada kemampuan sumber daya manusianya dalam melaksanakan aktifitas. Produktivitas kerja karyawan yang maksimal sangat diharapkan dalam suatu proses pencapaian tujuan. Hal ini dapat tercipta oleh banyak faktor, yang salah satunya adalah tingkat dari kepuasan karyawan.

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting terjalannya aktivitas. Dengan komunikasi aktivitas apapun pasti terjadi baik antar individu, kelompok, maupun organisasi. Begitu pula dalam organisasi formal atau informal komunikasi yang baik sangat mendukung kelancaran aktivitas organisasi seperti yang dikatakan oleh George R. Terry "Komunikasi ibarat minyak pelumas yang dapat memberi kelancaran aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan" (Mohyi, 1999:111). Oleh karena itu perlu adanya pengetahuan tentang komunikasi dan hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi sehingga kita sebagai generasi calon pimpinan organisasi dapat menjadi pemimpin yang kompeten dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab. Proses komunikasi yang efektif sangat penting bagi perusahaan dalam melaksanakan

kegiatan manajemen. Manusia adalah makhluk sosial, dimana ia selalu hidup dengan manusia lain, selalu berkomunikasi untuk mengatur dan mengorganisasi kehidupannya. Ada aksioma komunikasi yang berbunyi "Seseorang tidak dapat tidak berkomunikasi" (*A Person Cannot Not Communication*) (Peace dan Faules, 2002:28)

Manusia merupakan salah satu elemen penting dari sebuah perusahaan. Di dalam diri manusia terdapat kepribadian yang masing-masing individu berbeda sehingga kajian mengenai manusia itu menjadi penting. Dan dengan kepribadian yang beragam manusia menjadi sebuah kajian objek yang menarik. Manusia sebagai karyawan seringkali dilingkupi oleh permasalahan yang mengganggu aktivitasnya. Gangguan ini bisa disebabkan karena individu mengalami ketidakpuasan (Widiatmoko, 2006:1).

Salah satu gejala yang paling meyakinkan dari rusaknya kondisi dalam suatu organisasi adalah rendahnya kepuasan kerja (Davis dan Newstrom, 1985:105). Dalam sebuah perusahaan, jika karyawan tersebut mengalami ketidakpuasan maka besar kemungkinannya aktivitas perusahaan akan mengalami gangguan, terjadi kemangkiran, pencurian, demonstrasi dan jelas perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi (Muhammad, 2005:1). Dalam perusahaan komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mengadakan

hubungan antara atasan dan bawahan. Karena itu penting dilakukan komunikasi agar maksud dan pesan yang disampaikan dapat diterima sesuai dengan keinginan pengirim berita. Faktor komunikasi juga merupakan peranan penting dalam menjaga tingkat kepuasan kerja karyawan, menurut (Handoko, 1992:271) "Manajemen sering mempunyai masalah tidak efektifnya komunikasi". Pada dasarnya komunikasi yang efektif sangat penting bagi para pemimpin. Terdapat dua alasan pertama, komunikasi adalah proses melalui mana fungsi-fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dapat tercapai. Kedua komunikasi adalah kegiatan untuk para pemimpin mencurahkan sebagian waktu mereka.

Proses komunikasi yang terjalin akan membawa hasil yang sangat berarti bagi organisasi karena komunikasi mempunyai dua fungsi penting dalam organisasi yaitu; (1) komunikasi merupakan pertukaran informasi (2) komunikasi membantu sekelompok anggota dalam organisasi yang terpisah dari anggota lain (Purwanto, 1996:20).

Komunikasi yang baik antara pemimpin dengan bawahan sangat menentukan adanya hubungan yang baik antara keduanya. Bila komunikasi terjalin dengan baik maka tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik pula. Komunikasi dapat juga meningkatkan kepuasan kerja karyawan karena karyawan merasa diperhatikan oleh atasannya. Karena itu seorang pemimpin harus mampu membangun komunikasi dengan bawahannya agar tercipta hubungan yang harmonis. Apabila karyawan merasa senang maka pekerjaan yang dilakukan akan tercermin dari hasil kerjanya (Handoko, 2001:193). Oleh karena itu seorang pemimpin hendaknya dapat

berkomunikasi dengan karyawannya dengan baik mengingat komunikasi akan menimbulkan kepuasan. Kepuasan akan menghasilkan sesuatu yang positif sehingga karyawan bergairah dan bersemangat dalam bekerja.

Hotel Pesona Enasa Merak merupakan perusahaan swasta di kota Cilegon yang bergerak di bidang usaha perhotelan. Dalam sebuah hotel sangat dijaga pelayanan pihak hotel terhadap pihak tamu yang akan memakai jasa hotel tersebut. Seperti yang telah di jelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Hotel Pesona Enasa Merak .

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam skripsi ini penulis merumuskan masalah “ Bagaimana Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Kepuasan Kerja karyawan pada Hotel Pesona Enasa Merak?”

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka identifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Bagaimana gaya komunikasi pemimpin Hotel Pesona Enasa Merak?
- 1.3.2 Bagaimana tingkat kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak?
- 1.3.3 Bagaimana pengaruh gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan pada Hotel Pesona Enasa Merak?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Dari identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1.4.1 Untuk mengetahui gaya komunikasi pemimpin Hotel Pesona Enasa Merak
- 1.4.2 Untuk mengetahui tingkat kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak
- 1.4.3 Untuk Mengetahui pengaruh gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan pada Hotel Pesona Enasa Merak.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan memperluas pengetahuan bagi ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang kajian komunikasi interpersonal yang berkaitan dengan pola komunikasi.

##### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Wawasan mengenai teknologi komunikasi facebook, dan wawasan seputar dunia remaja khususnya pelajar dapat bertambah percaya diri kita berada ditengah-tengah masyarakat, dengan mengetahui situs tersebut dan digunakan sebagai media komunikasi dengan tujuan positif.





## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 2.1.1 Komunikasi

Kenyataan telah menunjukkan bahwa komunikasi merupakan unsur penting bagi kehidupan manusia. Sebagai konsekuensi makhluk sosial, setiap manusia akan melaksanakan kegiatan komunikasi bila ingin mengadakan hubungan dengan pihak lain. Oleh sebab itu, terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (Effendy, 2002:3). Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* yang bersumber pada kata *communis* yang berarti sama, dalam arti kata sama makna. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media (Effendy, 2002:4).

Carl. I Hovland mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan) (Effendy, 2002:48). Harold Lasswell menyatakan bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui jaringan apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya" (Cangara, 2000:18).

Defenisi-definisi yang dikemukakan tersebut tentunya belum mewakili semua defenisi komunikasi yang telah dibuat banyak pakar, namun sedikit

banyaknya kita telah memperoleh gambaran seperti apa yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja (Cangara, 2000:20).

Karena itu jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, maka kita memiliki beberapa kesamaan dari simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat lebih efektif maka dapat digunakan komunikasi yang efektif berarti, bahwa komunikator dan komunikan, dalam hal ini lembaga dan masyarakat sama-sama memiliki pengertian yang sama mengenai sesuatu yaitu kebutuhan dan keinginan dari masyarakat terpenuhi dengan baik.

Joseph A. Devito membagi komunikasi atas empat macam, yakni komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi public dan komunikasi massa (Cangara, 2000:29). Seperti telah disinggung di muka, kegiatan humas pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi dan komunikasi yang digunakan pada kegiatan humas ini adalah komunikasi public (*Public Communication*).

Komunikasi publik memiliki ciri komunikasi interpersonal (pribadi), karena berlangsung secara tatap muka, tetapi terdapat beberapa perbedaan yang cukup mendasar sehingga memiliki ciri masing-masing. Dalam komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung secara kontiniu. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara dan siapa pendengarnya. Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini disebabkan oleh jumlah khalayak yang relatif besar (Cangara, 2000:34). Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat

kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik dan menghibur (Cangara, 2000:2)

#### **2.1.1.1 Komunikasi Organisasi**

Redding dan Sanborn memberikan pengertian bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Kemudian Katz dan Khan menyatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. (Muhammad, 1995:65)

Komunikasi mendudukkan struktur organisasi dan adaptasinya dengan lingkungan. Bila organisasi merupakan suatu pemroses informasi besar, maka maksud proses komunikasi adalah untuk memperoleh informasi yang tepat bagi orang yang tepat pada saat yang tepat. Sementara sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penfasiran dan penanganan kegiatan anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam organisasi dan apa maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi. Bila organisasi dianggap sebagai suatu struktur atau wadah yang telah ada sebelumnya, maka komunikasi dapat dianggap sebagai "suatu substansi nyata yang mengalir ke atas, ke bawah, dan ke samping dalam suatu wadah". Dalam pandangan itu, komunikasi berfungsi mencapai tujuan dari sistem organisasi.

Organisasi diartikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari pola aktivitas kerja sama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan (Gitosudarmo & Sudila, 2000:57). Atau dengan meminjam definisi dari Goldhaber yang menyatakan bahwa

komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling tukar menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 1995:67).

#### **2.1.1.2 Hubungan karyawan (*Employee Relations*)**

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa karyawan (pekerja) di dalam sebuah perusahaan merupakan asset yang cukup penting, dan dalam dunia *public relations* dikenal dengan *internal public*. Pengertian dari public internal (*internal public*), menurut Cultip dan Center (1982:290), dapat juga disebut hubungan masyarakat internal atau hubungan kepegawaian (*employee relations*) yang mempunyai arti sebagai sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya.

Artinya secara fungsional, tugas dan teknis pekerjaannya, yaitu sudah diatur oleh pihak-pihak manajemen perusahaan siapa yang ditunjuk sebagai pimpinan dan ada pihak lain bertindak sebagai bawahannya, kemudian di tetapkan pula persyaratan-persyaratan dan spesifikasi teknik pekerjaan yang ditentukan secara jelas, teratur, tertib dan rinci. Sehingga ketika sedang berfungsi maka diharapkan tidak akan terjadi kekacauan atau tumpang tindih antara tugas pekerjaan yang satu dengan yang lainnya, karena setiap individual karyawan sudah ditentukan atau akan mengetahui tentang "apa dan bagaimana" dalam menjalankan pekerjaannya sesuai dengan bidang dan tanggung jawabnya masing-masing.

Perencanaan dan pelaksanaan suatu program informasi komunikasi dan pemeliharaan hubungan karyawan biasanya harus terletak pada seksi hubungan karyawan dari bagian hubungan masyarakatnya (PR). Nasihat serta kerjasama manajemen dan staf, pelaksana yang melaksanakan hubungan personalia, karyawan, atau industri, harus diusahakan dalam menentukan tujuan, media, dan pesan dari program komunikasi. Koordinasi yang erat antara seksi hubungan karyawan dengan seluruh staf serta bagian pelaksanaan organisasi adalah penting.

Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalah pahaman, desas-desus palsu, dan kecaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu, maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri, yang mungkin salah, atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar, yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat (H Frazier Moore, 2005:347).

Para karyawan juga ingin menyatakan pendapatnya kepada manajemen tentang pekerjaan, kondisi pekerjaan, dan hal-hal lain yang mempengaruhi kepentingannya. Pelaksanaan komunikasi dua arah yang memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan usulan kepada manajemen adalah penting (H Frazier Moore, 1998:5).

Scot M. Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom 1982, dalam buku *Effective Public Relations* mengatakan, "*No organization relationship are as important as those with employee all levels*". Pernyataan tersebut mengatakan bahwa, tidak ada hubungan komunikasi yang lebih penting dari

hubungan antar karyawan pada semua tingkatan. Tujuan *employee relations* adalah untuk mengenal, menyusun, dan kemudian memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dengan para karyawannya, yang manfaatnya dapat dirasakan oleh kedua belah pihak yaitu pimpinan dan karyawan.

Sebagaimana bahwa *employee relations* adalah merupakan salah satu bentuk dari aktivitas internal *public relations*, maka berkaitan dengan itu Frank Jefkins, (2005:355) mengatakan bahwa, "*internal public relations is therefore one of the keys to successful management, requiring open management and closing the gap between the two sides*". Dengan demikian berarti bahwa, *employee relations* kemudian menjadi salah satu kunci menuju manajemen sukses, menuntut pengelolaan terbuka dan menutup celah antara manajemen dan karyawan.

Sedangkan menurut Rosady Ruslan (2003:259), bahwa program kegiatan *employee relations* dalam perusahaan dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk program kegiatan yang didalamnya terdapat jaringan komunikasi baik jaringan komunikasi formal maupun jaringan komunikasi informal, dengan tujuan membentuk iklim komunikasi organisasi yang positif

### **2.1.1.3 Pengertian Gaya Komunikasi Pimpinan**

Clampitt dan Downs (1994) menaktifkan komunikasi pemimpin-subordinat sebagai satu komunikasi yang berbentuk dari atas dan bawah diantara pemimpin dan subordinat. Mereka memperjelaskan lagi dengan memperincikan tiga prinsip utama dalam interaksi pemimpin dan subordinat yaitu sejauh mana pemimpin itu terbuka kepada ide yang diberikan oleh subordinat, sejauhmana pemimpin mendengar dan memberi perhatian kepada

apa yang diperkatakan oleh subordinat dan prinsip ketiga dalam komunikasi pemimpin subordinat adalah sejauh mana panduan yang diberikan oleh pemimpin dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan tugas kepada subordinat.

Dalam kajian yang melibatkan penerapan komunikasi pemimpin Johlke dan Dulhan (2000) menyatakan penerapan komunikasi pemimpin dalam sesebuah organisasi boleh digambarkan melalui empat dimensi penerapan komunikasi pemimpin yaitu, kekerapan berkomunikasi, pemilihan saluran komunikasi, isi kandungan komunikasi dan arah aliran komunikasi apabila pemimpin dan subordinat berinteraksi .

Menurut Hackman dan Johnson (2004), komunikasi kepemimpinan adalah untuk para pengurus yang berminat untuk membina dan mempelajari cara berkomunikasi yang lebih berkesan, kemahiran kepimpinan dan memperbaiki pengurusan supaya lebih berkesan serta lebih baik. Kemajuan organisasi dan kemajuan pemimpin bergantung kepada komunikasi yang jelas berasaskan teknologi. Pemimpin berinteraksi dengan perkiraan yang terdiri dari pada berbagai sumber manusia.

Pearce (2002) menjelaskan komunikasi kepemimpinan bertujuan supaya pemimpin memahami dan mempraktikkan komunikasi yang digunakan untuk mengerakkan seseorang kaki tangan atau orang bawahan untuk bekerja. Oleh itu, pemimpin haruslah memfokuskan kepada faktor luar dan juga faktor dalam. Dalam komunikasi pemimpin akan memperoleh '*dual practice*', yaitu dengan cara mengetahui tentang tujuan komunikasi tersebut, dan juga untuk mencari orang lain untuk berkomunikasi dan menghubungkan di antara pemikiran dan perasaan orang yang akan di ajak berkomunikasi.

#### 2.1.1.4 Dimensi Komunikasi Pimpinan.

Dimensi pertama, seringkali berkomunikasi merujuk kepada jumlah hubungan yang berlaku dikalangan ahli-ahli organisasi berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Farace, Monge dan Russell, (1977). Kekerapan komunikasi ini boleh bertindak sebagai penghubung antara pemimpin dan subordinat dan ia merupakan satu kaidah bagi pemimpin dalam mempengaruhi tindakan ahli dalam sesebuah organisasi dibawah pimpinannya.

Dimensi penerapan komunikasi pemimpin yang kedua pula adalah pemilihan saluran komunikasi yang boleh diartikan sebagaimana sesuatu pesan itu disampaikan. Stohl dan Reeding (1987) menyatakan cara terbaik menggambarkan pemilihan saluran komunikasi adalah melalui sesuatu interaksi atau dapat dikenali sebagai *communication mode*. Jika pemimpin memilih untuk berinteraksi secara formal dengan subordinat, maka saluran komunikasi seperti memo atau surat digunakan untuk berinteraksi dan sebaliknya pula interaksi dengan subordinat akan digunakan jika komunikasi itu tidak formal.

Dimensi ketiga tentang penerapan komunikasi pemimpin seperti yang dikemukakan oleh Johkle, Duhan, Howell dan Wilkes (2000) dalam kajian mereka adalah berkaitan dengan isi kandungan komunikasi pemimpin dan subordinat merujuk kepada strategi yang digunakan oleh pemimpin untuk mempengaruhi subordinat (Fisher, Maltz dan Jaworski, 1997). Ini bermakna interaksi pemimpin terhadap subordinat bertujuan untuk mempengaruhi perubahan subordinat. Pemimpin boleh memilih untuk berinteraksi secara langsung atau pun tidak langsung dengan subordinat mereka. Interaksi



langsung di antara pemimpin dan subordinat merujuk kepada tekanan oleh pemimpin terhadap subordinat melalui interaksi, interaksi secara tidak langsung dilakukan pemimpin untuk mempengaruhi tindakan subordinat melalui pembuatan keputusan bersama.

Dimensi terakhir penerapan komunikasi pemimpin adalah arah aliran interaksi pemimpin dan subordinat. Terdapat dua konsep utama dalam aliran komunikasi ini seperti yang dikemukakan oleh Farace, Monge dan Russell (1977). Konsep pertama adalah komunikasi satu arah, konsep kedua adalah komunikasi berbagai arah. Komunikasi satu arah merupakan komunikasi yang berlaku dari pemimpin kepada subordinat saja. Dan komunikasi berbagai arah adalah komunikasi dari pemimpin kepada subordinat dan dari subordinat kepada pemimpin.

Purwanto (1996:23) mengatakan bahwa dalam struktur organisasi garis, fungsional, maupun matrik nampak berbagai macam posisi atau kedudukan yang masing-masing sesuai dengan batas tanggungjawab dan wewenangnya. Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari pimpinan kepada bawahan, ataupun dari manajer ke karyawan, pola transformasi informasinya dapat berbentuk sebagai berikut:

1. Komunikasi Vertikal
  - a. Komunikasi Dari Atas Ke Bawah

Secara sederhana, transformasi informasi dari pimpinan ke bawahan umumnya terkait dengan tanggungjawab dan wewenang seseorang dalam suatu organisasi.
  - b. Komunikasi Dari Bawah Ke Atas

Alur informasi berasal dari bawah menuju ke atas. Informasi mula-mula berasal dari para karyawan selanjutnya disampaikan ke bagian pabrik, ke manajer produksi, dan akhirnya ke manajer umum.

## 2. Komunikasi Horisontal

Komunikasi horisontal sering disebut dengan istilah komunikasi lateral adalah komunikasi yang terjadi antar bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi.

### 2.1.2 Kepuasan kerja

#### 2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merujuk pada sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya ( Robbins, 2001 ). Kepuasan kerja adalah seperangkat perasaan pegawai tentang menyenangkan atau tidaknya pekerjaan mereka ( Davis dan Newstrom, 2000 ). Kepuasan kerja adalah perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristik-karakteristiknya (Robbins dan Judge, 2004 )

Seseorang dengan tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap kerja itu, seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya akan menunjukkan sikap negatif terhadap pekerjaan itu. Respon-respon daripada kepuasan kerja dapat didefinisikan sebagai berikut :

#### 1. Keluar

Perilaku yang ditunjukkan untuk meninggalkan organisasi, termasuk mencari posisi baru dan mengundurkan diri.

## 2. Aspirasi

Secara aktif dan konstruktif berusaha memperbaiki kondisi, termasuk menyarankan perbaikan, mendiskusikan masalah dengan atasan, dan beberapa bentuk aktivitas serikat kerja.

## 3. Kesetiaan

Secara pasif tetapi optimis menunggu membaiknya kondisi, termasuk membela organisasi ketika berhadapan dengan kecaman eksternal dan mempercayai organisasi dan manajemennya untuk "melakukan hal yang benar".

## 4. Pengabaian

Secara pasif membiarkan kondisi menjadi lebih buruk, termasuk ketidakhadiran atau keterlambatan yang terus-menerus, kurangnya usaha, dan meningkatnya angka kesalahan.

### 2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja

Menurut Sihombing (2009) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja

#### A. Upah/gaji karyawan

Gaji merupakan besarnya upah yang diterima oleh karyawan secara tetap maupun tidak tetap dan merupakan imbalan terhadap kinerja yang telah diberikan karyawan pada organisasi, gaji termasuk di dalamnya : gaji pokok, kompensasi, dan tunjangan. Gaji adalah balas jasa yang dibayar

secara periodik kepada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti (Hasibuan, 2003 : 117). Maksudnya gaji akan tetap dibayarkan karyawan walaupun pekerja tersebut tidak masuk kerja.

Gaji merupakan imbalan *financial* yang dibayarkan kepada karyawan secara teratur, seperti tahunan, caturwulan, bulanan atau mingguan (Panggabean, 2002 :77). Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gaji adalah balas jasa yang diberikan kepada setiap karyawan yang dibayarkan secara tetap setiap bulannya, sedangkan upah adalah pembayaran jasa yang diberikan kepada karyawan yang dibayarkan berdasarkan hari, jam atau jumlah satuan produk yang dihasilkan.

Pencapaian tujuan perusahaan dapat terkendali tanpa adanya hambatan terhadap penggunaan tenaga kerja. Begitupun juga para pekerja sendiri merasa tenang untuk bekerja dan berusaha untuk mendukung kemajuan perusahaan.

Sistem penggajian/pengupahan yang umum diterapkan menurut Hasibuan (2003: 122) antara lain:

#### 1. Sistem Waktu

Besarnya gaji/upah dalam sistem ini ditetapkan berdasarkan standart waktu seperti jam, mingguan ataupun bulanan. Administrasi pengupahan sistem waktu relatif mudah serta dapat diterapkan kepada karyawan tetap ataupun harian. Sistem ini biasanya ditetapkan jika prestasi kerja sulit

diukur perunitnya dan bagi karyawan tetap upahnya atas sistem waktu secara periodik setiap bulannya.

## 2. Sistem Hasil (Out Put)

Besarnya upah dalam sistem ini ditetapkan atas kesatuan unit yang dihasilkan pekerjaan seperti potong, meter, liter, dan kilogram. Besarnya upah yang dibayar selalu didasarkan kepada banyaknya hasil yang dikerjakan bukan pada lamanya waktu pengerjaannya. Sistem ini tidak bisa diterapkan pada karyawan tetap (sistem waktu) dan jenis pekerjaan yang tidak mempunyai standar fisik, seperti bagi karyawan administrasi.

Kebaikan sistem ini memberikan kesempatan kepada yang bekerja sungguh-sungguh serta berprestasi baik akan memperoleh balas jasa yang lebih besar. Namun kelemahannya adalah kualitas barang yang dihasilkan kurang baik dan karyawan yang kurang mampu balas jasanya kecil sehingga kurang manusiawi.

## 3. Sistem Borongan

Sistem borongan adalah suatu cara pengupahan yang menetapkan besarnya jasa yang didasarkan atas volume pekerjaan dan lama mengerjakannya. Penetapan besarnya balas jasa didasarkan pada sistem borongan cukup rumit, lama mengerjakannya serta banyaknya alat yang diperlukan untuk menyelesaikannya.

Faktor-faktor yang harus diperhitungkan perusahaan untuk menentukan tingkat upah/ gaji yang kompetitif menurut Nawawi (1999 : 374) adalah:

1. Penawaran atau persediaan dan permintaan tenaga kerja dipasar tenaga kerja.
2. Untuk pekerjaan yang memerlukan ketrampilan dan keahlian tinggi serta tenaga kerja langka, maka upah/gaji cenderung tinggi, demikian juga sebaliknya.

### 3. Organisasi Serikat Pekerja

Organisasi ini turut mempengaruhi tingkat upah/gaji, karena fungsinya dalam memperjuangkan tingkat upah minimum dan berdasarkan kondisi profesionalisme para pekerja sebagai anggota.

### 4. Kemampuan Membayar

Kedua faktor diatas sebenarnya sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam membayar upah yang ditentukan oleh keuntungan, sebagai satu-satunya sumber untuk pengupahan/ penggajian para pekerja.

### 5. Produktifitas

Tingkat produktivitas atau prestasi kerja seharusnya dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan besar-kecilnya upah/gaji karyawan. Pertimbangan ini selain untuk memenuhi aspek keadilan dan kewajiban yang akan mempengaruhi motivasi kerja yang bermuara pada kemampuan kmpetititif para karyawan.

## 6. Biaya Kehidupan

Faktor ini disebut tingkat kecukupan upah/gaji, yang pada tingkat paling rendah harus memenuhi kebutuhan dasar (minimum) para karyawan sebagai manusia.

## 7. Peraturan Pemerintah

Faktor ini merupakan usaha pemerintah yang berhubungan dengan faktor biaya kehidupan agar para pekerja memperoleh penghasilan yang memungkinkannya hidup layak sesuai dengan harkat dan martabatnya sebagai manusia.

Perusahaan dapat memberikan kenaikan gaji berdasarkan prestasi atau kinerja karyawan. Sebagai dasar pemberian kenaikan gaji, *supervisor* harus melaksanakan evaluasi kinerja karyawan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan proses kenaikan gaji karyawan. Sistem evaluasi karyawan yang optimal setidaknya mesti memiliki dua komponen kunci, yakni :

1. Komponen Kompetensi, untuk mengukur aspek kecakapan karyawan.
2. Komponen hasil kinerja (*performace*), untuk mengukur output nyata yang dihasilkan karyawan.

Gabungan hasil evaluasi untuk kedua komponen diatas kemudian dijadikan dasar untuk menentukan besaran kenaikan gaji setiap karyawan. Dengan cara ini maka persentase kenaikan gaji karyawan bisa berbeda-beda tergantung dari hasil evaluasi menyeluruh atas aspek kompetensi dan aspek kinerja yang

bersangkutan. Dan dengan cara ini pula, proses penentuan kenaikan gaji bisa dibangun lebih adil dan transparan.

#### **B. Pekerjaan itu sendiri**

Dimana ini memberikan kepada individu-individu tugas yang menarik, kesempatan belajar dan peluang untuk menerima tanggung jawab. Nilai dari pekerjaan itu sendiri merupakan sumber kepuasan.

#### **C. Kesempatan promosi**

Yaitu peluang peningkatan dalam hirarki yang memiliki dampak yang bervariasi terhadap kepuasan kerja. Hal ini disebabkan promosi memerlukan bentuk yang berbeda dan mempunyai variasi imbalan yang menyertainya

#### **D. Supervisi**

Merupakan kemampuan atasan untuk memberikan bantuan teknis dan dukungan perilaku. Supervisi juga merupakan sumber kepuasan yang cukup penting.

#### **E. Rekan sekerja**

Suatu kondisi dimana rekan-rekan karyawan secara teknis mampu dan secara sosial bersifat mendukung. Sifat dari kelompok kerja akan mempunyai dampak terhadap kepuasan kerja. Rekan kerja yang ramah dan kooperatif adalah sumber kepuasan kerja bagi karyawan



## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Proses komunikasi SMCRE

Dalam pembahasan ini menggunakan proses komunikasi dengan model S-M-C-R-E yaitu *Sender Message Channel Receiver Effect* dengan menitik beratkan pada bagaimana pola komunikasi pemimpin dapat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan.

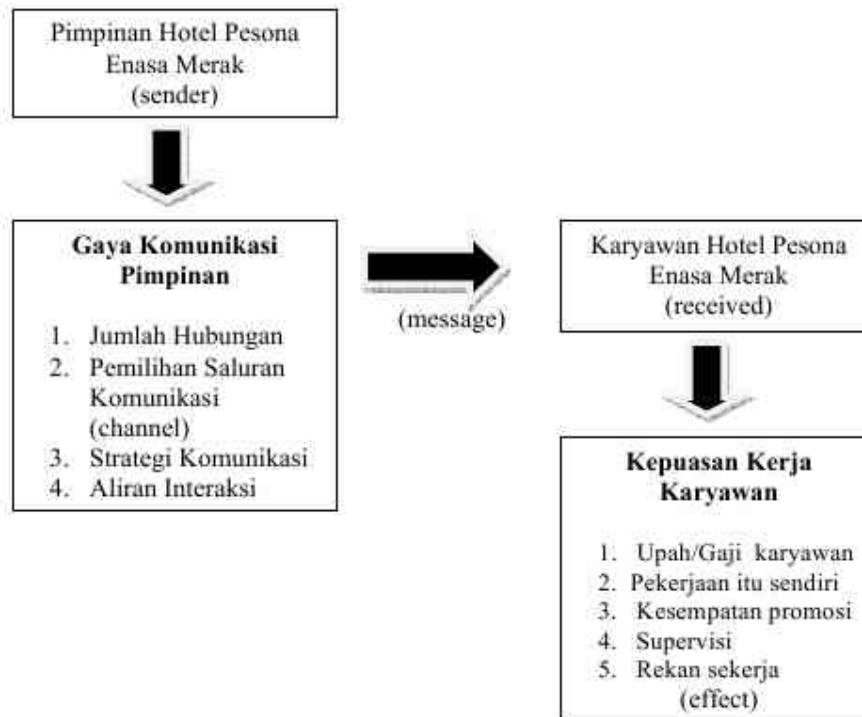
Proses ini hanya menggambarkan dimensi bagaimana aliran pesan dari pemimpin kepada karyawan khususnya karyawan Hotel Pesona Enasa Merak. Dan pada akhirnya memperoleh efek berupa kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.

#### 2.1.4 Teori Pertukaran Sosial

Teori Pertukaran Sosial memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang memenuhi kebutuhannya. Thibaut dan Kelley, pemuka utama dari teori ini menyimpulkan teori ini sebagai berikut: *"Asumsi dasar yang mendasari seluruh analisis kami adalah bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya"*. Berdasarkan teori ini, kita masuk ke dalam hubungan pertukaran dengan orang lain karena dari padanya kita memperoleh imbalan. Dengan kata lain hubungan pertukaran dengan orang lain akan menghasilkan suatu imbalan bagi kita. Teori pertukaran sosial pun melihat antara perilaku dengan lingkungan terdapat hubungan

yang saling mempengaruhi (*reciprocal*). Karena lingkungan kita umumnya terdiri atas orang-orang lain, maka kita dan orang-orang lain tersebut dipandang mempunyai perilaku yang saling mempengaruhi. Dalam hubungan tersebut terdapat unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*) dan keuntungan (*profit*). Imbalan merupakan segala hal yang diperoleh melalui adanya pengorbanan, pengorbanan merupakan semua hal yang dihindarkan, dan keuntungan adalah imbalan dikurangi oleh pengorbanan. Jadi perilaku sosial terdiri atas pertukaran paling sedikit antar dua orang berdasarkan perhitungan untung-rugi.

### 2.3 Kerangka Pemikiran



Setiap perusahaan memiliki seorang pemimpin atau manager yang mempunyai tugas mengatur dan mengarahkan karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan. Untuk itu pemimpin perusahaan melakukan komunikasi – komunikasi kepada karyawannya dengan gaya komunikasi pemimpin.

Untuk mencapai tujuan perusahaan pemimpin harus bias mempengaruhi karyawannya untuk mendukung strategi pemimpin. Pemimpin sebagai sumber pesan (sender) mengirimkan pesan (message) melalui gaya komunikasi (channel) kepada karyawannya (received) dengan maksud untuk mengetahui dan meningkatkan kepuasan kerja karyawan (effect).

Gaya komunikasi pemimpin itu dipengaruhi oleh empat unsur. Pertama adalah Jumlah Hubungan yaitu pendekatan yang sering kepada bawahannya. Semakin seringnya pemimpin melakukan hubungan atau komunikasi kepada bawahannya maka harapan pemimpin dan keinginan karyawan akan bertemu.

Kedua adalah saluran komunikasi yaitu bagaimana pemimpin melakukan komunikasi kepada karyawan berupa bahasa lisan atau tulisan.

Ketiga adalah strategi komunikasi, yaitu seorang pemimpin menggunakan komunikasi secara langsung bertatap muka ataupun tidak langsung, memakai media seperti surat dsb.

Keempat adalah aliran komunikasi, yaitu pemimpin yang otoriter yang menggunakan aliran komunikasi satu arah, atau pemimpin yang senang mendengarkan komunikasi dari karyawan menggunakan komunikasi dua arah.

Keempat situasi itu mempengaruhi gaya komunikasi pemimpin kepada bawahannya. Ketika komunikasi itu disampaikan kepada karyawan, dan karyawan memahami apa yang diinginkan oleh pemimpinnya, maka karyawan akan melakukan hal yang diperintahkan pemimpinnya.

Ketika komunikasi di fahami dan dikerjakan secara maksimal, maka pemimpin akan mengerti kebutuhan dan keinginan bawahannya. Sehingga pemimpin akan memberikan upah/gaji yang sesuai dengan kemampuan kerjanya. Selain itu pemimpin akan memberikan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian bawahannya. Selanjutnya ketika pekerjaan itu dengan baik dilaksanakan maka, karyawan akan memperoleh promosi dari pemimpin. Disamping itu pemimpin akan menjadi pendamping dan memberikan arahan lanjutan dan ditempatkan pada teman sekerja yang sesuai dengan emosi dan keahliannya.

## 2.4 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 2.1**  
**Operasional Variabel**

| Variabel                     | Sub Variabel   | Indikator  | No. Pertanyaan  |
|------------------------------|--|--|---|
| 1                            | 2  | 3  | 4   |
| Gaya Komunikasi Pemimpin (x) | Jumlah Hubungan  | Seringnya pimpinan berkomunikasi dengan bawahan  | 1   |
|                              |  | Saluran Komunikasi   | Pemimpin menggunakan Komunikasi Menggunakan Lisan ke bawahan              |
|                              | Pemimpin menggunakan Komunikasi Menggunakan Tulisan kepada bawahan |  | 3   |
|                              | Strategi Komunikasi  |  | Pemimpin menggunakan Komunikasi Secara langsung untuk memberikan intruksi |
|                              |  | Pemimpin menggunakan Komunikasi secara tidak Langsung untuk memberikan arahan/intruksi | 5   |
|                              | Aliran Interaksi   | pemimpin dengan Komunikasi satu arah   | 6   |
|                              |  | Pemimpin dengan Komunikasi Dua Arah  | 7   |
| Kepuasan Kerja Karyawan (y)  | Upah/ Gaji Karyawan  | Karyawan mendapatkan gaji sesuai dengan aturan dan kinerja                             | 8   |
|                              | Jenis Pekerjaan  | Pekerjaan/tugas yang diberikan oleh pimpinan menyenangkan                              | 9   |
|                              | Kesempatan Promosi   | Karyawan diberikan kesempatan untuk naik jabatan                                       | 10  |

|  |             |   |    |
|--|-------------|---|----|
|  | Supervisi   | Karyawan diberikan bantuan teknis maupun non teknis oleh pemimpin | 11 |
|  | Rekan Kerja | Situasi saling mendukung antar karyawan                           | 12 |

## 2.5 Hipotesis

Setelah melakukan telaah dengan mengemukakan kerangka pemikiran, maka dapat diketengahkan hipotesis umum dari penelitian ini, yaitu:

“Ada pengaruh antara pemimpin dan bawahan terhadap perubahan Gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak”.

Hipotesis ini dibuat kriteria penolakan:

$H_0$  = Artinya tidak terdapat hubungan antara Gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.

$H_1$  = Artinya terdapat hubungan antara kegiatan Gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian korelasi melihat atau menjelaskan hubungan antara variabel. Dua atau lebih variabel dilihat untuk menggambarkan apakah terjadi hubungan antara Variabel tersebut tanpa mencoba mengubah atau mengadakan perlakuan terhadap variabel-variabel tersebut. Jenis penelitian ini tidak bisa melihat sebab akibat atau pengaruh karena perubahan variabel kedua belum tentu hanya disebabkan oleh variabel pertama, mungkin masih ada faktor-faktor lain yang merupakan penyebab. Dalam hal ini yang dapat dikatakan adalah bahwa setiap kali variabel pertama berubah, maka variabel kedua juga bisa ikut berubah.

Menurut jalaludin rakhmat metode korelasi bertujuan meneliti sejauh mana variasi suatu faktor berkaitan dengan faktor lain (Rakhmat, 2005:27)

#### **3.2 Populasi dan Sample**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan kumpulan elemen-elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama yang dipilih menjadi anggota sample (Umar,2003:104). Menurut Sugiono (2003:55), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objekatau subjek yang

mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut bukan hanya orang, tetapi juga benda – benda alam yang lain. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek.

Populasi dari penelitian ini adalah karyawan Hotel Pesona Enasa Merak yang berjumlah 110

### 3.2.2 Sampel

Sampel menurut Sugiono (2003:56) adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis tidak mengambil sampel melainkan sensus, yaitu semua populasi diteliti. Hal ini dilakukan untuk mendapat presisi/keakuratan yang tinggi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rancangan sampel yaitu *probability Sampling*, dengan teknik sampling accidental sampling, yaitu teknik sampling dengan memilih siapa saja yang dianggap mampu menjadi responden.

Berdasarkan Jumlah karyawan Hotel Pesona Enasa Merak yang tercatat dan terdaftar adalah 110 orang pada tahun 2011. berdasarkan Rumus Slovin maka kelayakan yang akan digunakan oleh peneliti adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{110}{1 + 110(0,1)^2}$$

$$sn = \frac{110}{1 + 1,10}$$

$$n = \frac{110}{2,10}$$



$$n = 52$$

jadi, sample dalam penelitian ini sebanyak 52 orang.

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Presisi/ batas ketelitian / nilai Kritis (presisi yang diinginkan adalah 10%, dengan tingkat ketelitian 90%) (Umar, 2000:94)

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

#### 3.3.1 Kuisisioner

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dengan membagikan kuisisioner kepada karyawan Hotel Pesona Enasa Merak dengan jumlah yang telah ditentukan.

### 3.4 Analisis Data

Untuk mengetahui adanya pengaruh antara dua variable, yaitu antara variable X (Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin) terhadap Variabel Y (Kepuasan Kerja) pada karyawan Hotel Pesona Enasa Merak, analisis yang digunakan adalah analisis *product moment correlation*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Untuk mengetahui tinggi dan rendahnya korelasi antara variable X dan variabel Y maka dapat dilihat pada table interpretasi nilai r. dengan melihat table tersebut dapat diketahui hasil perhitungan korelasi masuk dalam kategori jawaban yang sama.

#### Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interval Koevisien | Tingkat Hubungan                   |
|--------------------|------------------------------------|
| Kurang - 0,20      | Hubungan Rendah Sekali             |
| 0,20 – 0,40        | Hubungan Rendah Tapi Pasti         |
| 0,40 – 0,70        | Hubungan Cukup Berarti             |
| Lebih dari 0,90    | Hubungan Kuat dan dapat diandalkan |

Guilford dalam Rakhmat (Rakhmat, 2005:9)

Setelah diperoleh ada berapa besar nilai koefisien korelasi product moment, maka selanjutnya adalah membuktikan berapa besar hubungan Kegiatan Family Gathering terhadap motivasi kerja karyawan diuji dengan menggunakan koefisien determinasi(Kd) dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Product Moment

### 3.5 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan oleh peneliti pada bab II, tahap pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara hasil perhitungan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{table}$  dengan ketentuan :

#### 1. Hipotesis Statistik

- a.  $H_0 : \rho = 0$ , berarti tidak terdapat hubungan antara kegiatan family gathering terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.
- b.  $H_a : \rho \neq 0$ , berarti terdapat hubungan antara Gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.

#### 2. Rumusan $t_{hitung}$ dengan $t_{table}$

- a. Untuk mencari  $t_{hitung}$  rumus yang digunakan adalah

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

- b. Dengan menggunakan angka signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 dan derajat kebebasan (dk)  $n-2$

#### 3. Kriteria Penerimaan Hipotesis

- a. Jika terhitung  $> t_{table}$  berarti hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima, artinya terdapat hubungan antara kegiatan Gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.

- b. Jika terhitung  $< t$  table berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, artinya tidak terdapat hubungan antara kegiatan Gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak.

### **3.6 Validitas Reabilitas**

Reliabilitas dan validitas merupakan isu central dalam hal penelitian. Reliabilitas dan validitas ingin didapatkan untuk membangun kredibilitas, kebenaran, dan penemuan atas penelitian yang dapat dipercaya. Jika reliabilitas dan validitas tidak diketahui, maka akibatnya menjadi fatal dalam memberikan kesimpulan ataupun dalam memberikan alasan terhadap hubungan-hubungan antar variabel. Bahkan secara luas, reliabilitas dan validitas mencakup mutu seluruh proses pengumpulan data sejak konsep disiapkan sampai kepada data siap untuk dianalisa.

#### **3.6.1 Validitas**

Validitas mempersoalkan apakah peneliti benar-benar mengukur apa yang diukur. Pada setiap penelitian, alat ukur yang dibuat harus dapat mengukur variabel yang memang dimaksudkan untuk diukur. Bukan variabel lain. Dengan demikian suatu alat ukur disebut valid bila skala pengukuran tersebut ampuh mengukur dengan baik apa yang memang dimaksudkan untuk diukur. Hal ini dikarenakan kita sebagai peneliti tidak mengukur obyek melainkan mengukur sifat-sifat obyek. (Rakhmat, 2001:18). Namun demikian, sepenuhnya harus disadari bahwa validitas adalah sesuatu yang bersifat ideal. Artinya, tidak mungkin bisa dicapai validitas absolut karena hal ini berkaitan dengan

kesenjangan antara konsep yang bersifat abstrak dengan indikator atau alat ukur yang bersifat konkrit.

Nilai validitas biasa dicari dengan menggunakan analisa faktor yang tujuannya adalah untuk mengetahui apakah suatu alat yang digunakan untuk mengukur satu dimensi memang tepat berada dalam satu kelompok dan menjelaskan dimensi tersebut. Dalam analisa faktor akan diperoleh nilai KMO (*Kaiser-Maier Olkin*) yang menunjukkan apakah terhadap variabel yang diukur dapat dilakukan analisa faktor. Bila nilai KMO di atas atau sama dengan 0.5 dengan signifikansi kurang dari 0.05 maka terhadap variabel tersebut dapat dilakukan analisa selanjutnya sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, jenis validitas yang berkenaan dengan masalah penelitian adalah validitas isi dan validitas konstruk.

a. Validitas isi

Validitas isi mempersoalkan apakah isi dari suatu alat ukur (bahannya, topiknya, substannya) cukup representatif. Validitas isi dipandu oleh pertanyaan: "apakah isi atau substansi dari alat ukur ini merupakan representatif dari isi atau suatu isi universal dari sifat-sifat yang ingin diukur?" Validitas isi secara mendasar adalah merupakan suatu pendapat, baik pendapat sendiri ataupun pendapat beberapa orang lain. Tiap-tiap item atau soal dalam ujian perlu dipelajari secara seksama, dan kemudian dipertimbangkan tentang representatif tidaknya isi yang akan diuji.

b. Validitas konstruk

Konstrak adalah suatu abstraksi dan generalisasi khusus dan merupakan suatu konsep yang diciptakan khusus kebutuhan ilmiah dan mempunyai pengertian terbatas. Konstrak tersebut diberi definisi sehingga dapat diamati dan diukur. Dalam membahas validitas konstrak, maka yang pertama-tama dikerjakan oleh seorang peneliti adalah menganalisa unsur-unsur apa yang menjadi bagian dari konstrak tersebut. Kemudian dilihat isi dan makna dari komponen-komponen tersebut, serta alat ukur yang digunakan untuk mengukur konstrak tersebut. Dengan perkataan lain, peneliti ingin mengetahui sifat-sifat apakah yang dapat menerangkan variance dari alat ukur atau tes tersebut.

### 3.6.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya merupakan alat pengujian untuk menunjukkan sejauh mana konsistensi hasil pengukuran apabila penelitian yang sama diulang dua kali atau lebih. Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya atau berkaitan erat dengan keterandalan suatu indikator. (Rakhmat, 2001:17). Dengan kata lain, informasi yang ditunjukkan oleh indikator tidak berubah-ubah karena karakter indikator itu sendiri. Karenanya, hasil uji reliabilitas bisa dikatakan sebagai indeks keterandalan suatu alat ukur.

Penelitian ini akan menggunakan uji reliabilitas *alpha cronbach* yang pada hakekatnya merupakan rata-rata dari semua koefisien korelasi yang mungkin dibuat dari suatu alat ukur. Reliabilitas alat ukur yang digunakan dapat dilihat dari nilai alpha yang diperoleh. Standar nilai alpha yang digunakan adalah 0.5. Artinya, bila hasil uji reliabilitas bernilai di atas atau sama dengan 0.5 maka variabel yang dimaksud reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur dalam

penelitian ini. Begitu pula sebaliknya, bila nilai alpha di bawah 0.5 maka dapat dikatakan bahwa alat ukur yang dibuat tidak reliabel. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Pengertian reliabilitas dapat lebih mudah dipikirkan jika pertanyaan berikut dijawab: (Nazir, 1988:161).

1. Jika set objek yang sama diukur berkali-kali dengan alat ukur yang sama, apakah kita akan memperoleh hasil yang sama?
2. Apakah ukuran yang diperoleh dengan menggunakan alat ukuran tertentu adalah ukuran yang sebenarnya dari objek tersebut?
3. Berapa besar error yang diperoleh dengan menggunakan ukuran tersebut terhadap objek?

Jawaban terhadap pertanyaan tersebut merupakan 3 aspek pengertian tentang reliabilitas. Suatu alat ukur disebut mempunyai reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur itu mantap, dalam pengertian bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat diramalkan (*predictability*). Suatu alat ukur yang mantap tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat diandalkan karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa.

Pertanyaan kedua memberi aspek ketetapan atau akurasi. Suatu pertanyaan atau ukuran yang akurat adalah ukuran yang cocok dengan yang ingin diukur. Jika kedua aspek tersebut yaitu aspek stabilitas dan aspek akurasi digabungkan, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut mantap dan dapat mengukur secara cermat dan tepat. Suatu alat ukur harus demikian sifatnya sehingga error yang terjadi dapat ditolerir.





## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

Hotel Pesona Enasa Merak merupakan hotel bintang tiga yang memiliki standar bintang empat.

Nama : Hotel Pesona Enasa Merak

Alamat : Jl. Gerem Raya No.78 samping pintu tol Merak Jakarta

Telepon/Fax : (0254) 573614/9146111 - 573614

Jumlah Kamar : 161 Rooms

Hotel Pesona Enasa merupakan hotel yang strategis karena letaknya yang dekat dari pusat kota Cilegon dan tempat-tempat wisata di daerah Merak.

##### **4.1.1. Misi dan Visi**

###### **a. Misi Hotel Pesona Enasa Merak**

Hotel Pesona Enasa Merak memiliki misi yang bertitik tolak pada kondisi dan potensi yang dimiliki, yaitu sebagai berikut:

- Ikut Berperan serta dalam pengembangan dan peningkatan industri pariwisata dengan menyediakan akomodasi perhotelan.

- Menyediakan promosi hotel dengan memberikan atau menawarkan dengan harga terjangkau, mutu pelayanan yang baik dan fasilitas yang lengkap tentunya akan menarik minat bagi para pengunjung.
- Mengembangkan diri dalam bisnis perhotelan yang kian berkembang.
- Memperhatikan citra sebagai hotel yang memiliki standar yang tinggi dengan mutu pelayanan yang lengkap dan penuh.

**b. Visi Hotel Pesona Enasa Merak**

Berdasarkan misi yang dimiliki Hotel Pesona Enasa Merak maka visi Hotel Pesona Enasa Merak, yaitu sebagai berikut :

- Melibatkan semua pihak yang terkait dalam melaksanakan dan mewujudkan misi Hotel Pesona Enasa Merak.
- Meningkatkan SDM yang memiliki peranan yang sangat penting dalam operasional dan merupakan faktor utama keberhasilan misi Hotel Pesona Enasa Merak.
- Menjalinkan kerjasama dengan instansi atau organisasi lain yang saling mendukung dan saling menguntungkan dalam rangka meningkatkan kelancaran operasional hotel.
- Memberikan kepuasan lebih bagi para tamu sehingga merasa nyaman dan senang tinggal di Hotel Pesona Enasa Merak.
- Memperhatikan dan meningkatkan kesejahteraan karyawan dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan bagi tamu.

**c. Motto *It's the Extra Care That Count's***

- Arti dan Maksud

*It's the Extra Care That Count's* adalah simbol dari Quality Hotel Indonesia termasuk Hotel Pesona Enasa Merak. Istilah *extra care* disini dapat diartikan secara luas adalah pelayanan profesional.

Dalam mencapai *extra*, kita tidak melakukannya sendiri tanpa kerjasama dengan departemen lain karena dengan kerjasama yang terjalin dengan baik akan benar-benar dapat memberikan pelayanan yang lebih extra bagi setiap tamu di Hotel Pesona Enasa Merak.

- Implikasi dan Aplikasi

Pelayanan yang *extra care* akan membawa tamu hotel pada kepuasan dan ketahanan untuk tetap tinggal menjadi pelanggan yang setia. Oleh sebab itu maka setiap staff maupun karyawan Hotel Pesona Enasa Merak harus memiliki rasa tanggung jawab yang besar dalam meningkatkan mutu pelayanan.

Namun pada kenyataannya masih ada karyawan yang belum memahami dan menerapkan motto ini pada sistem kerja mereka, sehingga menghambat operasional dalam bekerja karena kualitas dan

kuantitas mutu pelayanan yang buruk akan berpengaruh pada *profit* yang akan didapat oleh hotel.

#### **4.1.2. Fasilitas – Fasilitas Hotel Pesona Enasa Merak**

Dalam operasionalnya Hotel Pesona Enasa Merak memiliki 8 lantai termasuk lantai *basement* dan mempunyai fasilitas yang dipergunakan oleh tamu dari dalam hotel maupun dari luar hotel, fasilitasnya antara lain:

##### **a. Room**

Jumlah kamar yang tersedia sebanyak 161 kamar terdiri dari :

- *Standart Room* : 5 Rooms
- *Deluxe Room* : 120 Rooms
- *Executive Room* : 25 Rooms
- *Studio Suite* : 2 Rooms
- *Honey Moon Suite* : 2 Rooms
- *Junior Suite* : 2 Rooms
- *Executive Suite I* : 2 Rooms
- *Executive Suite II* : 2 Rooms

Adapun masing-masing kamar dilengkapi dengan telepon sambungan langsung internasional, saluran TV satelit dan radio, Video, CD, LD, *Air Conditioner* (AC), Mini Bar, alat pembuat kopi maupun teh (*Tea dan Coffe Maker*), *bathtub/shower* dan *hairdryer*.

**b. Lobby**

Ruangan untuk tamu yang biasanya berada dilantai dasar, tamu dapat beristirahat sejenak setelah melakukan perjalanan jauh sambil melakukan pendaftaran diri untuk menginap di hotel dengan disajikan *welcome drink*.

**c. Restaurant dan Bar**

Hotel Pesona Enasa Merak memiliki 3 *restaurant* dan 1 Pub yang menyediakan makanan Indonesia, makanan Barat, *Chinese* dan *Japanese Food*.

**d. Meeting Room (Ruang Pertemuan)**

Hotel Pesona Enasa Merak memiliki 10 *Meeting Room* dan 2 tempat *Gazebo* terbuka. Ruangan ini dipergunakan bagi tamu yang ibgin menyelenggarakan seminar, lokakarya, *table manner*, pesta perkawinan, ulang tahun dan lain-lain. Masing-masing ruangan dilengkapi dengan fasilitas *over head projector*, video dan televisi, *slide projector*, *flip chart* dan *table mix* serta *sound system*.

**e. Room Service**

Tamu dapat memesan makanan dan minuman yang kemudian langsung diantar ke kamar tamu yang bersangkutan selama 24 jam.

**f. Business Centre**

Terletak di area *lobby* buka setiap hari jam 08.00–17.00 WIB. Fasilitas ini berguna melayani telepon, *faximile*, *photocopy*, pengetikan *computer*, *e-mail* dan internet.

**g. Drug Store**

Terletak dilantai dasar, menyediakan obat-obatan, majalah, buku-buku bacaan dan cinderamata lainnya. Buka setiap hari jam 08.00-21.00 WIB.

**h. Safe Deposit Boxes**

Menyediakan tempat penyimpanan barang-barang berharga milik tamu.

**i. Daily Laundry and Dry Cleaning Service**

Disamping melakukan pencucian linen untuk keperluan hotel, pihak hotel juga melayani pencucian pakaian untuk tamu yang menginap di hotel dan luar hotel.

**j. Doctor 24 jam**

Menyediakan jasa dokter selama 24 jam.

**k. Valet and Self Parking Facilities**

Menyediakan tempat parkir yang luas dan mampu menampung mobil tamu sekitar 60 kendaraan.

***l. Limousine or Car Rental***

Menyediakan mobil mewah dan jenis mobil lain yang diinginkan tamu untuk disewa.

***m. Outdoor Swimming Pool***

Terletak dilantai 1 berdekatan dengan restourant dan sekitarnya dilengkapi dengan taman bermain anak-anak.

***n. Souvenir Shop***

Di lobby dapat ditemui berbagai macam kerajinan

***o. Warm Spa dan Fitness Centre***

Menyediakan sarana olahraga dan pijat tradisional bagi tamu luar maupun tamu dari hotel.

***p. Children's Play Group******q. Table Tennis******r. Mini Golf Driving Range and Putting******s. Multi Lingual Hotel Staff***

Staff yang mengetahui beberapa bahasa asing

***t. Biro Perjalanan***

Terletak dilantai dua, buka dari Senin hingga Sabtu jam 08.00-17.00 WIB.

**u. Money Changer**

Tempat penukaran uang bagi tamu hotel maupun luar hotel.

Selain fasilitas yang diperuntukkan bagi para tamu, Hotel Pesona Enasa Merak juga menyediakan sarana yang mendukung motivasi kerja karyawan antara lain :

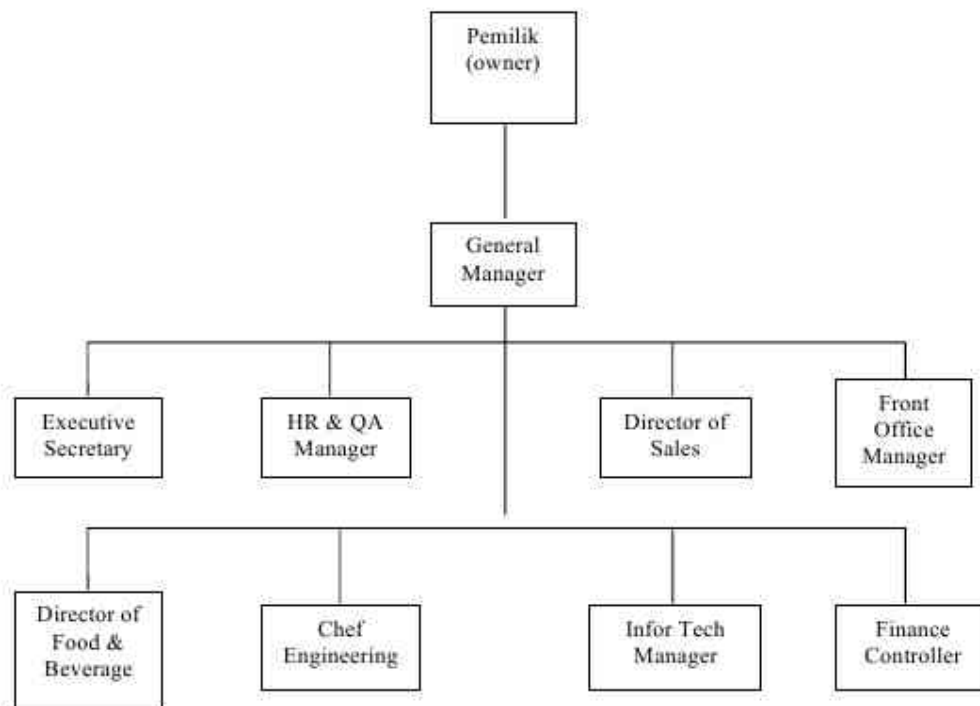
- Tempat ibadah / Mushola
- Ruang ganti pakaian beserta locker
- Seragam untuk kerja
- Ruang makan bagi karyawan
- Program olahraga

**4.1.3. Struktur Organisasi Hotel Pesona Enasa Merak**

Struktur organisasi Hotel Pesona Enasa Merak menyebutkan bahwa tiap-tiap atasan mempunyai bawahan tertentu yang bertanggung jawab kepada atasan dan dijalankan berdasarkan garis komando. Seluruh wewenang dan kekuasaan berasal dari atas yang kemudian mengatur ke bagian-bagian bawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggung jawab penuh pada bagian-bagian di atasnya.



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**  
**Hotel Pesona Enasa Merak**



Sumber : Hotel Pesona Enasa Merak

#### 4.1.4 Volume Operasional Penjualan

Volume operasional penjualan yang didapatkan oleh Hotel Pesona Enasa Merak atas dasar Rupiah adalah sebagai berikut:

##### - **Volume Operasional Penjualan pada Kamar Hotel**

Jenis kamar yang ditawarkan pada Hotel Pesona Enasa Merak ada sembilan jenis yaitu:

**Tabel 4.1**  
**Tabel Volume Operasional Penjualan Kamar Hotel**

| <b>Jenis Kamar</b>  | <b>Unit Yang Tersedia</b> | <b>Harga Per 1 Oktober 2008</b> |
|---------------------|---------------------------|---------------------------------|
| Standart Room       | 5                         | Rp250,000.00                    |
| Deluxe Room         | 120                       | Rp350,000.00                    |
| Executive Room      | 25                        | Rp450,000.00                    |
| Studio Suite        | 2                         | Rp600,000.00                    |
| Honey Moon Suite    | 2                         | Rp700,000.00                    |
| Junior Suite        | 2                         | Rp800,000.00                    |
| Executive Suite I   | 2                         | Rp1,000,000.00                  |
| Executive Suite II  | 2                         | Rp1,200,000.00                  |
| Executive Suite III | 1                         | Rp1,500,000.00                  |
| <b>Total Kamar</b>  | <b>161</b>                |                                 |

**Tabel 4.2**

- **Volume Operasional Penjualan pada *Restaurant dan Bar***

Ada tiga macam *Restaurant* dan satu *Pub* yang menjadi fasilitas bagi tamu-tamu yang menginap dan pengunjung yang lain yaitu:

| <b>Nama</b>  | <b>Kapasitas/<br/>Pax</b> | <b>Jam Buka</b>    | <b>Lokasi</b> |
|--|---------------------------|--------------------|---------------|
| Kakaktua Family Restaurant                                 | 75 pax                    | 06.00am - 11.30pm  | Lobby         |
| Serayu Chinese Restaurant (Cantonese dan Szhecuan Cuisine) | 102 pax                   | 06.00am - 02.30pm  | Lobby         |
| Tappanyaki Japanese Corner                                 | 40 pax                    | 06.00am - 10.00pm  | Lobby         |
| The PUB  | 100 pax                   | 09.00am - midnight | Lobby         |

**Tabel 4.3****- Volume Operasional Penjualan pada Meeting Room (Ruang Pertemuan)**

Hotel Pesona Enasa Merak memiliki 10 *Meeting Room* dan 2 tempat

*Gazebo* terbuka, yaitu:

| <b>Nama</b>          | <b>Kapasitas/<br/>Pax</b> | <b>Lokasi</b> |
|----------------------|---------------------------|---------------|
| Kalasan Ball Room    | 500 pax                   | Basement      |
| Kalasan Ball Room I  | 240 pax                   | Basement      |
| Kalasan Ball Room II | 240 pax                   | Basement      |
| Boko                 | 50 pax                    | Lantai 2      |
| Plaosan              | 50 pax                    | Lantai 2      |
| Sambisari            | 100 pax                   | Lantai 2      |
| Sambisari I          | 60 pax                    | Lantai 2      |
| Sambisari II         | 40 pax                    | Lantai 2      |
| Sewu Bood Room       | 25 pax                    | Lantai 2      |
| Outdoor Gazebo       | 30 pax                    | Lantai 4      |
| Poolside             | 350 pax                   | Lantai 1      |

**Tabel 4.4****- Volume Operasional Penjualan lainnya**

Selain dari kegiatan penjualan kamar, restaurant dan meeting room ada

beberapa jenis penjualan dari Hotel Pesona Enasa Merak, yaitu:

| <b>Nama</b>                          | <b>Jam Buka</b>  | <b>Lokasi</b> |
|--------------------------------------|------------------|---------------|
| Business Centre                      | 08.00am-17.00pm  | Lobby         |
| Drug Store                           | 08.00am -21.00pm | Basement      |
| Daily Loundry & Dry Cleaning Service | -                | -             |
| Representative                       | -                | Lobby         |
| Shuttle Service                      | -                | Lobby         |
| Car Rental                           | -                | Lobby         |
| Outdoor Swimming Pool                | 05.00am-20.00pm  | Lantai 1      |

|                      |                 |          |
|----------------------|-----------------|----------|
| Fitness Centre & Spa | 05.00am-21.00pm | Basement |
| Money Changer        | 08.00am-17.00pm | Lobby    |
| Baby Sitting Service | -               | Lobby    |
| Biro Perjalanan      | 08.00am-17.00pm | Lantai 2 |
| Lain-lain            | -               | -        |

#### 4.2 Deskripsi Data

Pada Era komunikasi dan Informasi memaksa manusia untuk mampu menguasai teknologi komunikasi dan informasi. Karena dengan menguasai teknologi informasi dan komunikasi seseorang akan mendapatkan informasi dan komunikasi lebih cepat dan akurat.

Untuk meningkatkan kinerja pegawai, pemimpin perusahaan harus mampu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan karyawannya. Untuk itu tingkat kepuasan karyawan dianggap penting demi berjalannya roda perusahaan yang baik.

Hotel Pesona Enasa Merak, adalah salah satu hotel yang mempunyai fasilitas lengkap dengan harga yang terjangkau. Hotel Pesona Enasa Merak memiliki jumlah 110 karyawan terampil dan berpengalaman. Hal tersebut hotel pesona enasa merak adalah salah satu hotel yang paling banyak di kunjungi di daerah merak.

Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik sekali untuk meneliti gaya komunikasi pemimpin Hotel Pesona Enasa Merak dan tingkat kepuasan karyawannya.

Dengan Menggunakan metode non probability sampling dengan teknik Purposive sampling, sehingga peneliti dapat menentukan siapa yang dijadikan sample. Melalui perhitungan slovin, maka untuk penelitian ini didapatkan jumlah

sample sebanyak 52 orang untuk diteliti. Melalui kuisisioner yang telah di sediakan sebagai alat untuk mengukur dan memperoleh gambaran dari sample yang telah di tentukan.

Data pokok dari kegiatan ini akan di ukur dan di hitung dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yang sebelumnya sudah ditentukan berdasarkan alternative jawaban pada kuisisioner yang mengarah pada jawaban sejauh mana pengaruh gaya komunikasi pemimpin terhadap tingkat kepuasan kerja karyawan.

#### 4.3 Data Penelitian

**Tabel 4.5**

**Tanggapan Responden Terhadap Seringnya pimpinan berkomunikasi dengan bawahan**

| Kategori Jawaban    | Frequensi | Prosentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 20        | 50             |
| Setuju              | 11        | 15             |
| Kurang Setuju       | 16        | 20             |
| Tidak Setuju        | 2         | 10             |
| Sangat Tidak Setuju | 3         | 5              |
| <b>TOTAL</b>        | 52        | 100 %          |

Sumber : Diolah dari angket no 1

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap seringnya pemimpin berkomunikasi dengan bawahan. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin berkomunikasi dengan bawahannya yaitu sebanyak 20 orang responden atau 50%.

**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin menggunakan Komunikasi Menggunakan Lisan ke bawahan**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frequensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 25               | 55                    |
| Setuju                  | 13               | 20                    |
| Kurang Setuju           | 10               | 15                    |
| Tidak Setuju            | 2                | 5                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 2                | 5                     |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 2**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pemimpin menggunakan komunikasi lisan ke bawahannya. Hal ini dapat dilihat dari dominasi

hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin menggunakan komunikasi lisan ke bawahan yaitu sebanyak 25 orang responden atau 55%.

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin menggunakan Komunikasi Menggunakan Tulisan kepada bawahan**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frequensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 22               | 60                    |
| Setuju                  | 14               | 15                    |
| Kurang Setuju           | 14               | 15                    |
| Tidak Setuju            | 0                | 0                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 2                | 10                    |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 3**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pemimpin menggunakan komunikasi tulisan kepada bawahan. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin menggunakan komunikasi tulisan kepada bawahannya yaitu sebanyak 22 orang responden atau 60%.

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin menggunakan Komunikasi Secara**  
**langsung untuk memberikan intruksi**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 22               | 52                    |
| Setuju                  | 16               | 33                    |
| Kurang Setuju           | 13               | 10                    |
| Tidak Setuju            | 0                | 0                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 1                | 5                     |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 4**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pemimpin menggunakan komunikasi secara langsung untuk memberikan instruksi. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin menggunakan komunikasi secara langsung untuk memberikan instruksi yaitu sebanyak 22 orang responden atau 52%.



**Tabel 4.9**

**Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin menggunakan Komunikasi secara tidak Langsung untuk memberikan arahan/intruksi**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 31               | 71                    |
| Setuju                  | 11               | 14                    |
| Kurang Setuju           | 10               | 15                    |
| Tidak Setuju            | 0                | 0                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 0                | 0                     |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 5**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pemimpin menggunakan komunikasi secara tidak langsung untuk memberikan instruksi. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin menggunakan komunikasi secara langsung untuk memberikan arahan yaitu sebanyak 31 orang responden atau 71%.

**Tabel 4.10****Tanggapan Responden Terhadap pemimpin dengan Komunikasi satu arah**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 27               | 52                    |
| Setuju                  | 12               | 31                    |
| Kurang Setuju           | 11               | 15                    |
| Tidak Setuju            | 1                | 1                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 1                | 1                     |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 6**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pemimpin menggunakan komunikasi satu arah . Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin menggunakan komunikasi satu arah yaitu sebanyak 27 orang responden atau 52%.

Tabel 4.11

## Tanggapan Responden Terhadap Pemimpin dengan Komunikasi Dua Arah

| Kategori Jawaban    | Frekuensi | Prosentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 25        | 55             |
| Setuju              | 12        | 20             |
| Kurang Setuju       | 11        | 15             |
| Tidak Setuju        | 2         | 5              |
| Sangat Tidak Setuju | 2         | 5              |
| <b>TOTAL</b>        | 52        | 100            |

Sumber : Diolah dari angket no 7

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pemimpin menggunakan komunikasi dua arah. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering pemimpin menggunakan komunikasi dua arah yaitu sebanyak 25 orang responden atau 55%.

**Tabel 4.12**  
**Tanggapan Responden Terhadap Karyawan mendapatkan gaji sesuai dengan aturan dan kinerja**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 27               | 55                    |
| Setuju                  | 11               | 9                     |
| Kurang Setuju           | 13               | 35                    |
| Tidak Setuju            | 0                | 0                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 1                | 1                     |
| <b>TOTAL</b>            | 52               | 100                   |

**Sumber : Diolah dari angket no 8**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap karyawan mendapatkan gaji sesuai dengan turn dan kinerja. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa sering mendapatkan gaji sesuai dengan aturan dan kinerja yaitu sebanyak 27 orang responden atau 55%.

Tabel 4.13

**Tanggapan Responden Terhadap Pekerjaan/tugas yang diberikan oleh pimpinan menyenangkan**

| Kategori Jawaban    | Frekuensi | Prosentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 24        | 54             |
| Setuju              | 11        | 10             |
| Kurang Setuju       | 16        | 35             |
| Tidak Setuju        | 0         | 0              |
| Sangat Tidak Setuju | 1         | 1              |
| <b>TOTAL</b>        | 52        | 100            |

Sumber : Diolah dari angket no 9

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap pekerjaan atau tugas yang diberikan oleh pemimpin menyenangkan. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa pekerjaan atau tugas yang diberikan oleh pemimpin menyenangkan yaitu sebanyak 24 orang responden atau 54%.

Tabel 4.14

**Tanggapan Responden Terhadap Karyawan diberikan kesempatan untuk naik jabatan**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frequensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 21               | 53                    |
| Setuju                  | 13               | 20                    |
| Kurang Setuju           | 15               | 21                    |
| Tidak Setuju            | 1                | 1                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 2                | 5                     |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 10**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap karyawan diberikan kesempatan untuk naik jabatan. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa karyawan diberikan kesempatan untuk naik jabatan yaitu sebanyak 21 orang responden atau 53%.

Tabel 4.15

**Tanggapan Responden Terhadap Karyawan diberikan bantuan teknis maupun non teknis oleh pemimpin**

| <b>Kategori Jawaban</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Prosentase (%)</b> |
|-------------------------|------------------|-----------------------|
| Sangat Setuju           | 29               | 60                    |
| Setuju                  | 14               | 30                    |
| Kurang Setuju           | 6                | 5                     |
| Tidak Setuju            | 2                | 4                     |
| Sangat Tidak Setuju     | 1                | 1                     |
| <b>TOTAL</b>            | <b>52</b>        | <b>100</b>            |

**Sumber : Diolah dari angket no 11**

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap karyawan diberikan bantuan teknis maupun non teknis oleh pemimpin. Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa karyawan diberikan bantuan teknis maupun non teknis oleh pemimpin yaitu sebanyak 29 orang responden atau 60%.

Tabel 4.16

## Tanggapan Responden Terhadap Situasi saling mendukung antar karyawan

| Kategori Jawaban    | Frekuensi | Prosentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 29        | 50             |
| Setuju              | 14        | 22             |
| Kurang Setuju       | 19        | 28             |
| Tidak Setuju        | 0         | 0              |
| Sangat Tidak Setuju | 0         | 0              |
| <b>TOTAL</b>        | 52        | 100            |

Sumber : Diolah dari angket no 12

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap situasi saling mendukung antar karyawan, Hal ini dapat dilihat dari dominasi hasil jawaban responden pada jawaban bahwa situasi saling mendukung antar karyawan yaitu sebanyak 29 orang responden atau 50%.



Tabel 4.17

**Tabel Perhitungan Korelasi antara gaya komunikasi pemimpin terhadap tingkat kepuasan kerja karyawan**

| No Responden | x  | Y  | x <sup>2</sup> | y <sup>2</sup> | x.y |
|--------------|----|----|----------------|----------------|-----|
| 1            | 31 | 16 | 961            | 256            | 496 |
| 2            | 27 | 20 | 729            | 400            | 540 |
| 3            | 31 | 18 | 961            | 324            | 558 |
| 4            | 30 | 23 | 900            | 529            | 690 |
| 5            | 27 | 21 | 729            | 441            | 567 |
| 6            | 31 | 20 | 961            | 400            | 620 |
| 7            | 29 | 22 | 841            | 484            | 638 |
| 8            | 32 | 24 | 1024           | 576            | 768 |
| 9            | 30 | 20 | 900            | 400            | 600 |
| 10           | 30 | 23 | 900            | 529            | 690 |
| 11           | 30 | 22 | 900            | 484            | 660 |
| 12           | 29 | 23 | 841            | 529            | 667 |
| 13           | 30 | 24 | 900            | 576            | 720 |
| 14           | 34 | 22 | 1156           | 484            | 748 |
| 15           | 27 | 23 | 729            | 529            | 621 |
| 16           | 32 | 20 | 1024           | 400            | 640 |
| 17           | 30 | 23 | 900            | 529            | 690 |
| 18           | 30 | 20 | 900            | 400            | 600 |
| 19           | 32 | 22 | 1024           | 484            | 704 |
| 20           | 28 | 24 | 784            | 576            | 672 |
| 21           | 29 | 21 | 841            | 441            | 609 |
| 22           | 31 | 21 | 961            | 441            | 651 |
| 23           | 22 | 24 | 484            | 576            | 528 |
| 24           | 34 | 19 | 1156           | 361            | 646 |
| 25           | 21 | 22 | 441            | 484            | 462 |
| 26           | 32 | 22 | 1024           | 484            | 704 |
| 27           | 29 | 18 | 841            | 324            | 522 |
| 28           | 25 | 21 | 625            | 441            | 525 |
| 29           | 30 | 19 | 900            | 361            | 570 |
| 30           | 26 | 23 | 676            | 529            | 598 |
| 31           | 25 | 19 | 625            | 361            | 475 |
| 32           | 28 | 20 | 784            | 400            | 560 |

|    |             |             |                |                |                |
|----|-------------|-------------|----------------|----------------|----------------|
| 33 | 29          | 23          | 841            | 529            | 667            |
| 34 | 24          | 19          | 576            | 361            | 456            |
| 35 | 29          | 19          | 841            | 361            | 551            |
| 36 | 30          | 21          | 900            | 441            | 630            |
| 37 | 28          | 22          | 784            | 484            | 616            |
| 38 | 28          | 20          | 784            | 400            | 560            |
| 39 | 31          | 20          | 961            | 400            | 620            |
| 40 | 27          | 22          | 729            | 484            | 594            |
| 41 | 26          | 21          | 676            | 441            | 546            |
| 42 | 33          | 22          | 1089           | 484            | 726            |
| 43 | 29          | 21          | 841            | 441            | 609            |
| 44 | 30          | 21          | 900            | 441            | 630            |
| 45 | 29          | 18          | 841            | 324            | 522            |
| 46 | 26          | 17          | 676            | 289            | 442            |
| 47 | 31          | 22          | 961            | 484            | 682            |
| 48 | 24          | 17          | 576            | 289            | 408            |
| 49 | 27          | 21          | 729            | 441            | 567            |
| 50 | 30          | 21          | 900            | 441            | 630            |
| 51 | 26          | 22          | 676            | 484            | 572            |
| 52 | 27          | 22          | 729            | 484            | 594            |
|    | <b>1496</b> | <b>1090</b> | <b>2238016</b> | <b>1188100</b> | <b>1630640</b> |

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Maka untuk mengetahui bagaimana hubungan antara gaya komunikasi pemimpin terhadap kepuasan kerja karyawan di Hotel Pesona Enasa Merak, data variable dari table diatas dimasukan kedalam rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{\{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{52(1630640) - (1496).(1090)}{\sqrt{\{52(2238016) - (1496)^2\} \{52(1188100) - (1090)^2\}}}$$

$$r = \frac{84793280 - 1630640}{\sqrt{\{116376832 - 2238016\}\{61781200 - 1188100\}}}$$

$$r = \frac{83162640}{\sqrt{\{114138816\}\{60593100\}}}$$

$$r = \frac{83162640}{\sqrt{6916024691769600}}$$

$$r = 0.9$$

Berdasarkan uji koefisien korelasi antara pelayanan antara gaya komunikasi pemimpin (X) dan Tingkat kepuasan kerja karyawan (Y) diperoleh nilai 0,9. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat berarti dan dapat diandalkan.

#### Uji Determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat satu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ). Koefisien ini disebut dengan koefisien penentu, karena varians terjadi pada variable dependen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variable independent. Dalam penelitian ini ditemukan  $r = 0.9$  maka koefisien determinasinya adalah  $r^2 = 0.9^2 = 0.81$  berarti 81% variable kedisiplinannya.

Pengujian signifikan korelasi dalam penelitian ini menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t = r \cdot \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t = 0.9 \sqrt{\frac{52-2}{1-0.81}}$$

$$t = 0.9 \sqrt{\frac{50}{0.19}}$$

$$t = 0.9 \sqrt{263,1579}$$

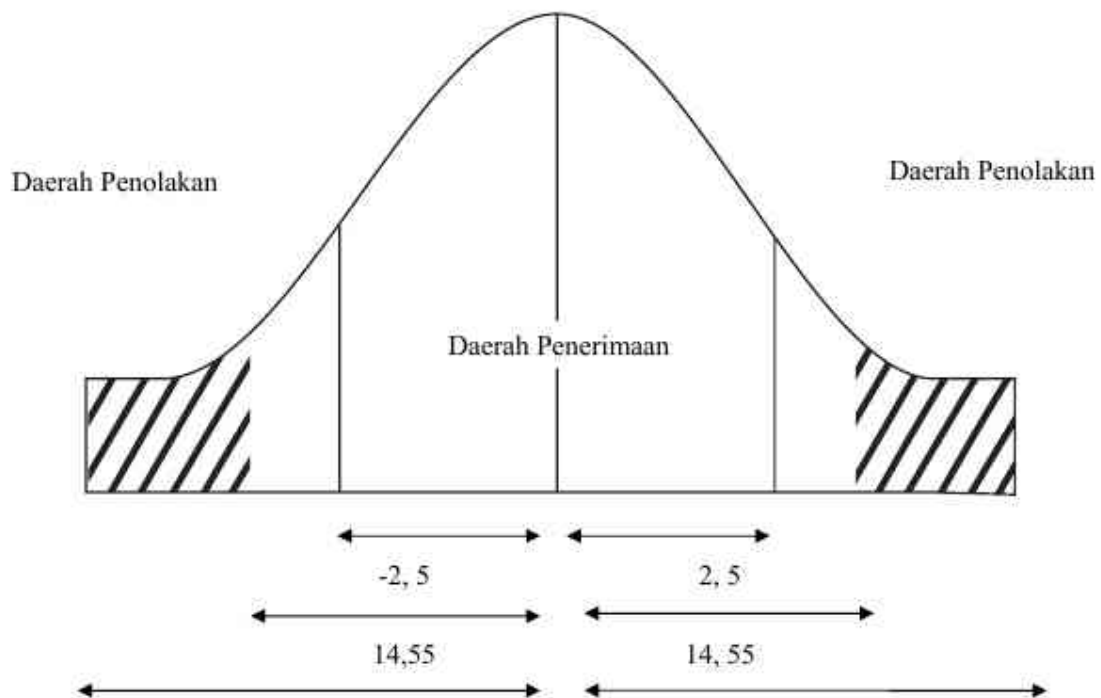
$$t = 0.9 \times 16.222142$$

$$t = 14,559$$

Dari perhitungan diatas didapat t hitung 14,55. Hasil ini menunjukkan hubungan yang erat antara variable x dan variable y. selanjutnya t hitung dibandingkan dengan t table dengan uji kesalahan 5% dan  $(dk) = n - 2$ , = 50 maka diperoleh t table 2,5. Ternyata t hitung lebih besar daripada t table. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif diantara keduanya.

**Gambar 4.2**  
**Pengujian Hipotesis**

Uji Dua Pihak dapat digambarkan seperti gambar berikut ini :



Dalam pengujian hipotesis yang menggunakan uji dua pihak ini berlaku ketentuan, bahwa  $t$  hitung berada pada daerah penerimaan  $H_0$  atau terletak pada table maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak (Prof DR Sugiyono, 2007 : 97)

Dari gambar diatas ternyata  $t$  hitung berada didaerah penolakan  $H_0$  hal ini menyatakan bahwa ada hubungan positif antara keduanya dan  $H_a$  diterima.

Setelah dilakukan uji hipotesis langkah selanjutnya dilakukan pembuktian berapa persen pengaruh gaya komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak. Yaitu dengan cara koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0.81 \times 100\%$$

$$Kd : 81\%$$

Dari perhitungan diatas bahwa dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara gaya komunikasi dan kepuasan kerja karyawan mencapai 81%. Dan ada 19 % factor lain yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Gaya Komunikasi Pemimpin berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja karyawan. Yang berarti bahwa semakin tinggi Gaya Komunikasi Pemimpin maka akan semakin meningkatkan Kepuasan Kerja karyawan. Dengan adanya Gaya Komunikasi yang baik yang dilakukan oleh pemimpin maka karyawan akan merasa nyaman dan akan meningkatkan kepuasan kerja mereka. Maka seorang pemimpin hendaknya dapat berkomunikasi dengan karyawannya dengan baik mengingat komunikasi akan menimbulkan kepuasan. Kepuasan akan menghasilkan sesuatu yang positif sehingga karyawan bergairah dan bersemangat dalam bekerja.
2. Perhitungan pada Bab IV terdapat hubungan yang sangat signifikan dengan prosentase 81% hubungan antara Gaya Komunikasi pemimpin Hotel Pesona Enasa Merak dengan Karyawan Hotel Pesona Enasa Merak

#### **5.2 Saran**

1. Dengan adanya Gaya Komunikasi Pemimpin yang baik pada Hotel Pesona Enasa Merak di harapkan pihak pemimpin hotel tetap

mempertahakannya agar memicu kinerja karyawan Hotel Pesona Enasa Merak .

2. Terkait dengan Gaya Komunikasi Pemimpin, sangat perlu menanamkan cara-cara yang efektif agar lebih meningkatkan kepuasan kerja karyawan
3. Gaya Komunikasi dengan dua arah lebih disukai oleh karyawan , untuk itu lebih ditingkatkan lagi kepekaan pemimpin terhadap karyawan



## DAFTAR PUSTAKA

- Bugin , Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Erlangga
- Mulyana, Deddy, 2011. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya.
- Effendi, Uchjana Onong, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: CV. CITRA Aditya Bakti
- Effendi, Uchjana Onong, 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Uchjana Onong 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Mandar Maju, PT Ghalia Indonesia
- Kriyanto, Rachmat 2007. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenanda Media Grup.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Prakosa, A. 2007. *Pengertian Komunikasi Antar Pribadi*.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Komunikasi Massa*. Bandung: PT. Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu Edisi 1.
- Sugiyono 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Jakarta: Alfabeta
- Supratiknya, A, Dr. 2005. *Tinjauan Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kanisius
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Syarbaini, Syahril, dkk. 2009. *Sosiologi*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Umar, Hussein. 2003. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Walpole, Ronald E. 1997. Pengantar Statistik. Jakarta: Gramedia Pustaka Edisi 3.
- Wiryanto, 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Grasindo