

**HUBUNGAN KEGIATAN *EMPLOYEE RELATIONS*
DENGAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN**

(Survey pada Karyawan PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas



Oleh :
Huril I'In Jannah
080412

**KONSENTRASI HUMAS
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
2012**

ABSTRAK

Huril I'in Jannah, 080412, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Humas, Penelitian "Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Dengan Motivasi Kerja Karyawan (Survey Pada Karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang," Pembimbing I Naniek Afrilla F, M.Si, Pembimbing II Nurprapti W, M.Si.

Kata Kunci : Hubungan Kegiatan *Employee* Dengan Motivasi Kerja Karyawan

Fokus penelitian ini adalah hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kolerasi, dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 33 karyawan tetap, dan untuk menentukan besaran jumlah sampel peneliti menggunakan teknik *Sampling Jenuh*, dimana *Sampling Jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, yaitu 33 karyawan tetap PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model *Two Way Symmetrical*. Teori pada variabel x adalah yang dipaparkan oleh Onong Uchjana Effendi dalam bukunya *Human Relations* dan *Public relations* mengenai kegiatan *employee relations*, dan teori pada variabel y menggunakan teori dari Abraham Maslow, dimana dalam teori ini memiliki 5 dimensi motivasi dalam kerja yakni 5 kebutuhan, yaitu Kebutuhan Fisiologi, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Prestasi, Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja. Dalam mengumpulkan data yaitu dengan cara menyebarkan kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan grafik skala penilaian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebesar 0,842. Angka tersebut berdasarkan koefisien korelasi termasuk kategori hubungan yang sangat kuat. Berdasarkan hasil penelitian mencapai 72,95 persen pada kegiatan *employee relations* dan 72,44 persen pada motivasi kerja karyawan serta grafik skala penilaian hasil penelitian menunjukkan berada pada posisi penilaian baik.

ABSTRACT

Huril I'in Jannah, 080412, Sultan Ageng Tirtayasa University, Faculty of Social and Political Sciences, Department of Communications, Public Relations Concentrations, Research of Employee Relations Activity Relationship With Employee Motivation (Survey Employee in PT BRI (Persero) Branch Officer of Serang," Supervisor I Naniek Afrilla F, M.Si, Supervisor II Nurprapti W, M.Si.

Keywords: Employee Relations Activity Relationship with Employee Motivations

The focus of this study was the relationship activity employee relations activity relationship with employee motivation PT BRI (Persero) Branch Officer of Serang. The purpose of this research was to determine the activities of employee relations activity relationship with employee motivation PT BRI (Persero) Branch Officer of Serang. The method used in this study is the correlation, with a quantitative approach. The populations in this research were 33 permanent employees, and to determine the amount of the researchers sampled using sampling techniques saturated, saturated sampling technique in which the determinations is when all members of the populations sample used as the sample, namely 33 permanent employees of PT BRI (Persero) Branch Officer of Serang. The models used in this research is the Model Two Way Symmetrical. Theory in the variable x is described by Onong Uchjana Effendi in his book Human Relations and Public Relations on the Activities Of Employee Relations, and theory in the variable y using the theory of Abraham Maslow, which in theory has five dimensions of motivation in the work of the five requirements, the needs of Physiology, Security Needs, Social Needs, Performance Requirement, Enhance Capacity Needs Work. In gathering the data that is by distributing questionnaires, interviews and documentation. Analysis of the data used in this study is the quantitative analysis and graphic rating scale. Based on the result of research showed that the relations employee relations activities with the motivation of employees working in PT BRI (Persero) Branch Officer of Serang of 0.842. This figure is based on the correlation coefficient including a very strong category. Based on the results of the research 72,95 percent on employee relations activities and 72,44 percent on employee motivation and graphic rating scale results showed good judgment in the position.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relations pada saat ini sangat berkembang, semakin banyaknya organisasi atau perusahaan, lembaga swadaya masyarakat hingga perbankan semakin pesat kemajuan *public relations* dalam memajukan perusahaan maupun organisasi. Diterima maupun tidak diterimanya suatu *public relations* tergantung hasil karya *public relations* dari perusahaan tersebut. Peran komunikasi timbal balik dalam perusahaan masa kini adalah hal yang mutlak. Peran tersebut biasanya diserahkan pada pihak *public relations*, hal tersebut yang membuat *public relations* adalah mengemban fungsi dan tugasnya dalam melakukan hubungan komunikasi ke dalam dan keluar. Melakukan pembinaan hubungan yang harmonis antara pemimpin manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Ini juga menentukan hasil hidup matinya sebuah perusahaan.

Kegiatan *public relations* bukan hanya sekedar menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat luas, namun juga menjalin komunikasi yang sangat baik dengan seluruh karyawan di dalam perusahaan. Perusahaan yang mampu mendapatkan keberhasilan adalah perusahaan yang didalamnya terdapat hubungan kerja yang baik antara sesama karyawan dengan atasan.

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* hubungan publik internal sama pentingnya dengan hubungan publik eksternal, karena kedua bentuk hubungan tersebut diumpamakan bagai kedua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait erat satu sama lain.

Yang termasuk kedalam publik intern, ialah para karyawan (*employee*) dan pemegang saham (*stakeholder*). Berdasarkan pengelompokan itu maka terdapatlah hubungan khusus dengan mereka, yakni “hubungan dengan karyawan” (*employee relations*) dan “hubungan dengan pemegang saham” (*stakeholder relations*)¹.

Hubungan internal menurut Cutlip & Center² adalah hubungan masyarakat internal atau kepegawaian yang mempunyai arti sebagai kelompok orang-orang yang sedang bekerja disuatu perusahaan atau organisasi yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan yang dihadapinya³.

Bagi setiap perusahaan, *Public Internal* ini disebut karyawan atau pegawai. Mereka terdiri dari orang-orang yang memimpin dan dipimpin sebagai staf pelaksana yaitu mulai dari pesuruh sampai pimpinan puncak. Dalam perusahaan ini para karyawan memiliki dua peranan, pertama ia bekerja sebagai individu untuk dirinya dan kedua sebagai salah satu anggota kelompok dimana ia bekerja.

¹ Onong Uchjana Effendi. 1993. *Human Relations dan Public relations*. Bandung: Mandar Maju. Halaman: 144

² Cutlip dan Center. 2005. *Effective Public Relations*. Jakarta: Indeks Kelompok Media. Halaman 27

³ Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja. Grafindo Persada. Halaman: 14

Dengan demikian, mereka harus menyadari bahwa karyawan di satu pihak selalu mengharapkan perhatian kepada kebutuhan atau keinginan mereka, seperti motivasi salah satunya. Namun, dilain pihak karyawan mempunyai kewajiban untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibebankan kepada mereka dan mereka dituntut agar tugas-tugasnya dilaksanakan dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Motivasi biasanya didefinisikan sebagai proses dimana perilaku diberikan energi dan diarahkan⁴. Disamping dorongan untuk konsep motivasi merupakan bidang yang paling sulit dalam psikologi. Satu alasannya bahwa motivasi tidak dapat diamati langsung. Suatu proses hipotetik hanya dapat disimpulkan dengan mengamati perilaku orang, mengukur perubahan-perubahan dalam pelaksanaan kerjanya, atau meminta untuk menjelaskan kebutuhan-kebutuhan serta penjelasannya.

Pada setiap perusahaan akan memiliki cakupan permasalahan dan keberhasilan dalam mengatasi dan menyelesaikan sebuah permasalahan yang ada pada perusahaan. Sebagai contoh kasus korupsi yang dilakukan 4 terdakwa kasus penyimpangan permohonan fasilitas kredit pada BRI tahun 2006 sebesar Rp. 212 Miliar BRI Syariah Serang⁵. Maka dalam hal ini sebagai peneliti memahami begitu pentingnya kegiatan yang dilakukan *employee relations* dalam penyelesaian dan mengatasi permasalahan yang terjadi.

⁴ Kenneth N Wexley, Gary A Yuki. 2005. *Perilaku Organisasi dan Psikologi Personalia*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Halaman: 98.

⁵ <http://www.antaraneews.com/view/?i=1239102196&c=NAS&s=>, diakses pada 4 februari 2012 pkl. 03.00 WIB di Serang

Employee Relations merupakan salah satu fasilitator komunikasi dan penasehat ahli dalam pemecahan masalah maupun kesalah fahaman komunikasi ataupun kebiasaan dari internal perusahaan.

Pokok pembahasan dalam penelitian disini hanya akan terfokus pada pembahasan mengenai hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan. Objek pada penelitian ini adalah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Cabang Serang .

Kegiatan yang dilakukan oleh *Employee Relations* PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang ini telah banyak sekali dilakukan. Seperti pemberian informasi ke atas, sejajar dan ke bawah. Selain itu, pemberian pelatihan dan pendidikan, pemberian penghargaan bagi karyawan yang berprestasi, *special event* perusahaan, dan pembuatan media komunikasi internal pun telah dilakukan oleh *employee relations* di perusahaan ini.

Karyawan merupakan harta yang paling berharga bagi suatu perusahaan, sebab karyawan merupakan faktor yang dominan yang turut menentukan berhasil tidaknya usaha-usaha untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Untuk itulah perlu memfungsikan *Public Relations* dengan kegiatannya yang memfokuskan pada kegiatan yang bersifat *internal*.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan diberikan perusahaan terutama *employee relations*, dirasa kurang memuaskan bagi karyawan. Pemberian gaji, tunjangan-tunjangan, serta fasilitas yang memadai bagi karyawan pun dirasa sangat dibutuhkan untuk memotivasi kerja, serta apresiasi keterampilan yang mereka miliki. Permasalahan-permasalahan tersebut pun sering terjadi

perusahaan-perusahaan lain. Tidak jelasnya informasi yang didapat oleh karyawan, seringkali menjadi penyebab timbulnya ketidak harmonisan dalam sistem kerja di Bank Rakyat Indonesia . Banyaknya variasi kerja, bermacamnya latar belakang pendidikan, adanya spesialisasi kerja dan bermacamnya tingkat ataupun level kerja karyawan menciptakan besarnya kesalahan fahaman di dalam diri karyawan yang berbeda padahal pesan yang diterima merupakan pesan yang sama.

Sebagai sebuah bank dengan label BUMN (Badan Usaha Milik Negara), tentulah menuntut kesigapan yang tinggi dari semua karyawan dalam semua divisi. Pencapaian target yang tinggi dalam hal layanan maupun *public relations* perbankan yang ditawarkan, merupakan *public relations* prioritas yang harus dikejar oleh semua karyawan. Untuk mencapai tingkat *public relations* dengan produktivitas tinggi, Bank Rakyat Indonesia menyusun sebuah kerangka acuan yang disepakati bersama sebagai Visi dan Misi perusahaan.

Visi dan misi perusahaan merupakan sasaran dan tujuan yang ingin dicapai secara kolektif diantara anggota-anggotanya. Semua gerak langkah kerja para karyawan diarahkan demi pencapaian sasaran dan tujuan tersebut. Pencapaian Visi dan misi perusahaan agar sesuai dengan yang diharapkan, perlu menciptakan gerak langkah bersama dalam rangka mewujudkannya. Gerak langkah ini tertuang dalam bentuk SOP (*Standard Operasional and Public relation sopedure*), peraturan-peraturan kerja (*Role Of Game*) dan juga berbagai macam ide dan gagasan yang menuntun pada pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan.

Adanya bentuk peraturan kerja dan standart operasional kerja dalam perusahaan terkadang memiliki makna yang berbeda di dalam benak karyawan itu sendiri. Seturut dengan pendidikan, pengalaman, bahkan juga usia dari karyawan tersebut. Selain itu, adanya spesialisasi pekerjaan seperti *marketing, front office, back office, supervisor*, dan lain-lainya, menimbulkan penafsiran yang berbeda akan pesan yang sama di masing-masing departemen. Tegantung dari budaya kerja yang ada di masing- masing bagian.

Banyaknya kemungkinan terjadinya penafsiran informasi yang berbeda dalam anggota perusahaan, menunjukkan pentingnya peranan *Employee Relations*. *Employee Relations* di PT. BRI (Persero) harus dapat melihat hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dan dapat memberikan solusi terhadap efektifnya pesan yang disampaikan manajerial pada karyawan. Sehingga pesan dapat dilakukan dengan baik untuk pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan.

Selain itu, tingkat kejenuhan dan stress yang tinggi diantara karyawan, beredarnya informasi yang belum tentu kebenarannya yang menyangkut kenyamanan dan keamanan karyawan, harus biasa dikendalikan oleh *Internal public relations*. Maka dari itu, penelitian ini ingin melihat sejauhmana hubungan kegiatan *employee Relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Cabang Serang.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa masalah di atas maka diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan yang dilakukan *employee relations* di PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang ?
2. Bagaimana motivasi kerja karyawan di PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang?
3. Seberapa besar hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang?

1.3 Pembatasan Masalah

Memperjelas dan membatasi ruang lingkup penelitian dan untuk menghasilkan uraian yang jelas diperlukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini terbatas pada hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan di PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.
2. Objek penelitian ini adalah karyawan tetap pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang dilakukan mulai bulan Februari 2012.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui: “Hubungan kegiatan *Employee Relations* dengan motivasi kerja karyawan PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.”

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melihat kegiatan *employee relations* dalam memotivasi karyawan pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.
2. Untuk memperoleh gambaran tentang motivasi kerja karyawan pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, sebagai berikut :

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi ilmu komunikasi dan ilmu kehumasan, khususnya mengenai kajian hubungan *employee relations* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan di dalam sebuah perusahaan atau organisasi.

1.6.2 Aspek Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi praktisi humas di bagian *Public Relations* PT. BRI (Persero) Kantor. Cabang Serang bisa memberikan masukan bagi peneliti atau pertimbangan serta bagi praktisi humas dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran ringkas dan mempermudah pembahasan masalah di atas, maka penulisan Proposal Penelitian ini disusun dengan sistematika penyusunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan secara umum mengenai latar belakang masalah yang dihadapi, Identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, Kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II DESKRIPSI TEORI DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan teori yang dipelajari meliputi Deskriptif Teori, Kerangka Teori, Operasional Variabel dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode yang digunakan dalam proposal penelitian, disini penulis menguraikan secara umum mengenai metode penelitian, instrumen penelitian, populasi dan sampel, teknik pengolahan data, analisis data yang digunakan, rancangan pengujian hipotesis, validitas data, reabilitas data, dan normalitas data, serta tempat dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada Bab IV memaparkan Deskripsi Objek Penelitian. Deskripsi Data yakni data mentah yang telah diolah menggunakan teknik analisis data yang relevan. Pengujian Persyaratan Statistik dengan menggunakan uji statistik tertentu. Interpretasi Hasil Penelitian dan Pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V merupakan bab penutup yang mengemukakan kesimpulan dan saran dari analisa data yang ada pada bab sebelumnya, yang akhirnya diharapkan akan dapat menjawab maksud dan tujuan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

DESKRIPSI TEORI DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Ilmu Komunikasi

Kajian Ilmu komunikasi merupakan hasil perkembangan dari publisistik yang berkembang di Jerman dan ilmu komunikasi massa yang berkembang di Amerika Serikat.

Objek studi dari publisistik yaitu surat kabar. Surat kabar sebagai salah satu hasil dari pertumbuhan teknologi dan industri ternyata membawa berbagai implikasi sosial yang sangat menarik bagi kajian ilmu kemasyarakatan.⁶ Ilmu komunikasi massa berkembang di Amerika Serikat melalui jurnalistik dengan objek studi surat kabar yang kemudian berkembang dengan hadirnya radio, film dan televisi.

Publisistik dan Ilmu komunikasi massa tidak jauh berbeda, perbedaannya hanya karena studi retorika yang terdapat dalam publisistik yang berkembang sendiri di Amerika Serikat dengan nama *Speech Communication*. Dengan demikian bidang publisistik dan ilmu komunikasi massa dikembangkan pada departemen yang berbeda yaitu *department*

⁶ Anwar Arifin, 2006. *Ilmu Komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada. Halaman: 4.

speech communication dan *department mass communication*, kedua bidang kajian ini kemudian menyatu menjadi Ilmu Komunikasi.⁷

Anwar Arifin menyatakan, objek studi ilmu komunikasi bukan hanya surat kabar (ilmu pers/jurnalistik), bukan pula hanya media massa (ilmu komunikasi massa) atau pernyataan umum (publisistik), melainkan *komunikasi* atau *pernyataan antar manusia*.⁸ Dengan demikian bahwa ilmu komunikasi mencakup semua pernyataan antar manusia melalui media massa maupun secara langsung.

Berdasarkan objek studi tersebut, dapat dirumuskan bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu kemasyarakatan yang mempelajari secara sistematis segala segi pernyataan antar manusia. Rumusan ini berarti bahwa pernyataan antar manusia sebagai objek pokok studi ini memiliki banyak segi seperti segi media, segi manusia, segi fungsi, segi sistem dan sebagainya.

Komunikasi sebagai ilmu merupakan kumpulan pengetahuan yang disusun secara sistematis berdasarkan fakta dan riset. Ilmu komunikasi melakukan penyelidikan masalah, control dan pengujian menurut kaidah-kaidah ilmiah secara normatif, hasilnya dapat diterapkan untuk menciptakan dan membina tatanan hidup manusia agar menjadi lebih baik dalam pribadi maupun dalam hidup bermasyarakat.⁹

2.1.2 Komunikasi

Komunikasi apabila diaplikasikan dengan benar akan mampu

⁷ Ibid. Halaman 8.

⁸ Ibid. Halaman 11.

⁹ Hafied Cangara. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Hal 12.

mencegah dan memperbaiki hubungan sekaligus menciptakan suasana yang menyenangkan dan menciptakan hubungan yang harmonis baik antar pribadi, antarkelompok, antarbangsa dan sebagainya, membina kesatuan dan persatuan umat manusia seluruh penghuni bumi yang menghasilkan image positif. Disinilah terlihat begitu pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk melanjutkan hubungan maupun melepaskan hubungan.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang artinya sama. Sama disini dimaksudkan adalah sama makna. Komunikasi merupakan pelengkap bagi kebutuhan tiap individu, dimana memiliki peranan yang penting dalam memahami dan melanjutkan sebuah hubungan.

Menurut Goyer,1970¹⁰ Komunikasi adalah berbagi pengalaman, dapat diamati sebagai penelitian dimana respon penggerak dan penerima berhubungan secara sistematis untuk referensi stimulus. Dalam pengertian ini komunikasi memberikan ruang pada individu-individu untuk memahami dan merespon apa yang disampaikan, jika penyampaian dipahami dan dimengerti, maka komunikasi berjalan dengan baik dan sehat.

Banyaknya definisi komunikasi melahirkan bahwa begitu berguna dan pentingnya komunikasi dalam interaksi dengan sesama, memiliki prosedur untuk mempengaruhi orang lain. Carl I. Hovland¹¹ mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang

¹⁰ Soleh & Ardianto, Elvinaro, 2007, *Dasar-Dasar Public. Relations*, Bandung, Rosdakarya. Halaman 19.

¹¹ Widjaja, A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Utama Grafiti, Jakarta. Halaman 26-27.

lain.

Jadi, dengan demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu sebelum orang lain itu berpendapat, bersikap dan bertindak laku yang sama dengan kita.

Komunikasi merupakan penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. komunikasi akan berhasil jika adanya pengertian serta kedua belah pihak saling memahaminya. Dimana dapat disimpulkan bahwa komunikasi sangat penting sama halnya dengan bernafas. Tanpa komunikasi tidak ada hubungan dan kesepian dalam menjalani aktivitas. Kualitas komunikasi menentukan keharmonisan hubungan dengan sesama individu.

Adapun bentuk dari komunikasi dalam yaitu : Komunikasi Personal (personal communication) Terdiri dari komunikasi intra personal (intrapersonal communication) dan komunikasi antar personal (interpersonal communication).

a. Komunikasi Kelompok

1. Komunikasi kelompok kecil (small group communication), terdiri dari ceramah, forum, diskusi dan seminar.
2. Komunikasi kelompok besar (large group communication), terdiri dari kampanye :
 - a. Komunikasi Organisasi (organization communication)
 - b. Komunikasi Massa (mass communication)

Komunikasi menjadi salah satu hal terpenting dalam proses apapun, maka dalam harmonisasi hubungan ini terbentuk dalam komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Hal ini membutuhkan proses di dalamnya, adapun proses komunikasi menurut Onong terbagi atas dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang ini umumnya bahasa tetapi dalam situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang digunakan dapat berupa gerak tubuh, gambar, warna dan sebagainya.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses ini termasuk sambungan dari proses primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, dalam prosesnya komunikasi sekunder ini akan semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang oleh teknologi-teknologi lainnya.¹²

¹² Effendy, Onong U., (2004), Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). PT. Remaja Rosdakarya. Bandung: Halaman: 11

Dalam keseluruhan komunikasi menjadi akan memberikan manfaat yang mendalam, jika komunikasi berlangsung dengan baik mampu memberi keuntungan dan mampu mencapai tujuan yang baik, jika komunikasi menjadi efektif. Pentingnya komunikasi untuk membina hubungan yang baik, bahwa kebutuhan utama manusia dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani adalah kebutuhan akan hubungan social yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang-orang lain.

Menurut Abraham Maslow¹⁵, menyebutkan bahwa satu di antara keempat kebutuhan utama manusia adalah kebutuhan social untuk memperoleh rasa aman lewat rasa memiliki dan dimiliki, pergaulan, rasa diterima, memberi dan menerima persahabatan.

2.1.3 Komunikasi Organisasi

Kehidupan masyarakat modern membawa konsekuensi dan implikasi akan adanya sebuah fenomena masyarakat organisasional. Fenomena ini, telah ada saat ini dan akan terus mewabah dikalangan masyarakat modern.

Dalam sejarah peradaban manusia, manusia berusaha memenuhi dan memuaskan kebutuhan dengan menciptakan dan mengembangkan berbagai metode, teknik, sarana dan prasarana baik fisik maupun non

¹⁵ Abraham H. Maslow. (1994). *Motivasi dan Kepribadian 1 (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan manusia)*. Yogyakarta: Pustaka Progressif,). Halaman:19

fisik dalam menunjang kehidupannya. Sejarah perkembangan peradaban manusia menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam arti luas, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas, maka semakin besar pula kebutuhan manusia itu dalam hal kehidupan ber-organisasi. Semakin modernnya kehidupan manusia, juga menunjang semakin beragamnya organisasi yang diikuti manusia tersebut.

Pada dasarnya, organisasi merupakan suatu sarana yang secara struktural menggabungkan sejumlah sumberdaya potensial maupun aktual, yang secara garis besar berisikan dua jenis sumberdaya, yakni sumberdaya manusia dan sumber daya teknis. Sumberdaya manusia meliputi tenaga otot, pendidikan, ketrampilan, keahlian, pengalaman, gagasan, ide, harapan- harapan, spiritual bahkan harapan- harapan. Sumber daya teknis meliputi bahan baku, peralatan serta modal. Secara keseluruhan segala hal ini dapat memberikan atau menjadi dasar dorongan dan arah bago aktifitas yang bersangkutan. Semua organisasi baik dalam skala besar maupun skala kecil, mendefenisikan organisasi paling tidak memiliki tiga karakteristik yakni:

- a. Orang-orang atau Manusia
- b. Tujuan
- c. Keterbatasan perilaku anggota

Chruden dan sherman. Jr memandang hakekat dari organisasi dipandang dari dua sisi yakni konsep statis dan dinamis atau disebut juga proses. Statis dimaksudkan merujuk pada fungsi organisasi sebagai wadah, sarana atau tempat yang menggambarkan susunan hirarkis atau struktur dari jenjang jabatan, fungsi serta wewenang, hak dan kewajiban.¹⁴ Dalam kata lain, dapat disebut juga bahwa organisasi merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

Pengertian dinamis, organisasi merupakan suatu proses interaksi antara berbagai bidang dan fungsi dalam meningkatkan kerja sama dan koordinasi tinggi guna mencapai sasaran dan tujuan bersama.

Organisasi merupakan aktifitas koordinasi rasional dan formal kegiatan sejumlah manusia yang berusaha mencapai beberapa sasaran dan tujuan umum maupun khusus, melalui pembagian kerja dan fungsi melalui jenjang otoritas dan tanggung jawab yang hirarkis.

Dalam perspektif komunikasi, pengertian organisasi lebih menekankan pada aspek dinamis atau proses sharing informasi dan pengertian yang berkesinambungan. Mengirim, menerima pesan dalam saluran komunikasi baik saluran formal maupun informal.

¹⁴ Chruden H.J., and A.W., Sherman, Jr, 1980. Personnel Management. The. Utilization of Human Resources. 6 th. Edition, South Western. Halaman: 12-18

Car Weick, memandang organisasi lebih berbicara pada proses mengorganisasi daripada organisasi itu sendiri. Dengan kata lain, organisasi tidak sebagai struktur, kesatuan, atau kelembagaan, tetapi lebih dari sebagai aktifitas, proses dinamis mengorganisasi. Sebab pada dasarnya inti dari proses organisasi adalah mengambil dan membuat keputusan, dimana proses tersebut tidak lain adalah proses komunikasi itu sendiri.

Gerakd L Pepper¹⁵, mengungkapkan bahwa komunikasi bukanlah sesuatu bagian atau elemen yang mengisi dan terjadi di dalam organisasi. Meskipun dalam arti sempit komunikasi adalah semacam alat yang di gunakan oleh para anggotanya untuk penyelesaian berbagai tugas pekerjaannya. Namun, pada dasarnya komunikasi itu adalah komunikasi itu sendiri dan sebaliknya organisasi adalah komunikasi itu sendiri juga.

Dalam pemikiran sederhana, disiplin komunikasi secara umum dan komunikasi organisasi khususnya, ilmu komunikasi memberi kontribusi terutama pada pengkajian yang berfokus pada masalah-masalah apa dan bagaimana mencapai sasaran dan tujuan organisasi dimaksud, strategi dan taktik untuk mencapainya.

¹⁵ *Gerald L. Pepper, Professor. Education. Ph.D., University of Minnesota, Speech Communication, 1987 M.A. Halaman: 56*

Secara khusus, kontribusi disiplin ilmu komunikasi terutama dalam mempertanyakan apa serta bagaimana bentuk komunikasi yang digunakan agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan efisien. Bagaimana prosesnya, metode dan teknik apa yang digunakan secara efektif. Media apa yang digunakan, faktor apa yang mendorong dan yang menghambat efektifitas dan efisiensi komunikasi dalam situasi, kondisi, dan konteks baik lingkungan internal maupun eksternal organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi sangat diwarnai oleh eksistensi organisasi itu sendiri, dalam dimensi statis, maupun dinamis/ proses. Dalam organisasi menurut aspek dinamis, terdapat struktur, iklim, budaya, jenjang kepangkatan, status kerja, wewenang, tugas fungsi, departementalisasi, spesialisasi tugas dan tanggung jawab, dan semua hal yang berhubungan dengan struktur formal. Keseluruhan hal tersebut akan memberi warna pada dipilihnya desain pola perilaku komunikatif apa dan bagaimana yang akan diterapkan oleh manajemen yang bersangkutan.

Corbett mengatakan bahwa sedikitnya komunikasi organisasi memiliki dua peran penting yakni: Pertama dan terutama, memperkuat tugas dasar organisasi, menyebarluaskan informasi dan pengetahuan yang terjadi dalam tujuan dan strategi, serta memberi inspirasi, memelihara rasa keterhubungan satu sama lain dalam

minat, membangkitkan dan memelihara semangat kelompok kerja diantara karyawan. Kedua, pesan-pesan, informasi, ide-ide, dan gagasan disampaikan kepada semua karyawan sehingga mengarah dan mempersiapkan pada proses pengambilan keputusan yang lebih baik, dan lebih menaruh perhatian dalam tindakan kelompok kerja lebih baik. Berdasarkan pandangan ini dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Internal Organisasi memegang peran dan fungsi yang sangat pening bagi setiap organisasi.

2.1.4 *Public Relations*

Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas *Public Relation* adalah cara menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya atau stakeholder sasaran khalayak yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak.

Tujuan dari proses perencanaan program kerja untuk mengelola berbagai aktivitas PR tersebut dapat diwujudkan jika teorganiasi dengan baik melalui manajemen yang dikelola secara professional dan dapat dipertanggungjawabkan hasil atau sasarannya. Hal tesebut juga dapat diwujudkan jika adanya pertukaran pendapat, pesan dan informasi yang jelas serta mudah dimengerti oleh kedua belah pihak

yang terlibat komunikator dan komunikan di mana pertukaran informasi dilakukan melalui system saluran (channel), media massa atau bentuk media non massa lainnya. Semua itu dapat dimanfaatkan sebagai alat (tool) untuk kegiatan atau aktivitas komunikasi dua arah timbal balik (reciprocal two ways traffic communication) sehingga diperoleh pencapaian umpan balik (feed back) yang positif.

Perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasikan hingga pengevaluasian suatu program kerja PR melalui berbagai aktivitas yang dilaksanakan oleh public relations. Aktivitas praktisi PR di lapangan mencakup sebagai konseptor (Conceptor), penasihat (counselor), komunikator (communicator) dan penilai (evaluator) yang handal. Oleh karena itu menjadi memiliki kemampuan memecahkan berbagai macam masaah yang dihadapinya dalam organisasi.

Scott M. Cutlip & Allen H. Center menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui proses empat tahapan atau langkah-langkah pokok yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah :

1. Penelitian dan Mendengarkan (Research - Listening)

Dalam tahap ini, penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijaksanaan-kebijaksanaan suatu organisasi. Setelah itu baru dilakukan

pengevaluasian fakta-fakta, dan informasi yang masuk untuk menentukan keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi, yaitu "What's our problem? (Apa yang menjadi problem kita).

2. Perencanaan dan mengambil Keputusan (Planning - Decision)

Dalam tahap ini sikap, opini, ide-ide dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan serta penetapan program kerja organisasi yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan-keinginan pihak yang berkepentingan mulai diberikan : "Here what we can do?(apa yang dapat kita kerjakan).

3. Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (Communication - Action)

Dalam tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan sepenuhnya : Here's what we did and why? (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu).

4. Mengevaluasi (Evaluation)

Pada tahapan ini, pihak public relations/Humas mengadakan penilaian terhadap hasilhasil dari program-program kerja atau aktivitas Humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi keefektivitasan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan.¹⁶

¹⁶ Cutlip, Scott M, Allen H. Center, & GlenM. Broom. 2009. EffectivePublic. Relations edisi Kesembilan. Jakarta: Prenada Media Group. Halaman:18

How did we do? (Bagaimana yang telah kita lakukan) Tiap tahapan dari keempat tahapan yang disebutkan di atas saling berkaitan erat satu dengan yang lainnya. Artinya tahapan satu dengan tahapan yang lainnya saling berhubungan erat dan tidak dapat dipisah-pisahkan.

Seumpama suatu proses pemintalan benang (wheel spinning) di pabrik mesin tekstil, yaitu jaringan antar perputaran gelondongan benang dengan gelondongan lainnya harus seirama baik dalam hal kecepatan dan maupun ketika menggulung seutas benang, kalau tidak maka benangnya akan putus, berantakan atau kusut.

Setiap tahap dari proses kerja PR di atas, sama pentingnya bagi terlaksananya suatu program PR yang efektif. Sayangnya banyak di antara praktisi PR yang kurang menyadari akan hal tersebut sehingga dalam menentukan dan melaksanakan program mereka seringkali mengabaikan tahap-tahap di atas. Tahap yang paling sering dibiakan adalah penelitian, perencanaan dan evaluasi. Sebaliknya, banyak di antara mereka yang terlalu banyak memfokuskan pekerjaannya pada publisitas, yang sebenarnya akan secara otomatis muncul apabila program PR dirancang berdasarkan penelitian, perencanaan dan evaluasi yang serius.

Proses kerja PR merupakan satu kesatuan perencanaan yang secara sirkuler terus menerus berlangsung. Melalui observasi yang pernah dilakukan, diketahui bahwa proses analisis-analisis komunikasi interpretasi dari kerja PR, merupakan proses yang

berkesinambungan dalam bentuk spiral dan seringkali tumpang tindih antara satu dengan yang lainnya. Kalau diuraikan dan digambarkan, maka lingkaran dan langkah-langkah kegiatan PR adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis perilaku umum dan hubungan organisasi terhadap lingkungan
2. Menentukan dan memaami secara benar perilaku tiap-tiap kelompok terhadap organisasi.
3. Menganalisis tingkat opini public, baik yang intern maupun yang ekstern.
4. Mengantisipasi kecenderungan-kecenderungan, masalah-masalah yang potensial, kebutuhan-kebutuhan dan kesempatan-kesempatan.
5. Menentukan formulasi dan merumuskan kebijakan-kebijakan.
6. Merencanakan alat atau cara yang sesuai unu meningkatkan atau mengubah perilaku kelompok masyarakat sasaran.
7. Menjalankan dan melaksanakan aktivita-aktivitas sesuai dengan program yang telah direncanakan.
8. Menerima umpan balik untuk dievaluasi, kemudian mengadakan penyesuaian-penyesuaian yang diperlukan.¹⁷

Konsekuensi dari proses perencanaan kerja PR seperti di atas adalah tuntutan terhadap kemampuan tinggi dari para praktisi PR dapat berpan ganda dalam menjalankan tugasnya. Suatu saat, apabila pimpnn ingin mengetahui secara pasti mengena reaksi public terhadap salah satu kebijaksanaan organisasinya dan PR harus bisa mengemukakan faktafakta

¹⁷ Yadin, Daniel. *Public Relations*. 2004. Jakarta; Erlangga. Halaman: 35-36

yang diperlukan. Lain waktu jika menghadiri pertemuan dengan staf bagian pemasaran dan periklanan yang membahas rencana pengenalan produk baru, maka pihak PR harus siap untuk menunjang usaha tersebut. Pada hari yang sama dia mungkin bertindak sebagai komunikator ataupun penerjemah, apabila pada saat itu berhadapan dengan para wartawan yang ingin mendapatkan keterangan tentang program dan kebijaksanaan yang dijalankan oleh organisasi.

2.1.5 *Internal Public Relations*

Macam-macam publik ini tergantung pada jenis, sifat, atau karakter dari organisasinya. Berikut ini merupakan publik internal secara umum didalam perusahaan atau organisasi:

1. Publik pegawai (*employee public*)
2. Publik manajer (*manager public*)
3. Publik pemegang saham (*stockholder public*)
4. Publik buruh (*labour public*)¹⁸

Khusus untuk publik pemegang saham (*stockholder public*) bisa juga dimasukkan kedalam kategori eksternal PR, karena ada juga perusahaan yang telah *go public*. *Employee relations* yang baik adalah yang memperlakukan setiap 27 karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan dan lain-lain.

¹⁸ Onong Uchyana Effendi. 1993. *Human Relations dan Public relations*. Bandung: Mandar Maju. Halaman: 134

Fungsi dan tugas seorang Public Relations Officer untuk membina hubungan komunikasi masyarakat internal sangat berperan, yakni menuntut seseorang praktisi PR untuk dapat menjadi corong informasi dari para karyawan kepada pihak perusahaan, atau sebaliknya mampu bertindak sebagai mediator dan bidang dan tanggung jawabnya masing-masing.

Di samping itu pihak Humas mampu mempertemukan atau menyampaikan tujuan dan keinginan-keinginan dari pihak karyawan kepada perusahaan atau sebaliknya dari pihak perusahaan terhadap para karyawannya (bertindak sebagai komunikator dan mediator). Komunikasi internal timbal balik yang dilaksanakan oleh PR tersebut dapat dilakukan melalui beberapa jalur. Diantaranya yakni:

- a. Komunikasi arus ke bawah (downward communication), yakni dari pihak perusahaan kepada para karyawannya. Misalnya berupa perintah pimpinan, instruksi, dan informasi spesifikasi teknis suatu pekerjaan yang akan diberikan kepada bawahannya. Media yang dipergunakan dalam bentuk komunikasi lisan (perintah dan instruksi), dan tulisan (nota dinas, peraturan, surat edaran dan lain-lain).
- b. Komunikasi arus ke atas (upward communication), yaitu dari pihak karyawan kepada perusahaan. Misalnya berbentuk pelaksanaan perintah berbentuk tulisan dan lisan, atau laporan hasil dari pekerjaan, serta sumbang saran dari pihak pekerja kepada

pimpinan perusahaan. Media komunikasi baik dalam bentuk lisan maupun tulisan (laporan dan informasi) mengenai pelaksanaan tugas.

e. Komunikasi sejajar (*sideways communication*) yang berlangsung antar karyawan. Misalnya informasi mengenai pekerjaan atau menyangkut kegiatan pendidikan dan pelatihan lainnya, dapat juga mengenai kegiatan di luar pekerjaan (*kedinasan*) dalam bentuk olahraga, keagamaan, kekeluargaan, kesejahteraan dan aktivitas sosial kepegawaian lain sebagainya. Biasanya yang dipakai sebagai media komunikasi adalah berupa pemberitahuan, pengumuman, sampai kepada penggunaan media Humas (*Media of Public Relations*), yaitu seperti bulletin, majalah internal dan news letter.¹⁹

Komunikasi hubungan masyarakat internal itu dapat menjadi komunikasi yang efektif, apabila :

1. Adanya keterbukaan manajemen perusahaan (*open management system*), terhadap para karyawannya.
2. Saling menghormati atau menghargai (*mutual appreciation*) antara satu sama lain, baik ia bertindak sebagai pimpinan maupun sebagai bawahan demi tercapainya tujuan utama perusahaan.
3. Adanya kesadaran atau pengakuan dari pihak perusahaan akan

¹⁹ *Ibid*. Halaman: 135

nilai-nilai dari arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik dengan para karyawannya.

4. Keberadaan seorang PR, yang tidak hanya memiliki ketrampilan (skill) dan berpengalaman sebagai seorang komunikator, mediator dan hingga persuader, tetapi juga harus didukung dengan sumber-sumber daya teknis yang canggih dan sekaligus sebagai media komunikasinya, seperti kemampuan mengelola dan membuat media komunikasi seperti : House PR Journal, Internal Magazine, Video and assetes Recording, Slide film presentation special Events Programmes, dan media pertemuan sebagai media komunikasi internal.²⁰

2.1.6 Employee Relations

Adanya banyak definisi *employee relations*, salah satunya menurut Cutlip dan Center secara lengkap menyatakan *employee relations* atau publik internal adalah sekelompok orang bekerja (karyawan atau pegawai) didalam suatu organisasi atau lembaga atau perusahaan.

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, bahwa publik internal atau *employee relations* tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti yang sama dan saling terkait erat satu sama lain.²¹

²⁰ Yulianita, Neni. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*, Jakarta: Bumi Aksara. Halaman: 51-52.

²¹ *Op cit*, Halaman: 290

Definisi *employee relations* menurut Neni Yulianita dalam buku *dasar-dasar public relations: "Employee relations yaitu kegiatan public relations untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya"*.²²

Dengan demikian dapat juga diartikan bahwa hubungan kepegawaian (*employee relations*) tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses "produksi dan upah", yang terkait dengan "lingkungan kerja". Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antara karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif.

2.1.6.1 Kegiatan *Employee Relations*

Maksud dan tujuan kegiatan komunikasi hubungan masyarakat internal yang dilaksanakan oleh PR melalui program kerja *Employee Relations*, antara lain sebagai berikut :

- a. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi (perusahaan).

- b. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para karyawannya.

²² *ibid*, Halaman: 59

- c. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi (perusahaan).
- d. Sebagai media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (pimpinan).²³.

2.1.6.2 Kegiatan *Employee Relations* dilaksanakan dalam bentuk aktivitas dan program

Selanjutnya kegiatan *Employee Relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program²⁴, antara lain :

1. Program pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan ketrampilan (skill) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan.

2. Program motivasi kerja berprestasi.

Program tersebut dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (AMT), di mana dalam pelatihan tersebut diharapkan dapat

²³ *Ibid*, Halaman: 140

²⁴ *Ibid*, Halaman: 145-147

mempertemukan antara motivasi dan prestasi (etos) kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

3. Program penghargaan

Program penghargaan yang dimaksudkan di sini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (sense of belonging) yang tinggi terhadap perusahaan.

4. Program acara khusus (Special Events)

Yakni merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka event ulang tahun perusahaan, diadakan berpiknik bersama agamaan, olahraga, lomba dan hingga berpiknik bersama agamaan, olahraga, lomba dan hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama di antara sesama karyawan dan pimpinan.

5. Program Media Komunikasi Internal

Membentuk media komunikasi internal melalui bulletin, news release (majalah dinding) dan majalah perusahaan/PR yang berisikan

pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan.²⁵

2.1.7 Motivasi Kerja

Motivasi adalah kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki. Jadi, motivasi berarti membangkitkan motif, membangkitkan gaya gerak, atau menggerakkan seseorang atau diri sendiri untuk berbuat sesuatu dalam rangka mencapai suatu kepuasan atau suatu tujuan²⁶. Dimana motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan.

Motivasi kerja seseorang dapat lebih bercorak proaktif atau reaktif. Pada motivasi kerja yang proaktif orang akan berusaha untuk meningkatkan kemampuan-kemampuannya sesuai yang dituntut oleh pekerjaannya dan akan berusaha untuk mencari, menemukan, dan atau menciptakan peluang dimana ia dapat menggunakan kemampuan-kemampuannya untuk dapat berunjuk kerja yang tinggi.

Sebaliknya motivasi kerja seseorang lebih reaktif, cenderung menunggu upaya atau tawaran dari lingkungannya. Ia baru mau bekerja jika didorong, dipaksa (dari luar dirinya) untuk bekerja.

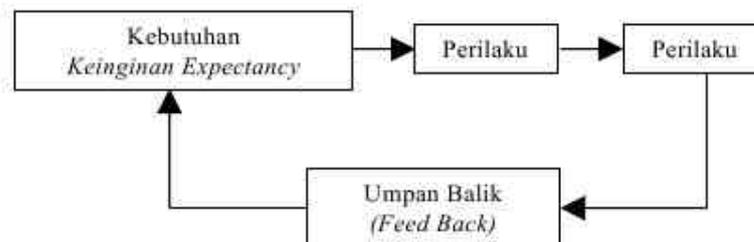
²⁵ *op.cit.* Onong Uchyana Effendi. Halaman 148

²⁶ Ashar Sunyoto Munanda. 2008. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta; Universitas Indonesia Press. Halaman: 323

2.1.7.1 Proses Motivasi

Motivasi merupakan sebuah predisposisi untuk bertindak dengan cara yang khusus dan terarah pada tujuan tertentu sekalipun rumusan tentang rumusan motivasi dibatasi hingga purposif atau yang diarahkan pada tujuan.

Manusia sebagai makhluk sosial berusaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan ekspektansi. Kebutuhan, keinginan dan ekspektansi tersebut menimbulkan ketegangan-ketegangan pada para manajer, yang dianggap mereka kurang menyenangkan.



Gambar 2.1 Proses Motivasi Dasar (Winardi, 2001:134)²⁷

Dengan anggapan bahwa perilaku khusus tertentu dapat mengurangi perasaan yang dimiliki, maka hal tersebut menyebabkan orang yang bersangkutan berperilaku. Perilaku tersebut diarahkan kepada tujuan untuk mengurangi kondisi ketegangan tersebut.

²⁷ Winardi. 2001. Sistem Manajemen Kinerja. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. Halaman:134.

Dimulainya perilaku tersebut menyebabkan timbulnya petunjuk-petunjuk yang memberikan umpan balik (informasi) kepada orang yang bersangkutan tentang dampak perilaku.

2.1.7.2 Jenis-Jenis Motivasi

Berdasarkan pengertian dan analisa tentang motivasi yang telah dibahas dimuka, maka pada pokoknya motivasi dibagi menjadi dua jenis Yaitu :

1. Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik adalah motivasi yang tercakup di dalam situasi kerja dan memenuhi kebutuhan dan tujuan-tujuan staf. Motivasi ini sering juga disebut motivasi murni, yakni motivasi yang sebenarnya timbul dari dalam diri sendiri. Motivasi ini timbul tanpa pengaruh dari luar. Motivasi intrinsik adalah motivasi yang hidup dalam diri individu dan berguna dalam situasi kerja yang fungsional. Dalam hal ini pujian atau hadiah atau sejenisnya tidak diperlukan karena tidak akan menyebabkan individu bekerja untuk mendapatkan pujian atau hadiah itu.

2. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang disebabkan oleh faktor-faktor dari luar. Motivasi ekstrinsik tetap diperlukan sebab tidak semua pekerjaan dapat menarik minat bawahan atau sesuai dengan

kebutuhan. Dalam keadaan ini motivasi terhadap pekerjaan perlu dibangkitkan oleh manajer agar mereka mau dan ingin bekerja secara lebih baik.²⁸

2.1.7.3 Fungsi Motivasi

Motivasi mendorong timbulnya kelakuan dan mempengaruhi serta merubah kelakuan. Fungsi motivasi tersebut adalah:

1. Mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan. Tanpa motivasi tidak akan timbul sesuatu tindakan atau perbuatan.
2. Motivasi berfungsi sebagai pengaruh artinya mengarahkan perbuatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
3. Motivasi berfungsi sebagai penggerak. Besar kecilnya motivasi akan menentukan cepat atau lambatnya suatu pekerjaan.²⁹

2.1.7.4 Tujuan Motivasi

Manajer atau pimpinan yang berhasil dalam hal motivasi karyawan seringkali menyediakan suatu lingkungan dimana tujuan-tujuan tepat tersedia untuk memenuhi kebutuhan. Tujuan-tujuan

²⁸ Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Halaman: 52.

²⁹ *Opcit*, Halaman: 342

motivasi tersebut antara lain:

1. Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan
2. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
3. Meningkatkan produktivitas karyawan
4. Mempertahankan loyalitas dan kesetabilan karyawan perusahaan
5. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi

karyawan

6. Mengefektifkan pengadaan karyawan
7. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
8. Meningkatkan kreatifitas dan partisipasi karyawan
9. Meningkatkan tingkat kesejahteraan³⁰

2.1.8 Karyawan

Menurut Soedaryono dalam bukunya “Tata Laksana Kantor” bahwa: “Pegawai atau karyawan adalah golongan masyarakat, yang melakukan kehidupannya dengan bekerja dalam kesatuan organisasi, baik kesatuan kerja pemerintah, maupun kesatuan kerja swasta³¹.”

2.2 Teori Motivasi Maslow

Prestasi kerja seorang karyawan kadang-kadang tidak sama dengan kecakapan yang dimilikinya. Memang faktor penyebabnya tidak sama

³⁰ Ashar Sunyoto Munanda. 2008. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta; Universitas Indonesia Press. Halaman: 344.

³¹ Soedaryono Soimin, 1992, *Tata Laksana Kantor*.PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. Halaman:42.

antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Faktor penyebab ini tergantung dari orangnya sendiri atau lingkungan kerjanya.

Tidak sesuainya prestasi kerja dengan kecapakannya itu bagi seorang karyawan mungkin karena tidak mempunyai kemauan, bisa juga karena tidak menyukai pemimpinnya, atau dapat juga karena kekurangan energi, dan lain sebagainya.

Dalam psikologi keadaan seperti itu dikatakan sebagai berikut: bukan kecakapan (ability) yang kurang, melainkan motivasi (motivation) yang kurang atau tidak ada. Motifnya yang tidak kuat, sehingga hasil pekerjaannya, tidak sesuai dengan kecapakannya.

Penjelasan mengenai konsep motivasi manusia menurut Abraham Maslow mengacu pada lima kebutuhan pokok yang disusun secara hirarkis. Tata lima tingkatan motivasi secara secara hierarkis ini adalah sbb :

1. Kebutuhan yang bersifat fisiologis (lahiriyah). Manifestasi kebutuhan ini terlihat dalam tiga hal pokok, sandang, pangan dan papan. Bagi karyawan, kebutuhan akan gaji, uang lembur, perangsang, hadiah-hadiah dan fasilitas lainnya seperti rumah, kendaraan dll. Menjadi motif dasar dari seseorang mau bekerja, menjadi efektif dan dapat memberikan produktivitas yang tinggi bagi organisasi.
2. Kebutuhan keamanan dan ke-selamatan kerja (Safety Needs) Kebutuhan ini mengarah kepada rasa, keamanan, ketentraman dan jaminan seseorang dalam kedudukannya, jabatan-nya, wewenangnya dan tanggung jawabnya sebagai karyawan. Dia dapat bekerja dengan antusias dan penuh

produktivitas bila dirasakan adanya jaminan formal atas kedudukan dan wewenangnya.

3. **Kebutuhan sosial (Social Needs).** Kebutuhan akan kasih sayang dan bersahabat (kerjasama) dalam kelompok kerja atau antar kelompok. Kebutuhan akan diikutsertakan, meningkatkan relasi dengan pihak-pihak yang diperlukan dan tumbuhnya rasa kebersamaan termasuk adanya sense of belonging dalam organisasi.
4. **Kebutuhan akan prestasi (Esteem Needs).** Kebutuhan akan kedudukan dan promosi dibidang kepegawaian. Kebutuhan akan simbol-simbol dalam statusnya se¬seorang serta prestise yang ditampilkannya.
5. **Kebutuhan mempertinggi kapisitas kerja (Self actualization).** Setiap orang ingin mengembangkan kapasitas kerjanya dengan baik. Hal ini merupakan kebutuhan untuk mewujudkan segala kemampuan (kebolehnya) dan seringkali nampak pada hal-hal yang sesuai untuk mencapai citra dan cita diri seseorang. Dalam motivasi kerja pada tingkat ini diperlukan kemampuan manajemen untuk dapat mensinkronisasikan antara cita diri dan cita organisasi untuk dapat melahirkan hasil produktivitas organisasi yang lebih tinggi³².

PR dalam manajemen ialah memotivasi para karyawan, membangkitkan motif mereka, menggugah daya gerak mereka untuk bekerja lebih giat. Jadi yang dilakukan seorang PR pertama kali dalam memotivasi para karyawan, yakni dengan menggunakan kata-kata. Makna kata-kata itu harus positif, mengandung kebijaksanaan, menimbulkan sikap optimitis, bukan kata-

³² *Op Cit*, Halaman 345

kata negatif yang menjatuhkan mental. Kedua ialah dengan cara bersaing sendiri (self competition). Ini sederhana saja. Berikan kepada seorang karyawan sebuah pekerjaan. Lalu berikanlah kepadanya kesempatan untuk mencoba beberapa kali lagi. Tetapi sebelumnya perlihatkan dulu hasil percobaan yang pertama. Ia berusaha agar berhasil lebih baik daripada sebelumnya.

Berikutnya ialah dengan cara membuat jarak (pace making). Eksperimen ini sebenarnya dilakukan di luar situasi kerja, tetapi dapat dipraktekkan dalam pekerjaan. Eksperimen dilakukan terhadap seorang pelari. Seorang pelari, akan lari lebih cepat jika di depannya terdapat seorang pengendara sepeda sebagai pembuat jarak (pace maker) yang terus menerus berada di depannya. Si pembuat jarak bukanlah saingan yang sebenarnya, dan si pelaripun pun tidak ingin menyusulkannya. Kegunaan pembuat jarak itu merupakan tujuan terdekat selalu berada dekat di depan si pelari, sehingga pelari itu sadar saat ke saat selalu berusaha sebaik-baiknya agar jaraknya dengan pace maker itu tetap. Sedang untuk tujuan yang lebih jauh daya pendorongnya kurang. Eksperimen ini menunjukkan betapa pentingnya tujuan yang dekat dan dapat dilihat.

Dalam situasi kerja pun demikian. Target yang dekat akan menimbulkan daya dorong yang lebih besar daripada target yang jauh untuk dicapai. Ketiga eksperimen tersebut telah menggunakan perangsang-perangsang. Dan perangsang-perangsang itu telah menimbulkan motif menggerakkan motif itu untuk mencapai tujuan.

Untuk meningkatkan suatu hasil karya, perlu sekali diadakan tujuan yang tegas dan jelas. Tanpa tujuan yang tegas dan jelas, tanpa tujuan yang *definitive* kemungkinan besar para karyawan tidak bekerja giat sebagaimana diharapkan. Tujuan itu harus yang memang dapat dicapai. Jika tujuan akhir memang jauh hendaknya dibuat tujuan sementara yang lebih dekat yang dicapai dengan segera akan menimbulkan usaha yang lebih giat. Sehubungan dengan itu, semakin jelas terlihat cara-cara untuk mencapainya. Ini berlainan dengan tujuan yang samar-samar, karena itu pula, dalam rangka mencapai suatu tujuan, terlebih dahulu perlu dicari metode-metode yang tepat dan alat yang tepat. Dalam pelaksanaannya baik sekali kesempatan untuk memperbincangkan, biasanya sukses tidaknya suatu pekerjaan menyangkut harga diri orang-orang yang mengerjakannya. Para karyawan akan merasa bangga, jika apa yang dikerjakannya berhasil dengan sukses. Sebaliknya akan berkecil hati apabila gagal. Orang yang ikut membicarakan suatu pekerjaan yang akan dilaksanakannya, akan mempunyai rasa tanggungjawab. Karena mereka akan bekerja giat demi prestasi dirinya dan kelompoknya.

Diskusi di antara para karyawan mengenai pelaksanaan suatu pekerjaan merupakan laboratorium untuk memotivasi mereka, untuk membangkitkan motif-motif mereka, untuk menggerakkan mereka bekerja lebih giat, sehingga tujuan yang akan dicapai oleh mereka dengan semangat kerja-sama. Motivasi adalah seni, tetapi seni yang dapat dipelajari dan dipraktekkan oleh siapa

saja.

Banyak peneliti mengemukakan beragam motivasi manusia dalam berperilaku. Seperti dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Psikologi Komunikasi*. Beliau mengklasifikasikan beberapa motif-motif sosial, sebagai berikut:

1. Motif ingin tahu
2. Motif Kompetensi
3. Motif Cinta
4. Motif harga diri dan mencari identitas
5. Kebutuhan akan nilai, kedamaian, dan makna kehidupan
6. Kebutuhan akan pemenuhan diri³³

Dari motif-motif diatas, kurang relevan jika dikaitkan dengan motivasi kerja seorang karyawan. Oleh karena itu, peneliti memilih motivasi dari Abraham Maslow, seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Alasan peneliti menggunakan teori Maslow tentang motivasi, yakni secara mutlak menunjukkan perwujudan diri sebagai pemenuhan (pemuasan) kebutuhan yang bercirikan pertumbuhan dan pengembangan individu. Perilaku yang ditimbulkannya dapat di motivasikan oleh manajer dan diarahkan sebagai subjek-subjek yang berperan. Dorongan yang dirangsang ataupun tidak harus tumbuh sebagai subjek yang memenuhi kebutuhannya masing-masing yang harus dicapainya dan sekaligus selaku subjek yang mencapai hasil untuk sasaran-sasaran organisasi.

³³ Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
Halaman: 37

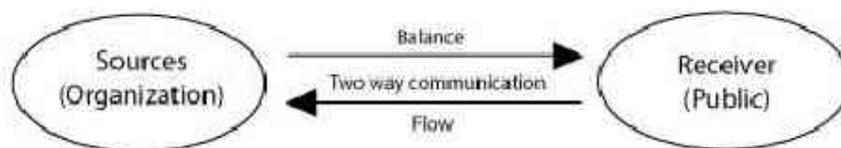
2.3 Model *Two Way Symmetrical*

Model komunikasi simetris dua arah yang menggambarkan bahwa suatu komunikasi melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima, dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.³⁴

Riset formatif digunakan terutama untuk mempelajari bagaimana publik mempersepsi perusahaan dan menentukan akibat-akibat apa yang ditimbulkan perusahaan. Riset ini akan membantu manajemen untuk merumuskan kembali kebijakan-kebijakan perusahaan.

Riset evaluatif digunakan untuk mengukur apakah upaya-upaya humas telah memperbaiki pemahaman publik tentang perusahaan dan pemahaman manajemen atas publik-publiknya.³⁵

Gambar 2.2



Gambar 2.2 Model Two way symmetrical
Sumber : Rosady Ruslan 2008:103

³⁴ Rosady Ruslan. 2008. *Metode Penelitian Public Relation dan komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Hal 103

³⁵ Dodi M. Gozali. 2005. *Communication Measurement*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. Hal: 23

Dalam model ini, PR menerapkan komunikasi dua arah timbal balik, di mana organisasi dan publik berupaya untuk mengadaptasikan dirinya untuk kepentingan bersama. Terbuka untuk proses negoisasi sehingga terjalin relasi jangka panjang.

Komunikasi berfungsi sebagai alat negoisasi dan kompromi dalam mewujudkan pemecahan masalah yang *win-win solution*. Organisasi benar-benar memperhatikan kepentingan publiknya. Lebih khusus, manajer senior mungkin mengubah pengetahuannya, bagaimana dia merasa, dan cara organisasi bertindak sebagai hasil komunikasi yang simetris. Apabila model ini diaplikasikan ke dalam permasalahan penelitian, maka dalam hal ini yakni, keberhasilan dari kegiatan *employee relations* yakni *employee relations* yang dilakukan, di lihat dari seberapa besar motivasi kerja karyawan pada PT. BRI (Persero) Cabng Serang.

2.4 Kerangka Teori

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori, model atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu

teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan deskripsi teori yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai kegiatan *employee relations* dan motivasi kerja karyawan, maka dapat berkaitan dengan penelitian ini yaitu hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

Menurut peneliti, model yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah model *two way symmetrical*. Dimana arus komunikasi terjalin dengan dua arah antara *Employee relations* dengan karyawan.



Gambar 2.3 Diolah oleh peneliti dari model *Two way symmetrical*
Sumber : Rosady Ruslan 2008:103

Public Relations pada saat ini sangat berkembang, semakin banyaknya organisasi atau perusahaan, lembaga swadaya masyarakat hingga perbankan semakin pesat kemajuan *public relations* dalam memajukan perusahaan maupun organisasi. Banyaknya variasi kerja, bermacamnya latar belakang pendidikan, adanya spesialisasi kerja dan bermacamnya tingkat

ataupun level kerja karyawan menciptakan besarnya kesalahan fahaman di dalam diri karyawan yang berbeda padahal pesan yang diterima merupakan pesan yang sama. Selain itu, tingkat kejenuhan dan stress yang tinggi diantara karyawan, beredarnya informasi yang belum tentu kebenarannya yang menyangkut kenyamanan dan keamanan karyawan, harus biasa dikendalikan oleh *Employee relations*.

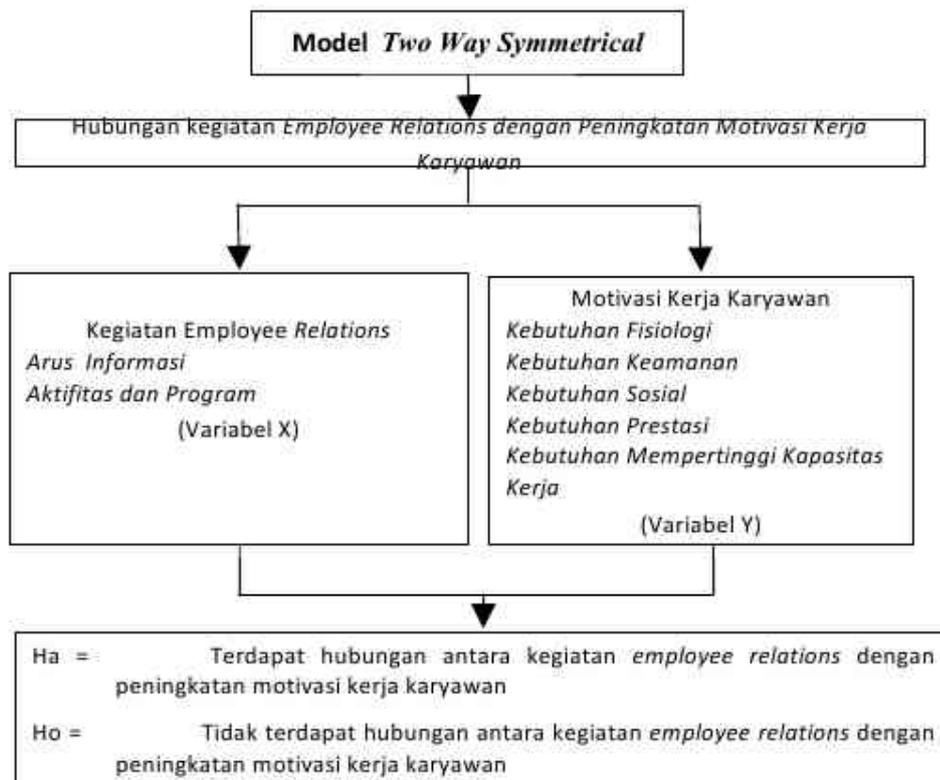
Peran komunikasi timbal balik dalam perusahaan masa kini adalah hal yang mutlak. Peran tersebut biasanya diserahkan pada pihak *public relations*, hal tersebut yang membuat *public relations* adalah mengemban fungsi dan tugasnya dalam melakukan hubungan komunikasi ke dalam dan keluar.

Melakukan pembinaan hubungan yang harmonis antara pemimpin manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Ini juga menentukan hasil hidup matinya sebuah perusahaan. Seorang karyawan dalam bekerja, pasti memiliki tujuan dan harapan yang ingin dicapai. Tujuan dan harapan tersebut terdorong karena adanya suatu motivasi baik dalam dirinya maupun kebutuhan.

Motivasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori motivasi Maslow, yakni 5 kebutuhan (*Kebutuhan Fisiologi, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Prestasi, dan Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja*). Motivasi tersebut dapat terdorong oleh sebuah perilaku-perilaku yang mendorong agar tujuan dapat tercapai, dengan umpan

balik. Oleh Karena itu, peneliti ingin mengetahui hubungan kegiatan *Employee Relations* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Berikut disajikan gambar kerangka teori:

Gambar 2.4
Kerangka Teori



Gambar 2.4 Diolah oleh peneliti dari model *Two Way Symmetrical*
Sumber : Rosady Ruslan 2008:103

2.5 Operasional Variabel

Tabel 2.1

Kerangka Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
----------	---------	-----------	------------	-------

Kegiatan <i>Employee Relations</i> (X)	1.1 Arus Informasi	a. Komunikasi Ke Atas	1-3	Likert
		b. Komunikasi Seajar	4-5	Likert
		c. Komunikasi Ke Bawah	6-8	Likert
	1.2 Akifitas dan Program	a. Pelatihan	9-10	Likert
		b. Pendidikan	11-12	Likert
c. Penghargaan		13-15	Likert	
d. Spesial Event		16-18	Likert	
e. Program Media Komunikasi Internal		19-20	Likert	
Motivasi Kerja Karyawan (Y)	2.1 Kebutuhan Fisiologi	a. Gaji Tercukupi	21-24	Likert
		b. Pemberian Fasilitas Kerja	25-28	Likert
		c. Tunjangan-Tunjangan	29-31	Likert
	2.2 Kebutuhan Keamanan	a. Rasa Aman dalam Bekerja	32-33	Likert
		b. Jaminan Dalam Kedudukan	34-35	Likert
	2.3 Kebutuhan Sosial	a. Hubungan dengan sesama karyawan	36-38	Likert
		b. Keikutsertaan Karyawan	39-40	Likert
	2.4 Kebutuhan Prestasi	a. Sistem Promosi	41-42	Likert
		b. Kedudukan (Jabatan)	43-45	Likert
	2.5 Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja	a. Aktualisasi Diri	46-48	Likert
b. Sinkronisasi harapan karyawan dengan harapan perusahaan		49-50	Likert	

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah generalisasi atau rumusan kesimpulan yang bersifat

tentative (sementara), yang hanya akan berlaku apabila setelah terbukti kebenarannya³⁶. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat hubungan antara kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan PT.BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

H_a : Terdapat hubungan antara kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan PT. BRI (Persero) Kantor. Cabang Serang.

Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk menentukan apakah jawaban teoritis telah tertuang dalam pernyataan hipotesis yang didukung dengan fakta-fakta yang dikumpulkan dan dianalisis, kemudian diproses melalui pengujian secara ilmiah³⁷

Penelitian ini akan meneliti variabel Kegiatan *Employee relations* (Variabel X) dan Motivasi Kerja Karyawan (Variabel Y). Jika diperhatikan kedua variabel tersebut, dapat diduga bahwa kegiatan *employee relations* berperan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

BAB III

METODE PENELITIAN

³⁶ Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University. Press, Yogyakarta. Halaman: 43

³⁷ Rosady Ruslan. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Halaman: 171.

3.1 Metode Penelitian

Pengertian metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang artinya cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Sedangkan penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.³⁸

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi. Metode korelasi berusaha menjelaskan dua variabel, dimana dalam hal ini ada hubungan sebab akibat yang menunjukkan ketergantungan variabel yang satu terhadap variabel yang lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel X ialah kegiatan *Employee relations*, dan variabel Y ialah Motivasi kerja karyawan. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi, metode korelasi bertujuan meneliti sejauhmana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain.³⁹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif berusaha menggambarkan atau me njelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dengan demikian 50 tidak terlalu mementingkan

³⁸ Rosady Ruslan. 2008. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. Halaman: 24.

³⁹ Jalaludin Rakhmat. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. Halaman: 27

kedalaman data atau analisis, tetapi lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap representasi dari seluruh populasi.⁴⁰

Berdasarkan pendekatan kuantitatif, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik survei. Survei adalah teknik penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.⁴¹

3.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat lunak dari seluruh rangkaian proses pengumpulan data penelitian di lapangan. Instrumen penelitian digunakan untuk menangkap atau menghimpun data sebanyak dan sevalid mungkin. Oleh karena itu, instrumen penelitian benar-benar harus reliabilitas dan validitas.⁴²

3.2.1 Jenis Data

Data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

⁴⁰ Rachmat Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Grup. Halaman: 55.

⁴¹ Ibid. Halaman: 59.

⁴² Burhan Bungin. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Halaman: 94.

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁴³ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket yang disebarakan kepada pegawai tetap PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya⁴⁴ Data sekunder dalam penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Angket (kuesioner)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁵

Angket dalam penelitian ini berupa pernyataan tertulis yang disebar kepada responden yaitu PT. BRI (Persero) Kantor Cabang

⁴³ Ibid. Halaman: 122.

⁴⁴ Rosady Ruslan. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada. Halaman: 138.

⁴⁵ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta. Halaman: 142.

Serang. Angket tersebut merupakan data primer yang akan digunakan untuk menjawab masalah penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.⁴⁶

Peneliti melakukan wawancara kepada pihak yang terkait dengan masalah penelitian, yaitu bagian Humas PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Hasil dari wawancara ini sifatnya sebagai data penunjang bagi penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu berupa pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku atau literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumentasi merupakan data sekunder yang bersifat tercetak yang bertujuan untuk melengkapi data tambahan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

⁴⁶ Burhan Bungin. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Hal 126

Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber penelitian.⁴⁷

Penelitian populasi dilakukan apabila peneliti ingin melihat semua liku-liku yang ada didalam populasi. Oleh karena subjek nya meliputi semua unsur yang terdapat dalam populasi maka disebut juga dengan sensus. Objek yang ada pada populasi akan di teliti, hasilnya di analisis, disimpulkan dan kesimpulan itu berlaku untuk seluruh populasi. Yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah ada tidaknya hubungan *employee relations* dalam memotivasi kerja karyawan. Adapun jumlah karyawan tetap PT. Bank BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah berjumlah 33 orang yang akan dijadikan sampel.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu⁴⁸. Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung jumlah sampel digunakan pengambilan sampel, yakni dengan teknik *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel⁴⁹. Karena

⁴⁷ Ibid. Halaman: 99.

⁴⁸ Nawawi, H. 1995. Instrumen Penelitian Sosial. Jakarta : PT. Gunung Agung. Halaman: 123

⁴⁹ Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Halaman: 84

populasi dalam penelitian ini digunakan seluruhnya dalam sampel, maka penelitian ini pun menggunakan teknik *Sampling Jenuh*, dimana *Sampling Jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel⁵⁰. Total sampel yang digunakan sebanyak 33 sampel pada karyawan tetap (bukan pekerja lapangan) PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Tahap-tahap pengolahan data yaitu sebagai berikut :

1. Pengeditan (*Editing*)

Editing adalah kegiatan yang dilakukan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Proses pengeditan dimulai dengan memberi identitas pada instrument penelitian yang telah terjawab, kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrumen pengumpulan data, kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.⁵¹ Data yang akan diproses diperoleh dari hasil penyebaran angket oleh peneliti.

2. Pemberian kode (*Coding*)

⁵⁰ *Ibid* Halaman: 85

⁵¹ Burhan Bungin. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Halaman 164.

Pemberian kode atau *coding* adalah proses identifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam *skor numeric* atau karakter simbol-simbol tertentu.⁵² Teknik *coding* dapat memudahkan peneliti pada saat memasukan data ke dalam program komputer.

3. Pemrosesan Data

Pemrosesan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer statistik agar lebih cepat, lebih akurat dan efisien. Program komputer statistik yang digunakan yaitu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 19.00.

4. Tabulasi

Tabulasi merupakan bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukan data pada *table-tabel* tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.⁵³ Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran *Likert* dengan menggunakan data ordinal. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁵⁴

Alternatif jawaban dari setiap pertanyaan kuesioner dapat berupa :

⁵² Rosady Ruslan. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada. Halaman: 166.

⁵³ Opcit. Halaman: 168.

⁵⁴ Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta. Hal: 93.

Tabel 3.1

Skala Likert

Alternatif Jawaban	Nilai Jawaban
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.1 Skala Likert diolah oleh peneliti
Sumber : Sugiyono 2008:93

3.5 Pengujian Uji Statistik

3.5.1 Uji Validitas Data

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Artinya, alat ukur yang digunakan benar-benar dapat mengukur sifat objek yang diteliti atau mengukur sifat yang lain.⁵⁵ Peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.00 for windows untuk melakukan uji validitas data.

3.5.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas memiliki sifat dapat dipercaya. Dengan kata lain, suatu alat ukur memiliki reliabilitas bila hasil pengukurannya relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama

⁵⁵ Rachmat Kriyantono, 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Hal 141.

atau oleh peneliti lainnya. Karena itu, pertanyaan dalam kuesioner hendaknya dibuat sebaik mungkin, sehingga bila diisi responden hasilnya relatif konsisten.⁵⁶

Pada penelitian ini peneliti menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 16.00* untuk melakukan uji reliabilitas. Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *Alpha-Cronbach*.⁵⁷ Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel *reliability statistic*, lalu hasil tersebut dibandingkan dengan tabel tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *Alpha*, jika nilai *Alpha* hitung lebih besar dari pada *r* tabel maka instrument penelitian dinyatakan reliabel.

Berikut tabel tingkat reliabilitas nilai *Alpha* :

Tabel 3.2

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 s/d 0,80	Reliabel
>0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai Alpha
Sumber : Triton, 2006:248

3.5.3 Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Jika data tersebut terdistribusi normal maka dapat dilakukan pengujian hipotesis. Teknik yang digunakan dalam penelitian

⁵⁶ Ibid. Hal 142.

⁵⁷ Triton Prawira Budi, 2006. *SPSS 13 Terapan Statistic Parametrik*. Yogyakarta. Andi. Hal 248.

untuk menguji normalitas data adalah dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menggunakan *SPSS versi 16.00*. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika hasil uji memiliki nilai probabilitas > 0.05 maka data dinyatakan terdistribusi normal, tetapi jika normalitas memiliki nilai probabilitas < 0.05 maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal.⁵⁸

3.5.4 Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Hasil Uji Frekuensi serta Normalitas data Insrtument Variabel X

Adapun kriteria item atau butir instrument Yang digunakan adalah apabila r hitung $> r$ tabel, berarti item (butir instrument) dinyatakan VALID, dan jika r hitung $\leq r$ tabel, berarti item (butir instrument) dinyatakan TIDAK VALID. Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa semua instrument adalah valid dengan dibuktikan dari nilai r hitung $\leq r$ tabel pada taraf signifikansi 95 persen atau dengan kata lain memiliki tingkat kesalahan sebesar 5 persen. Artinya semua instrument dipakai karena indikator sudah terukur pula dari instrument lainnya. Adapun rumus yang digunakan adalah menggunakan statistik korelasi *Product Moment* dengan bantuan *SPSS Statistics 16.0* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Instrument (Uji Butir Pertanyaan) Variabel X

No	Butir Pertanyaan	Koefisien Korelasi	R Tabel	Keterangan
1	1	0.676	0.344	VALID
2	2	0.575	0.344	VALID
3	3	0.369	0.344	VALID
4	4	0.650	0.344	VALID

⁵⁸ Ibid. Hal 79.

5	5	0.383	0.344	VALID
6	6	0.362	0.344	VALID
7	7	0.411	0.344	VALID
8	8	0.499	0.344	VALID
9	9	0.492	0.344	VALID
10	10	0.592	0.344	VALID
11	11	0.653	0.344	VALID
12	12	0.484	0.344	VALID
13	13	0.563	0.344	VALID
14	14	0.704	0.344	VALID
15	15	0.682	0.344	VALID
16	16	0.585	0.344	VALID
17	17	0.513	0.344	VALID
18	18	0.528	0.344	VALID
19	19	0.571	0.344	VALID
20	20	0.632	0.344	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2012

Adapun hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah nilai *Alpha Cronbach's* pada kegiatan *employee relations* (variabel x) sebesar 0,878. Jika mengacu pada *Siegle* yang menggunakan pedoman *reliability* instrument adalah sebesar 0,3 artinya $0,878 > 0,3$ sehingga instrument yang diuji dapat dikatakan sangat reliabel (Lihat Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha).

Tabel 3.4
Uji Reliabilitas Instrument Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	20

Sumber: Data Primer diolah 2012

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang data hasil penelitian ini maka peneliti mencoba untuk melakukan mean, median dan modus dan normalitas data guna menjaga ketepatan metode statistik yang digunakan, karena apabila data yang dihasilkan tidak normal maka statistik

yang digunakan adalah statistik *non parametric* sedangkan apabila data yang dihasilkan adalah normal maka statistik yang digunakan adalah statistik *parametric*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS Statistics 16.0*. *SPSS* atau *Statistical Product and Service Solution* merupakan program aplikasi yang digunakan untuk melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan komputer.

Tabel 3.5
Standar Deviasi Kegiatan *Employee Relations*
PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

N	Valid	33
	Missing	0
Mean		58.36
Std. Error of Mean		1.301
Median		56.00
Mode		55
Std. Deviation		7.474
Variance		55.864
Skewness		.768
Std. Error of Skewness		.409
Kurtosis		.242
Std. Error of Kurtosis		.798
Range		32
Minimum		45
Maximum		77
Sum		1926

Sumber:
 Data primer
 diolah, 2011

Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan rata-rata atau *mean* dari nilai Kegiatan Internal PR PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang diketahui sebesar 58,36 dengan *standar error of mean* 1,301. Dengan demikian rata-rata kegiatan Internal

PR PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang populasi penelitian adalah berkisar antara $\text{mean} \pm (2 \times 1,301)$ atau berkisar 58.36. Standar deviasi Kegiatan Internal PR PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebesar 7,474 artinya sebaran data berkisar antara 7,474 di bawah rata-rata (50,886) hingga 7,474 di atas rata-rata (65, 834).

Tabel 3.6
Distribusi Frekuensi Kegiatan *Employee Relations*
PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 45	1	3.0	3.0	3.0
49	1	3.0	3.0	6.1
50	3	9.1	9.1	15.2
52	1	3.0	3.0	18.2
53	1	3.0	3.0	21.2
54	3	9.1	9.1	30.3
55	4	12.1	12.1	42.4
56	3	9.1	9.1	51.5
57	3	9.1	9.1	60.6
59	1	3.0	3.0	63.6
60	2	6.1	6.1	69.7
61	1	3.0	3.0	72.7
64	3	9.1	9.1	81.8
65	1	3.0	3.0	84.8
66	1	3.0	3.0	87.9
71	1	3.0	3.0	90.9
72	1	3.0	3.0	93.9
73	1	3.0	3.0	97.0
77	1	3.0	3.0	100.0
Total	33	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, menunjukkan bahwa nilai-nilai pada kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang cukup bervariasi, dimana nilai terendah adalah 45 dan nilai tertinggi adalah 77.

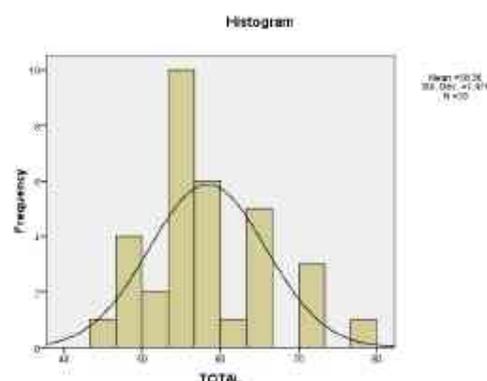
Demikian halnya dengan jumlah responden yang memperoleh nilai-nilai tersebut, dimana dari 33 responden yang memperoleh nilai 45, 49, 52, 53, 59, 61, 65, 66, 71, 72, 73, 74 masing-masing hanya 1 orang atau 3,00 persen. Nilai 60 terdiri dari 2 orang atau 6,1 persen. Nilai 50, 54, 56, 57, 64 masing-masing terdiri dari 3 orang atau 9,1 persen. Nilai 55 terdiri dari 4 orang atau 12,1 persen. Nilai 55 menunjukkan mode atau modus untuk kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Apabila dibandingkan dengan nilai tengah dari top score atau (target maksimum) kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebesar 56.

Berdasarkan nilai distribusinya juga dapat diketahui distribusi kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah normal. Hal ini diketahui dari swekness sebesar 0,768 dan kurtosis yang menunjukkan nilai sebesar 0,242 dimana nilai ini berada pada angka kisaran antara -1 hingga 1 atau -2 hingga 2, berarti distribusi data kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah normal. Apabila digambarkan bentuk distribusi data kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang seperti pada grafik berikut:

Grafik 3.1

Distribusi Kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

Data *relations* Cabang



Sumber: Data Primer diolah

2012

3.5.5 Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Hasil Uji Frekuensi serta Normalitas data Insrtument Variabel Y

Adapun kriteria item atau butir instrument Yang digunakan adalah apabila r hitung $>$ r tabel, berarti item (butir instrument) dinyatakan VALID, Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui bahwa semua instrument adalah valid dengan dibuktikan dari nilai r hitung \leq r tabel pada taraf signifikasi 95 persen atau dengan kata lain memiliki tingkat kesalahan sebesar 5 persen. Artinya semua instrument dipakai karena indikator sudah terukur pula dari instrument lainnya. Adapun rumus yang digunakan adalah menggunakan statistik korelasi *Product Moment* dengan bantuan *SPSS Statistics 16.0* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Instrument (Uji Butir Pertanyaan) Variabel Y

No	Butir Pertanyaan	Koefisien Korelasi	R Tabel	Keteranga n
----	---------------------	-----------------------	---------	----------------

21	21	0.825	0.344	VALID
22	22	0.700	0.344	VALID
23	23	0.797	0.344	VALID
24	24	0.797	0.344	VALID
25	25	0.617	0.344	VALID
26	26	0.748	0.344	VALID
27	27	0.591	0.344	VALID
28	28	0.723	0.344	VALID
29	29	0.627	0.344	VALID
30	30	0.815	0.344	VALID
31	31	0.806	0.344	VALID
32	32	0.751	0.344	VALID
33	33	0.563	0.344	VALID
34	34	0.594	0.344	VALID
35	35	0.703	0.344	VALID
36	36	0.423	0.344	VALID
37	37	0.446	0.344	VALID
38	38	0.382	0.344	VALID
39	39	0.443	0.344	VALID
40	40	0.556	0.344	VALID
41	41	0.712	0.344	VALID
42	42	0.833	0.344	VALID
43	43	0.763	0.344	VALID
44	44	0.599	0.344	VALID
45	45	0.655	0.344	VALID
46	46	0.754	0.344	VALID
47	47	0.682	0.344	VALID
48	48	0.735	0.344	VALID
49	49	0.784	0.344	VALID
50	50	0.620	0.344	VALID

Sumber: Data Primer diolah, 2012

Adapun hasil dari uji reliabilitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah nilai *Alpha Cronbach's* pada motivasi kerja karyawan (variabel Y) sebesar 0,957. Jika mengacu pada *Siegle* yang menggunakan pedoman *reliability* instrument adalah sebesar 0,3 artinya $0,957 > 0,3$ sehingga instrument yang diuji dapat dikatakan sangat reliabel (Lihat Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha).

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas Instrument Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.957	30

Sumber: Data Primer diolah 2012

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang data hasil penelitian ini maka peneliti mencoba untuk melakukan mean, median dan modus dan normalitas data guna menjaga ketepatan metode statistik yang digunakan, karena apabila data yang dihasilkan tidak normal maka statistik yang digunakan adalah statistik *non parametric* sedangkan apabila data yang dihasilkan adalah normal maka statistik yang digunakan adalah statistik *parametric*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS Statistics 16.0*. *SPSS* atau *Statistical Product and Service Solution* merupakan program aplikasi yang digunakan untuk melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan komputer.

Berdasarkan rata-rata atau *mean* dari nilai motivasi kerja kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang diketahui sebesar 86,94 dengan *standar error of mean* 2,573. Dengan demikian rata-rata motivasi kerja kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang populasi penelitian adalah berkisar antara $\text{mean} \pm (2 \times 2,573)$ atau berkisar 86,94. Standar deviasi motivasi kerja kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebesar 14,780 artinya sebaran data berkisar antara 14,780 di bawah rata-rata (72,16) hingga 14,780 di atas rata-rata (101,72).

Tabel 3.9
Standar Deviasi Motivasi Kerja Karyawan
PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

N	Valid	33
Mean		86.94
Std. Error of Mean		2.573
Median		84.00
Mode		78
Std. Deviation		14.780
Variance		218.434
Skewness		-.325
Std. Error of Skewness		.409
Kurtosis		.950
Std. Error of Kurtosis		.798
Range		70
Minimum		44
Maximum		114
Sum		2869

Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, menunjukkan bahwa nilai-nilai pada motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang cukup bervariasi, dimana nilai terendah adalah 44 dan nilai tertinggi adalah 114. Demikian halnya dengan jumlah responden yang memperoleh nilai-nilai tersebut, dimana dari 33 responden yang memperoleh nilai 44, 67, 70, 71, 73, 77, 85, 86, 88, 90, 92, 93, 96, 97, 101, 103, 106, 107, 109, 112, 114 masing-masing hanya 1 orang atau 3,00 persen. Nilai 79, 82, 83, 84 terdiri dari 2 orang atau 6,1 persen. Nilai 78 terdiri dari 3 orang atau 9,1 persen. Nilai 78 menunjukkan mode atau modus untuk motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Apabila dibandingkan dengan nilai tengah dari top score atau (target maksimum) motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebesar 84.

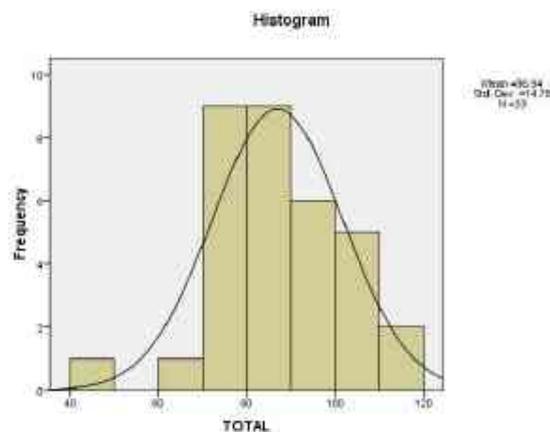
Tabel 3.10
Distribusi Frekuensi Motivasi Kerja Karyawan
PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	44	1	3.0	3.0	3.0
	67	1	3.0	3.0	6.1
	70	1	3.0	3.0	9.1
	71	1	3.0	3.0	12.1
	73	1	3.0	3.0	15.2
	77	1	3.0	3.0	18.2
	78	3	9.1	9.1	27.3
	79	2	6.1	6.1	33.3
	82	2	6.1	6.1	39.4
	83	2	6.1	6.1	45.5
	84	2	6.1	6.1	51.5
	85	1	3.0	3.0	54.5
	86	1	3.0	3.0	57.6
	88	1	3.0	3.0	60.6
	90	1	3.0	3.0	63.6
	92	1	3.0	3.0	66.7
	93	1	3.0	3.0	69.7
	96	1	3.0	3.0	72.7
	97	1	3.0	3.0	75.8
	98	1	3.0	3.0	78.8
	101	1	3.0	3.0	81.8
	103	1	3.0	3.0	84.8
	106	1	3.0	3.0	87.9
107	1	3.0	3.0	90.9	
109	1	3.0	3.0	93.9	
112	1	3.0	3.0	97.0	
114	1	3.0	3.0	100.0	
Total		33	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan nilai distribusinya juga dapat diketahui distribusi motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah normal. Hal ini diketahui dari skewness sebesar $-0,325$ dan kurtosis yang menunjukkan nilai sebesar $0,950$ dimana nilai ini berada pada angka kisaran antara -1 hingga 1 atau -2 hingga 2 , berarti distribusi data motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah normal. Apabila digambarkan bentuk distribusi data data motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang seperti pada grafik berikut:

Grafik 3.2
Distribusi Data Motivasi Kerja Karyawan
PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang



Sumber: Data Primer diolah 2012

3.6 Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Analisis data dimaksudkan untuk menganalisis data dari hasil catatan lapangan, atau dari sumber informasi yang diperoleh.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan kedua variabel, yakni antara variabel kolom kegiatan *Employee Relations* (X) dan variabel Motivasi Kerja Karyawan (Y). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung koefisien korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika kedua variabel normal dan regresi linier, maka rumus yang digunakan *Korelasi Produk Moment*. Teknik statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara skala interval dengan interval lainnya.⁵⁹ Rumusnya:

$$r_w = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

⁵⁹ Rachmat Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Hal 173.

Sumber : Sugiyono 2008:183

Keterangan:

r : koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

N : jumlah individu dalam sampel

X : angka mentah untuk variabel X

Y : angka mentah untuk variabel Y

b. Menafsirkan harga koefisien korelasi dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.11
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Tabel 3,2 Koefisien korelasi
Sumber : Sugiyono 2008:184

c. Uji signifikan koefisien korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan t hitung, dengan rumus:

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

Sumber : Sugiyono 2008:184

2. Menentukan tabel pada taraf signifikansi 5%

3. Pengujian hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

- Hipotesis diterima, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

- Hipotesis ditolak, apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

d. Analisis uji variabel

Dalam analisis ini, perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat persentase skor jawaban dari masing-masing variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

n = skor empirik (skor yang diperoleh)

N = jumlah seluruh skor atau nilai (skor ideal)

Perhitungan persentase ini mempunyai langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan persentase maksimal

$$\frac{\text{Skor maksimal}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

$$\frac{5}{5} \times 100\% = 100\%$$

2. Menentukan angka persentase minimal

$$\frac{\text{Skor minimal}}{\text{Skor maksimal}} \times 100\%$$

$$\frac{1}{5} \times 100\% = 20\%$$

3. Menentukan interval kelas persentase, diperoleh dari pembagian kriteria terhadap rentang persentase rentang persentase ($100\% - 20\% = 80\%$), maka didapat $80\% : 5 = 16\%$.

Untuk mengetahui tingkat kriteria tersebut, selanjutnya skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif persentase diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3.12

Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

No	Rentang Persentase	Kriteria
1	84% – 100%	Sangat Baik
2	83% – 67%	Baik
3	66% – 50%	Cukup Baik
4	49% – 33%	Tidak Baik
5	32% – 16%	Sangat Tidak Baik

3.7 Rancangan Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan pada Bab II, maka tahap pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara hasil perhitungan t hitung dengan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Hipotesis Korelasi

a. $H_0 : \rho = 0$. Tidak terdapat hubungan antara kegiatan *employee relation* dengan motivasi kerja karyawan PT.BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

b. $H_a : \rho \neq 0$. Terdapat hubungan antara kegiatan *employee relation* dengan motivasi kerja karyawan PT.BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

2. Rumusan t hitung dan t tabel

a. Untuk mencari t hitung rumus yang digunakan adalah

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

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

3. Kriteria penerimaan hipotesis

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima, artinya Terdapat hubungan antara kegiatan *employee relation* dengan motivasi kerja karyawan PT.BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti hipotesis nol (H_0) diterima, artinya Tidak terdapat hubungan antara kegiatan *employee relation* dengan motivasi kerja karyawan PT.BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

3.8 Tempat dan Waktu Penelitian

3.8.1 Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang menunjang penelitian yang berjudul **"Peranan *Employee Relations* Dalam meningkatkan motivasi Karyawan (Studi pada PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang"**. Peneliti melakukan pra penelitian dan akan melakukan penelitian pada Kantor PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang yang beralamat di JL. Diponegoro No. 3 Serang Kode : 0020242 Cabang : Bank BRI KC Serang. Karena daerah ini merupakan tempat dimana subjek penelitian berada.

3.8.2 Waktu Penelitian

Rincian Kegiatan	WAKTU PELAKSANAAN			
	Februari	Maret	April	Mei
Pra Penelitian	■			
Pengumpulan Data Penelitian		■		
Rekapitulasi Data Penelitian			■	
Sidang				■

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah PT BRI (Persero)

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wirjaatmadja dengan nama *Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren* atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). **Berdiri tanggal 16 Desember 1895**, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Adanya situasi perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian *Renville* pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Tahun 1960, melalui PERPU No. 41 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama

satu bulan keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan Bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai Bank Umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-undang perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang kepemilikannya masih 100% ditangan Pemerintah.

Anggaran Dasar Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor mengalami beberapa perubahan yaitu:

1. Anggaran Dasar PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Kantor., yang seluruh perubahannya dimuat dalam Akta No. 51 tanggal 26 Mei 2008 yang telah disetujui Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI No.AHU-48353.AH.01.02 Tahun 2008 tanggal 06 Agustus 2008 beserta perubahan-perubahannya.

2. Akta Penyertaan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan (PERSERO) PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor disingkat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor No.51 tanggal 26 Mei 2008.
3. Akta Pernyataan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perusahaan Perseroan (PERSERO) PT Bank Rakyat Indonesia Kantor disingkat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Nomor 7 Tanggal 13 Februari 2009.
4. Akta Pernyataan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perusahaan Perseroan (PERSERO) PT Bank Rakyat Indonesia Kantor disingkat PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Nomor 4 Tanggal 2 Februari 2009.

PT. BRI (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang tetap konsisten, yaitu dengan fokus pembiayaan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berikut *Profile company* dari BRI :

COMPANY HISTORY

Established Date : 16-Dec-1895
Listing Date : 10-Nov-2003
Under Writer IPO :
PT Bahana Securities (affiliated)
Securities Administration Bureau :
PT Datindo Entrycom
Wisma Sudirman
Jln. Jend. Sudirman Kav. 34 - 35 Jakarta 10220
Phone : 570-9009
Fax : 570-9028 - 28

Shareholders Composition					
Shareholder	Nov-03	Dec-07	Dec-08	Dec-09	Dec-10
Government	59.50%	56.83%	56.81%	56.77%	56.75%
Public	40.10%	43.17%	43.19%	43.23%	43.25%
Foreign *)	55.31%	85.66%	81.73%	84.16%	84.25%
Domestic *)	44.69%	14.34%	18.27%	15.84%	15.75%

4.1.2 Visi PT BRI (Persero)

Bank Rakyat Indonesia memiliki visi sebagai berikut:

“Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah”

4.1.3 Misi PT BRI (Persero)

Bank Rakyat Indonesia memiliki misi sebagai berikut:

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek good corporate governance.
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

4.1.4 Logo PT BRI (Persero)



4.1.5 Struktur Organisasi PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

Struktur Organisasi PT BRI (Persero) Kantor Cabng Serang adalah sebagai berikut:

1. Pemimpin Cabang : Fifi Mukhwar
2. Manager Operasional dan Layanan : Nila Hernina
3. Asisten Manager Ops. Dan Layanan : Trigandhi Nurcahyo
4. Asisten Manager bisnis Mikro : Hardono
5. Supervisor penunjang bisnis : Saron T Indriyani
6. Supervisor Penunjang Operasional dan bagian umum : Achmad Taufik
7. Supervisor Layanan Operasional : Hudi Prabowo
8. Supervisor Layanan KAS : Ade Satya Dewi
9. Supervisor Pelayanan KAS : Zulaeha Zaenudin
10. Supervisor Pelayanan KAS : Awan Rachmawan
11. Humas : 1. Yulia Rosana
2. Dwi Adistya
12. SSB Polres : Aan Fitriani
13. Account Officer komersial : 1. Yogie Wirawan
2. Yulian Naranatha
3. Oman D Saputra
4. Benny Manulang
5. Bobby Prinando
6. Daniel Hegawan

7. Pihadi Ramdhan
8. Ahmad Luthfi
9. Kartina Rahmawati

14. Account Officer Consumer : Riezqie Hasanah
15. Account Officer Briguna : 1. Rita Dewi
2. M. Eri Budi Santoso
16. Funding Officer : Ruben Hutasoit
17. Petugas ADK Komersial : 1. Lita Mulasari
2. Ika Febrina S
18. Petugas ADK Briguna : 1. Intan Noviantri
2. Wijayanto
19. Pelaksana Devisa : 1. Septania D
2. Taufik Akbar
3. Febrian Krisnawati
20. Petugas Adm dan Rekons : 1. Lis Nurhayati
2. Tb. Putra Purnama
3. Ikbai Baihaqie
4. Indra Yanti Agustina
21. Pelaksana Logistik : Endin Sardina
22. Pelaksana IT N E-Channel : Komaruzaman
23. Pelaksana Adm Unit : Rifki Nurdiansyah
24. Pelaksana Layanan : 1. Hayani
2. Hajin Anani

25. KK Kepandean :1. Ikhsan Saba Romli
2. Khikmatullah
3. Rusmono
4. Rohiman
- 26.KK Provinsi Banten : 1. Faisal Bahri
2. Tia Astria
3. Mustofa
4. Maman Lukman
27. KK Polres Serang : Dian Meylinda
28. Pelaksana TKK : Erman Suherman
29. Pelaksana Kliring : Nandang
30. Costumer Service : 1. Maulana Mustika Iman
2. Santi Oktavianti
3. Desnia Farametha
4. Angger Endah Lestari
31. Teller Tunai : 1. Rika Mariska
2. Puti Alien N
3. Yulis Cahyarini
4. Arni Hardani
5. Carla Stepanie
6. Novianti Dwi Handayani
7. Soni Zulkifli
8. Sata Bin Sidik

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah yaitu karyawan tetap PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tahun 2012, sejumlah 33 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *Sampling Jenuh*, dimana *Sampling Jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel⁶⁰.

Dalam mengisi kuesioner, responden diminta untuk memberikan identitas diri sebagai penunjang data. Dimana identitas diri meliputi jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan terakhir, dan jabatan.

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Karyawan	Persentase
Laki-laki	19	57,58%
Perempuan	14	42,42%
Jumlah	33	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.1 di atas maka dapat diketahui jumlah responden sebanyak 33 orang, terdiri dari 19 laki-laki dan 14 perempuan. Dengan lebih banyaknya identitas responden yang berjenis kelamin laki-laki, dikarenakan penerimaan karyawan laki-laki untuk status pegawai tetap lebih diutamakan. Hal

⁶⁰ Nawawi, H. 1995. Instrumen Penelitian Sosial. Jakarta : PT. Gunung Agung. Halaman: 123
Halaman: 85

ini menunjukkan bahwa karyawan tetap PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebagian besar berjenis kelamin laki-laki. Dengan banyaknya responden berjenis kelamin laki-laki menunjukkan mayoritas keterwakilan seluruh responden karyawan tetap dalam menilai hubungan kegiatan internal *public relation* dengan motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Usia

Tingkat Usia	Jumlah Karyawan	Persentase
23-30	11	33,33 %
31-39	17	51,51 %
40-50	3	9,10 %
>50	2	6,06%
Jumlah	33	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa responden memiliki usia yang bervariasi, Dari tabel di atas terlihat bahwa persentase terbesar responden berada pada rentang usia 31-39 tahun sebesar 51,51 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan tetap PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah kategori usia produktif dan dewasa secara umur serta pemikiran, sehingga sadar akan pentingnya melaksanakan kinerja secara maksimal dan profesional, sehingga motivasi kerja karyawan masih tinggi dan loyalitas terhadap PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Karyawan	Persentase
(D3-S1)	20	60,60%
S2	13	39,40%
Jumlah	33	100%

Sumber: Data primer diolah, 2012

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas, maka dapat dilihat bahwa responden memiliki latar belakang tingkat pendidikan yang berbeda-beda, dari tabel di atas terlihat bahwa persentase terbesar tingkat pendidikan responden adalah D3-S1 yakni sebesar 60,60 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan tetap PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah rata-rata lulusan D3-S1. Pada tingkat pendidikan ini, PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memandang pentingnya jenjang pendidikan yang tinggi dalam pengangkatan karyawan tetap, mengingat SOP karyawan tetap adalah sangat penting, sehingga sangat berimbang dengan tingkat pendidikan yang memenuhi persyaratan dalam PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

Tabel 4.4
Identitas Responden Berdasarkan Jabatan

Badan Usaha	Jumlah Karyawan	Persentase
Manager	1	3,03%
Assisten Manager	2	6,06%
Supervisor	5	15,16%
Account Officer	11	33,33%
Funding Officer	1	3,03%
Petugas ADK	3	9,09%
Petugas Adm dan Rekons	3	9,09%
Pelaksana Kliring	1	3,03%
<i>Cosrtumer Service</i>	4	12,12%
<i>Teller</i>	2	6,06%
Jumlah	33	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2012

Berdasarkan data tabel 4.4 di atas, maka dapat dilihat bahwa identitas responden berdasarkan jabatan terlihat berbeda-beda. Dari tabel di atas terlihat bahwa persentase terbesar responden berdasarkan jabatan adalah Account Officer, yakni sebesar 33,33 persen. Hal ini menunjukkan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang bergerak pada bisnis industri bank konvensional, dimana berorientasi pada pengembangan nasabah, khususnya di Serang Provinsi Banten. Hal ini menggambarkan visi dan misi PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang seperti yang sudah di paparkan sebelumnya.

4.2.2 Analisis Data

Jenis dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, maka data yang diperoleh tidak hanya berbentuk pernyataan dari hasil penyebaran kuesioner, melainkan ditampilkan dari hasil penelitian yang berbentuk angka yang kemudian diolah. Skala yang dipakai dalam kuesioner adalah skala likert, dimana pilihan jawaban terdiri atas 4 item, antara lain 4 = (Sangat setuju), 3 = (Setuju), 2 = (Tidak setuju), sedangkan 1 = (Sangat tidak setuju).

Pada penelitian ini, peneliti mengukur dua variabel korelasi yaitu, variabel X mengenai kegiatan *employee relations* yang mengutip teori Effendy, dalam bukunya yang berjudul *Human Relations dan Public Relations*, mengenai kegiatan *employee relations* yang terdiri dari 2 dimensi, yakni arus informasi serta aktivitas dan program. Variabel Y mengenai motivasi kerja karyawan yang mengutip dari teori Maslow, dimana dalam teori ini memiliki 5 dimensi yakni, Kebutuhan Fisiologi, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Prestasi, Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja

Untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai hubungan kegiatan *employee relations* PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Lebih lengkapnya peneliti menguraikannya dalam bentuk grafik disertai penjelasan dan kesimpulan hasil jawaban dari pernyataan yang diajukan kepada para responden melalui penyebaran kuesioner yaitu sebagai berikut:

1. Arus Informasi

Dimensi arus informasi merupakan salah satu kegiatan *employee*

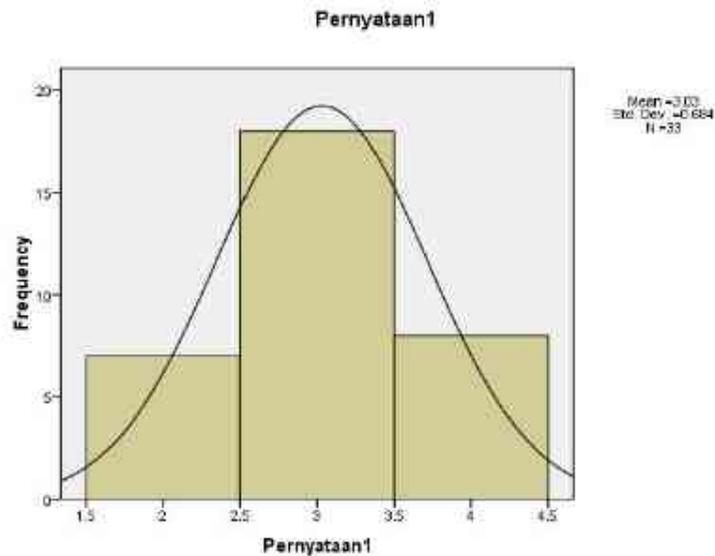
relations, yang terdiri dari indikator Komunikasi Ke Atas, Komunikasi Sejar, Komunikasi Ke Bawah.

a. Komunikasi ke atas

Indikator komunikasi ke atas terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **Penyampaian informasi yang berkaitan dengan pekerjaan kepada atasan dirasa sangat mudah**. Data hasil penelitian menunjukkan 54,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. dilihat bahwa 18 responden atau sebesar 54,5 persen menjawab setuju pada pernyataan bahwa Penyampaian informasi yang berkaitan dengan pekerjaan kepada atasan dirasa sangat mudah, 8 responden atau 24,2 persen menjawab sangat setuju, 7 responden atau sebesar 21,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.1
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Kemudahan
Penyampaian Informasi Yang Berkaitan Dengan Pekerjaan
Kepada Atasan

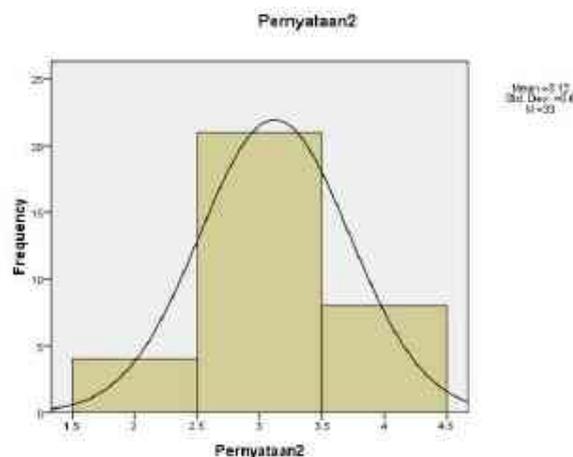


2. AktifiSumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat terlihat mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sudah dapat dikatakan berhasil dalam penyampaian arus informasi kepada atasan sudah sangat mudah, dikarenakan pada perusahaan ini dalam penyampaian arus informasinya sudah diatur sesuai dengan peraturan perusahaan yang berlaku.

Kedua, pernyataan mengenai **arus penyampaian informasi kerja dan laporan penyelesaian kerja kepada atasan tidak berbelit**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 21 responden atau sebesar 63,6 persen menjawab setuju pada pernyataan bahwa arus penyampaian informasi kerja dan laporan penyelesaian kerja kepada atasan tidak berbelit, 8 responden atau 24,2 persen menjawab sangat setuju, 4 responden atau sebesar 12,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik di bawah ini:

Grafik 4.2
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Arus Penyampaian Informasi Kerja Dan Laporan Penyelesaian Kerja Kepada Atasan Tidak Berbelit-Belit



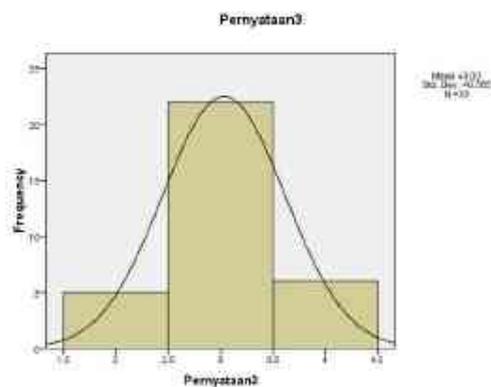
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sudah dapat dikatakan

berhasil dalam arus penyampaian informasi kerja dan laporan penyelesaian kerja kepada atasan tidak berbelit, dikarenakan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang dalam penyampain arus informasi kepada atasan, tidak ada batasan. Artinya setiap jenjang jabatan karyawan telah d atur jelas mengenai hal tersebut. Sebagai contoh, untuk bagian *frontliner officer*, pada perusahaan ini dikepalai oleh seorang *funding officer* untuk bertanggung jawab pada bagian *frontliner officer*, seperti teller dan *Costumer Service*.

Ketiga, pernyataan mengenai **komunikasi dari bawahan kepada atasan mengenai pekerjaan berjalan secara dinamis**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 66,7 persen menjawab setuju pada pernyataan. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.3
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Komunikasi Dari Bawahan Kepada Atasan Mengenai Pekerjaan Berjalan Secara Dinamis



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat 22 responden atau sebesar 66,7 persen menjawab setuju pada pernyataan bahwa arus penyampaian informasi kerja dan laporan penyelesaian kerja kepada atasan tidak berbelit, 6 responden atau 18,2 persen menjawab sangat setuju, 5 responden atau sebesar 17,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang kegiatan *employee relations* pada pernyataan komunikasi dari bawahan kepada atasan mengenai pekerjaan berjalan secara dinamis. Memang dalam pernyataan di lapangan hal ini sangat terlihat jelas, komunikasi diantara sesama karyawan terlihat dinamis, dikarenakan pada PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, diantara karyawannya sudah terjalin komunikasi yang baik, dan perusahaan ini menerapkan *briefing* setiap pagi (sebelum dilaksanakan kerja) dan sore (setelah dilaksanakan pekerjaan) para karyawan serta jajarannya.

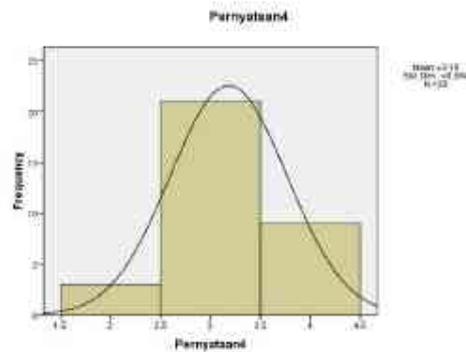
b. Komunikasi sejajar

Indikator komunikasi ke atas terdiri dari 2 pernyataan

Pertama, pernyataan mengenai **karyawan saling bertukar informasi seputar pekerjaan dan realisasi tugas dengan karyawan lainnya**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 21 responden atau sebesar 63,6 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan saling

bertukar informasi seputar pekerjaan dan realisasi tugas dengan karyawan lainnya, 9 responden atau 27,3 persen menjawab sangat setuju, 3 responden atau sebesar 9,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.4
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Saling Bertukar Informasi Seputar Pekerjaan Dan Realisasi Tugas Dengan Karyawan Lainnya



Sumber: Data Primer diolah 2012

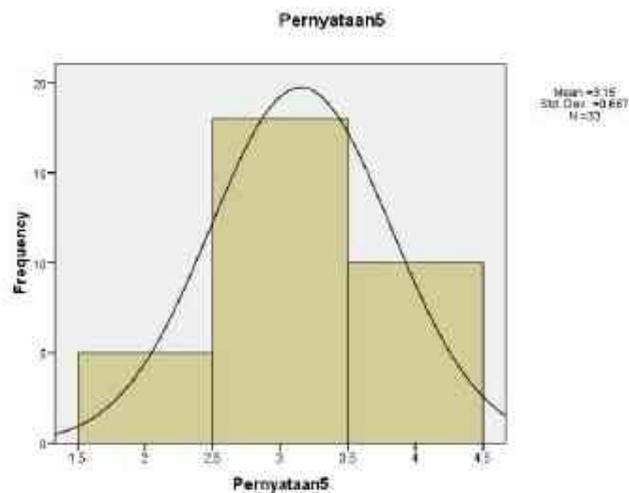
Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 21 responden atau sebesar 63,6 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan saling bertukar informasi seputar pekerjaan dan realisasi tugas dengan karyawan lainnya, 9 responden atau 27,3 persen menjawab sangat setuju, 3 responden atau sebesar 9,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang

Serang kegiatan *employee relations* pada pernyataan karyawan saling bertukar informasi seputar pekerjaan dan realisasi tugas dengan karyawan lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Yulia Roasa selaku Humas PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, yakni beliau berkata *"Komunikasi antara karyawan di Bank BRI sangat baik, untuk menampung aspirasi karyawan dapat di salurkan melalui media Serikat Pekerja Bank BRI. Alur: dalam wadah serikat pekerja (Top to down; Down to Top antara serikat pekerja dan keryawan)"*

Kedua, pernyataan mengenai **karyawan sering melakukan komunikasi dengan sesama karyawan sebelum memberikan informasi kepada karyawan atau kepada atasan**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 18 responden atau sebesar 54,5 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan sering melakukan komunikasi dengan sesama karyawan sebelum memberikan informasi kepada karyawan atau kepada atasan, 10 responden atau 30,3 persen menjawab sangat setuju, 15 responden atau sebesar 15,5 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.5
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Sering Melakukan Komunikasi Dengan Sesama Karyawan Sebelum Memberikan Informasi Kepada Karyawan Atau Kepada Atasan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan karyawan sering melakukan komunikasi dengan sesama karyawan sebelum memberikan informasi kepada karyawan atau kepada atasan, hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu karyawan bank yakni mba Desnia selaku *costumer service* di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, Ia mengatakan bahwa: “*Dengan arus komunikasi yang berlaku di perusahaan kepada atasan, bawahan atau sesama karyawan saya rasakan sudah merasa puas karena segala sesuatunya sudah sesuai dengan arus*

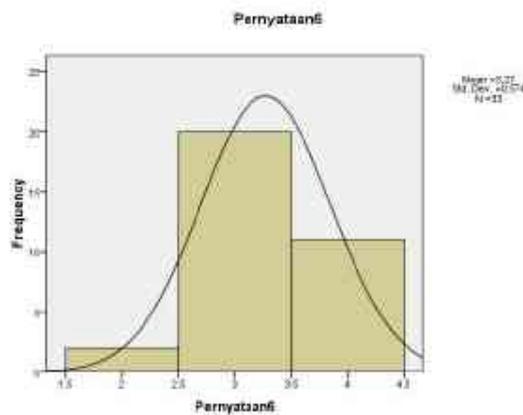
komunikasi top to down dan down to top". Hal ini dapat diartikan sudah sangat jelas, bahwa perusahaan ini sudah mengatur sangat jelas mengenai hal tersebut.

c. Komunikasi ke bawah

Indikator komunikasi ke bawah terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **petunjuk dan instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan kepada bawahan mudah di pahami dan di mengerti**. Data hasil penelitian menunjukkan 60,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.6
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Petunjuk Dan Instruksi Pekerjaan Yang Diberikan Oleh Atasan Kepada Bawahan Mudah Di Pahami Dan Di Mengerti



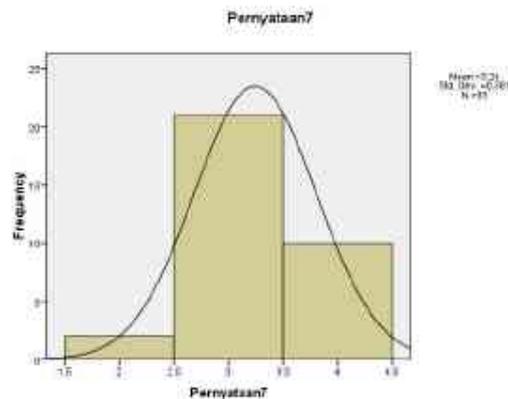
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 20 responden atau sebesar 60,6 persen menjawab setuju pada pernyataan petunjuk dan instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan kepada bawahan mudah di pahami dan di mengerti, 11 responden atau 33,3 persen menjawab sangat setuju, 2 responden atau sebesar 6,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada saat petunjuk dan instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan kepada bawahan mudah di pahami dan di mengerti. Seperti sudah dijelaskan, bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memang rutin melakukan *breafing* sebelum dan sesudah melakukan pekerjaan di kantor

Kedua, pernyataan mengenai **atasan selalu memberikan pengarahan kepada bawahan, jika melakukan kesalahan**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 21 responden atau sebesar 63,6 persen menjawab setuju pada pernyataan petunjuk dan instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan kepada bawahan mudah di pahami dan di mengerti, 10 responden atau 30,3 persen menjawab sangat setuju, 2 responden atau sebesar 6,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.7
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Atasan Selalu
Memberikan Pengarahan Kepada Bawahan, Jika Melakukan
Kesalahan

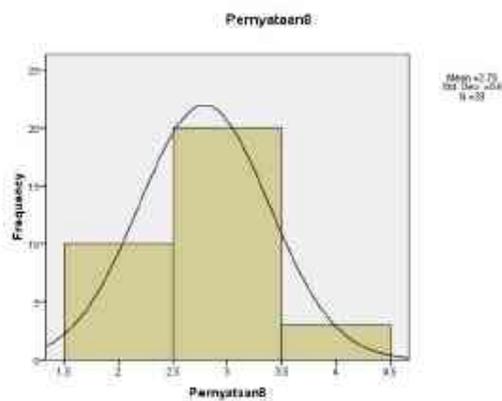


Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada saat atasan selalu memberikan pengarahan kepada bawahan, jika melakukan kesalahan. Seperti ketahui, setiap perusahaan pasti memiliki tujuan yang baik, sama halnya dengan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, pada saat karyawan melakukan kesalahan, dapat dipastikan karyawan tersebut mendapatkan teguran.

Ketiga, pernyataan mengenai **dalam pengambilan keputusan, atasan selalu melibatkan partisipasi serta afiliasi dengan karyawan.** Data hasil penelitian menunjukkan 60,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.8
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Dalam Pengambilan Keputusan Atasan Selalu Melibatkan Partisipasi Serta Afiliasi dengan Karyawan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 20 responden atau sebesar 60,6 persen menjawab setuju pada pernyataan petunjuk dan instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan kepada bawahan mudah di pahami dan di mengerti, 10 responden atau 30,3 persen menjawab sangat setuju, 3 responden atau sebesar 9,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada instruksi pekerjaan yang diberikan oleh atasan kepada bawahan mudah di pahami dan di mengerti. Hal ini terlihat jelas dari kinerja para karyawannya yang sangat profesional. Itu dapat dikatakan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sudah sangat baik.

2. Aktifitas dan Program

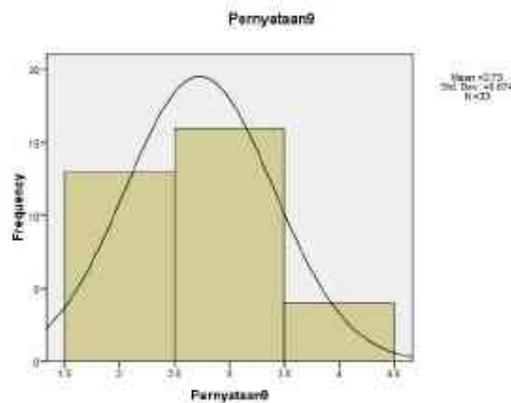
Dimensi aktifitas dan program merupakan salah satu kegiatan *employee relations*, yang terdiri dari indikator pelatihan, pendidikan, penghargaan, *special event*, dan program media komunikasi internal.

a. Pelatihan

Indikator aktifitas dan program pelatihan terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **materi dan informasi yang diperoleh selama masa pelatihan sesuai dengan uraian pekerjaan atau uraian tugas yang setiap hari dikerjakan di kantor** Data hasil penelitian menunjukkan 48,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.9
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Materi Dan Informasi
Yang Diperoleh Selama Masa Pelatihan Sesuai Dengan Uraian
Pekerjaan Atau Uraian Tugas Yang Setiap Hari Dikerjakan Di
Kantor



Sumber: Data Primer diolah 2012

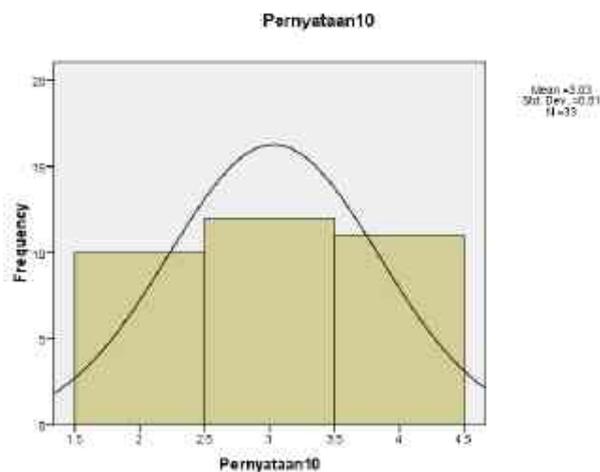
Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 16 responden atau sebesar 48,5 persen menjawab setuju pada materi dan informasi yang diperoleh selama masa pelatihan sesuai dengan uraian pekerjaan atau uraian tugas yang setiap hari dikerjakan di kantor, 14 responden atau 39,4 persen menjawab sangat setuju, 4 responden atau sebesar 12,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada materi dan informasi yang diperoleh selama masa pelatihan sesuai dengan uraian pekerjaan atau uraian tugas yang setiap hari dikerjakan di kantor. Hal ini dapat diartikan, bahwa PT BRI (Persero)

Kantor Cabang Serang memang memberikan pelatihan guna para karyawan, terutama pelatihan karyawan baru dan atau untuk karyawan yang akan berpindah jabatan ataupun jenjang karier.

Kedua, pernyataan mengenai **pihak Manajemen (Perusahaan) selalu memberikan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan profesionalisme karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 36,4 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.10
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Pihak Manajemen (Perusahaan) Selalu Memberikan Pelatihan Yang Bertujuan Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Profesionalisme Karyawan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 12 responden atau sebesar 36,4 persen menjawab setuju pada pihak Manajemen (Perusahaan) selalu memberikan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan profesionalisme karyawan, 11 responden atau 33,3 persen menjawab sangat setuju, 10 responden atau sebesar 30,3 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pihak Manajemen (Perusahaan) selalu memberikan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan profesionalisme karyawan. Hal ini dipertegas oleh humas PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, bahwasannya ibu Yulia Rosana mengatakan “*Seiring dengan persaingan bisnis yang semakin meningkat dalam bisnis perbankan Bank BRI sangat mengutamakan kualitas SDM nya guna mendukung kegiatan operasionalnya, untuk itu program pendidikan dan pelatihan selalu dilakukan secara rutin dan berkala (setiap tahun dan pada saat dibutuhkan) dalam rangka peningkatan kualitas SDM di setiap lini atau bagian*”.

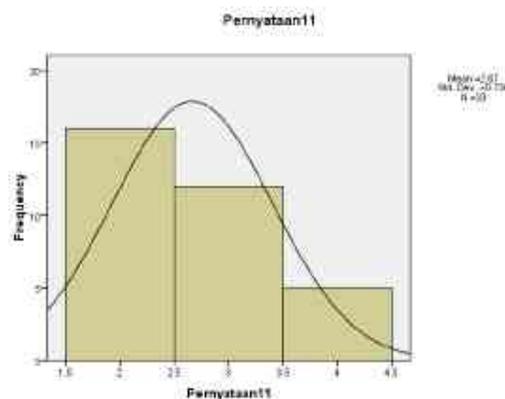
b. Pendidikan

Indikator aktifitas dan program pendidikan terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **perusahaan memberikan biaya pendidikan formal bagi karyawan yang berprestasi di kantor**. Data

hasil penelitian menunjukkan 48,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.11
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Memberikan Biaya Pendidikan Formal Bagi Karyawan Yang Berprestasi Di Kantor



Sumber: Data Primer diolah 2012

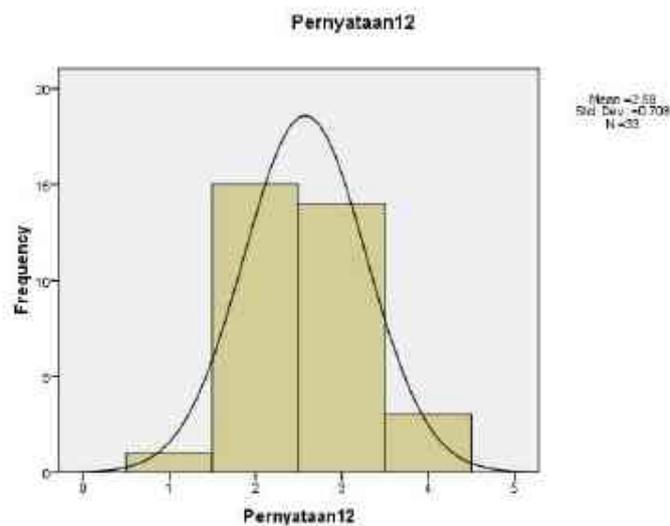
Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 16 responden atau sebesar 48,5 persen menjawab tidak setuju pada perusahaan memberikan biaya pendidikan formal bagi karyawan yang berprestasi di kantor, 12 responden atau 36,4 persen menjawab setuju, 5 responden atau sebesar 15,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tidak selalu memberikan biaya pendidikan formal bagi karyawan yang berprestasi di kantor itu, karena memang perusahaan tidak

selalu memberikan biaya pendidikan tersebut kepada setiap karyawan. Namun, perusahaan hanya memberikan biaya pendidikan formal kepada beberapa karyawan yang sudah memenuhi persyaratan dan kualifikasi yang dimiliki karyawan.

Kedua, pernyataan mengenai **perusahaan membiayai bagi setiap karyawan yang akan naik jabatan namun belum menempuh pendidikan formal sesuai jabatan**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik di bawah ini:

Grafik 4.12
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Membiayai Bagi Setiap Karyawan Yang Akan Naik Jabatan Namun Belum Menempuh Pendidikan Formal Sesuai Jabatan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab tidak setuju perusahaan membiayai bagi setiap karyawan yang akan naik jabatan namun belum menempuh pendidikan formal sesuai jabatan, 1 atau 3,0 persen responden menjawab sangat tidak setuju, 14 responden atau 42,4 persen menjawab setuju, 3 responden atau sebesar 9,1 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada perusahaan membiayai bagi setiap karyawan yang akan naik jabatan namun belum menempuh pendidikan formal sesuai jabatan, karena PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tidak memberikan biaya untuk pendidikan formal. Semakin tinggi jenjang pendidikan yang dimiliki oleh seorang karyawan, maka jenjang karier pun akan semakin tinggi. Oleh karena itu, perusahaan tidak memenuhi hal tersebut, terkecuali karyawan tersebut sudah memenuhi kualifikasi yang telah dimiliki oleh perusahaan.

c. Penghargaan

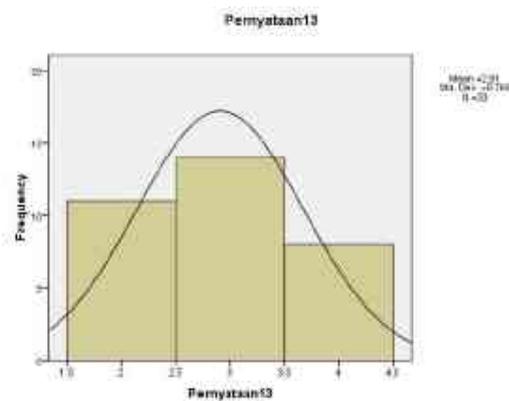
Indikator aktifitas dan program penghargaan terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **perusahaan selalu membuat konsep penghargaan bagi karyawan yang berprestasi dan masa pengabdian secara berskala**. Data hasil penelitian menunjukkan 42,4

persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut.

Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.13
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Selalu Membuat Konsep Penghargaan Bagi Karyawan yang Berprestasi dan Masa Mengabdian Secara Berskala



Sumber:
Data Prime

diolah 2012

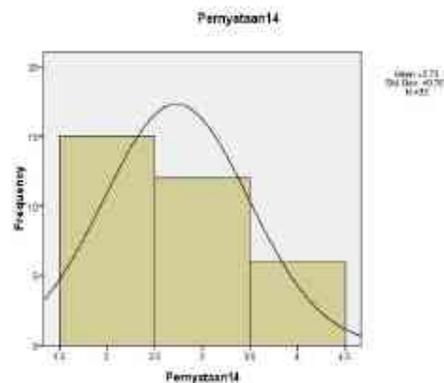
Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 14 responden atau sebesar 42,4 persen menjawab setuju perusahaan selalu membuat konsep penghargaan bagi karyawan yang berprestasi dan masa mengabdian secara berskala, 8 responden atau 24,2 persen menjawab sangat setuju, 11 responden atau sebesar 33,3 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada perusahaan selalu membuat konsep penghargaan bagi

karyawan yang berprestasi dan masa mengabdikan secara berskala. Itu berarti PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang peduli pada karyawanan hasil kinerja karyawan. Hal ini pun dipertegas oleh humas PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, ibu Yulia Rosana bahwa *“Pemberian penghargaan diberikan Bank BRI kepada semua SDM BRI yang telah mengabdikan kepada BRI dalam jangka waktu tertentu dan tidak dalam hukuman jabatan. Pemberian Penghargaan diberikan dalam bentuk Piagam penghargaan; medali dan uang tanda jasa”*.

Kedua, pernyataan mengenai **perusahaan terbuka dalam memberikan penghargaan untuk karyawan berprestasi**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.14
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Terbuka Dalam Memberikan Penghargaan Untuk Karyawan Berprestasi



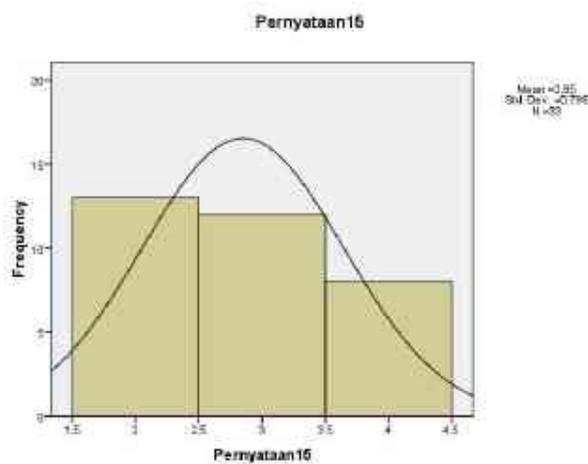
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,4 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan perusahaan terbuka dalam memberikan penghargaan untuk karyawan berprestasi, 12 responden atau 36,4 persen menjawab setuju, 6 responden atau sebesar 18,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan perusahaan terbuka dalam memberikan penghargaan untuk karyawan berprestasi tersebut terlihat tidak sesuai dengan kenyataannya, karena karyawan merasa hal tersebut tidak benar adanya. Untuk penghargaan yang diberikan, biasanya tertutup, khusus kepada karyawan yang memiliki wewenang dan jajaran khusus perusahaan.

Ketiga, pernyataan mengenai **penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan sangat memotivasi dalam bekerja**. Data hasil penelitian menunjukkan 39,4 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.15
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Penghargaan Yang
Diberikan Perusahaan Kepada Karyawan Sangat Memotivasi Dalam
Bekerja



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa 13 responden atau sebesar 39,4 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan sangat memotivasi dalam bekerja, 12 responden atau 36,4 persen menjawab setuju, 8 responden atau sebesar 24,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan sangat memotivasi dalam bekerja tidak disetujui oleh karyawan, karena pada karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang

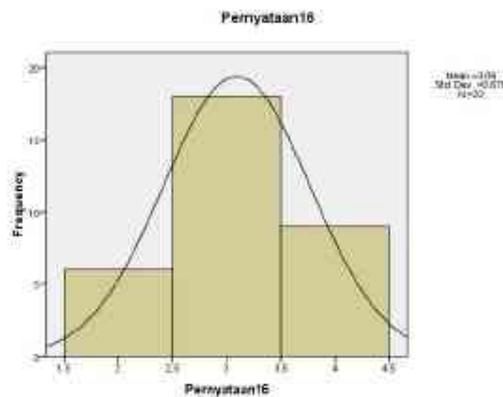
Serang, untuk sebuah penghargaan bukan sebagai motivasi yang besar. Hal ini dipertegas oleh salah satu karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, Desnia selaku *costumer service* disana menyatakan bahwa: *"Hmm.. saya rasa untuk sebuah motivasi bekerja itu tergantung dari individu setiap karyawan yaaa.. bila dikaitkan dengan penghargaan yang diberikan, rasanya kurang untuk sebuah motivasi. Karena tujuan dari bekerja itu kan yang utama bukan terdapat pada sebuah penghargaan. Realitanya kita bekerja untuk bertahan hidup. Hehe.."*

d. Special Event

Indikator aktifitas dan program *special event* terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai ***Special Event* yang diadakan perusahaan selalu sangat menyenangkan karyawan karena merupakan kebutuhan bagi karyawan.** Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 18 responden atau sebesar 54,5 persen menjawab setuju pada pernyataan *Special Event* yang diadakan perusahaan selalu sangat menyenangkan karyawan karena merupakan kebutuhan bagi karyawan, 9 responden atau 27,3 persen menjawab sangat setuju, 6 responden atau sebesar 18,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.16
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan *Special Event* Yang
Diadakan Perusahaan Selalu Sangat Menyenangkan Karyawan
Karena Merupakan Kebutuhan Bagi Karyawan



Sumber:

Data

Primer

diolah 2012

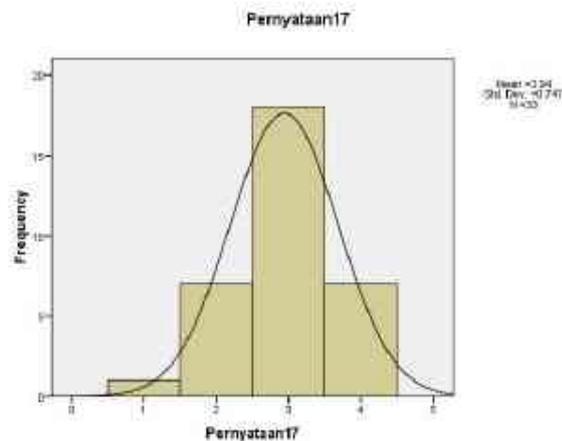
Berdasarkan

grafik di atas dapat dilihat mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan *Special Event* yang diadakan perusahaan selalu sangat menyenangkan karyawan karena merupakan kebutuhan bagi karyawan. PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang mengadakan *Special event* ini sering dilakukan pada waktu-waktu tertentu. Oleh karena itu, karyawan setuju pada kegiatan *employee relations* ini. Selain untuk *refreshing* para karyawan. *Special event* ini pun dapat menambah rasa kekeluargaan dan mempererat tali silaturahmi antar pegawai perusahaan ataupun para *stakeholder*nya, khususnya pada PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Hal ini dipertegas dengan pernyataan humas perusahaan, ibu Yulia Rosana menyatakan bahwa: “*Even yang terkait dengan bisnis diadakan secara rutin sebagai contoh:*

Untung Beliung Britama (Semesteran); Pesta Rakyat Simpedes (Semesteran); atau event-event terkait akuisisi nasabah baru (mingguan dan bulanan). Even yang terkait dengan CSR, Corporate Image biasanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu."

Kedua, pernyataan mengenai **stress dalam bekerja dapat mudah hilang dengan special event yang di adakan perusahaan**. Data hasil penelitian menunjukkan 54,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.17
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Stress Dalam Bekerja Dapat Mudah Hilang Dengan Special Event Yang Diadakan Perusahaan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 18 responden atau sebesar

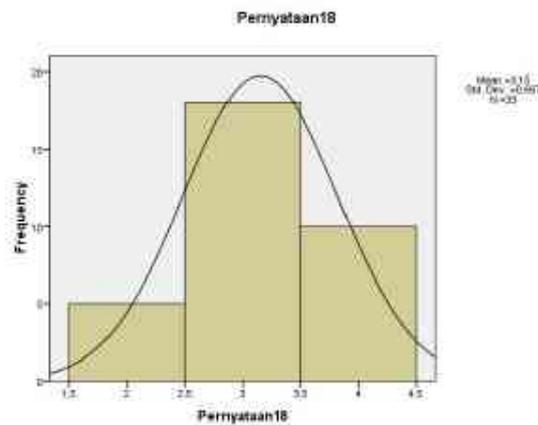
54,5 persen menjawab setuju pada pernyataan stress dalam bekerja dapat mudah hilang dengan *special event* yang di adakan perusahaan, 7 responden atau 21,2 persen menjawab sangat setuju, 7 responden atau sebesar 21,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan stress dalam bekerja dapat mudah hilang dengan *special event* yang di adakan perusahaan. Seperti sudah dijelaskan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang mengadakan *special event* setiap tahunnya, sehingga selama karyawan bekerja dalam satu tahun, perusahaan mengadakan *special event* ini untuk menyenangkan para karyawan, dan menghilangkan rasa stress selama 1 tahun bekerja.

Ketiga, pernyataan mengenai ***special event yang diadakan perusahaan menjadi kebutuhan pokok karyawan***. Data hasil penelitian menunjukkan 18 responden atau sebesar 54,5 persen menjawab setuju pada pernyataan *special event* yang diadakan perusahaan menjadi kebutuhan pokok karyawan, 10 responden atau 30,3 persen menjawab sangat setuju, 5 responden atau sebesar 15,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.18

Jawaban Responden Mengenai Pernyataan *Special Event* Yang Diadakan Perusahaan Menjadi Kebutuhan Pokok Karyawan



**Sumber:
Data
Primer
diolah**

2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan *special event* yang diadakan perusahaan menjadi kebutuhan pokok karyawan. Hal ini diadakan agar karyawan tidak merasa jenuh saat bekerja, dan menambah motivasi dalam melakukan pekerjaan.

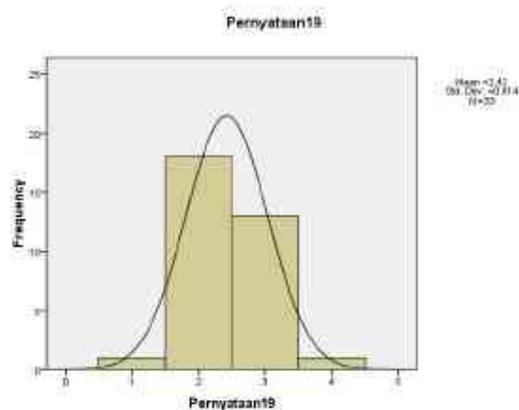
e. Program Media Komunikasi Internal

Indikator aktifitas dan program *special event* terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat memotivasi dalam bekerja**. Data hasil penelitian menunjukkan 54,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak

setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.19
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Media Komunikasi Internal Yang Dibuat Oleh Perusahaan Sangat Memotivasi Dalam Bekerja



Sumber:
Data
Primer
diolah
2012

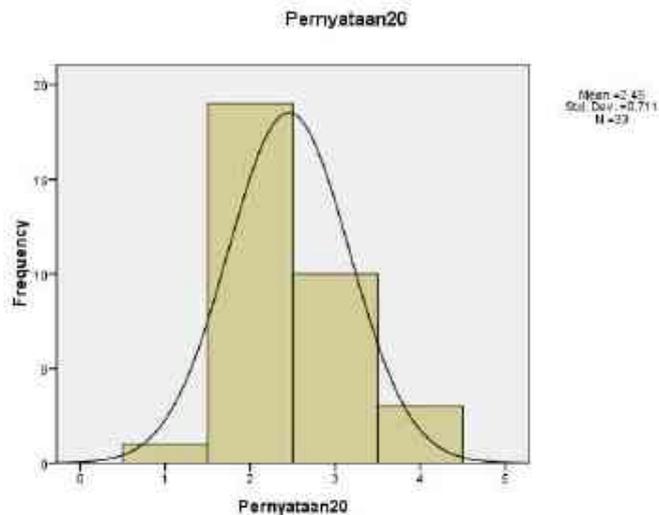
Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 18 responden atau sebesar 54,5 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat memotivasi dalam bekerja, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju, 13 responden atau 39,4 persen menjawab setuju, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat memotivasi dalam bekerja. Pernyataan tersebut ternyata tidak benar. Dalam hal ini media komunikasi internal yang ada di PT BRI

(Persero) Kantor Cabang Serang terlihat tidak menjadi alasan motivasi karyawan dalam bekerja. Ini terlihat dari jawaban terbesar karyawan menyatakan tidak setuju dengan hal tersebut.

Kedua, pernyataan mengenai **media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat efektif dalam menumbuhkan rasa loyalitas karyawan pada perusahaan**. Data hasil penelitian menunjukkan 57,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.20
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Media Komunikasi Internal Yang Dibuat Oleh Perusahaan Sangat Efektif Dalam Menumbuhkan Rasa Loyalitas Karyawan Pada Perusahaan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 19 responden atau sebesar 57,6 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat efektif dalam menumbuhkan rasa loyalitas karyawan pada perusahaan, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju, 10 responden atau 30,3 persen menjawab setuju, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat efektif dalam menumbuhkan rasa loyalitas

karyawan pada perusahaan tidak disetujui oleh para reponden atau karyawan. Hal ini dipertegas oleh pernyataan karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, yakni mba Desnia, beliau mengatakan bahwa: *“Ada, salah satunya Media komunikasi internalnya itu semacam chat online antar karyawan. Tapi menurut saya media komunikasi internal itu lebih bersifat komunikasi pribadi kali ya, soalnya pembahasannya itu lebih informal, jadi komunikasi media internal yang ada kurang efektif dalam memotivasi karyawan dalam pekerjaan, dan cenderung lebih efektif dalam membangun team work yang baik antar karyawan”*.

Untuk selanjutnya dijelaskan mengenai Variabel Y, tentang motivasi kerja karyawan yang mengutip dari teori Maslow, dimana dalam teori ini memiliki 5 dimensi yakni, Kebutuhan Fisiologi, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Prestasi, Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja.

Untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai motivasi kerja karyawan PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Lebih lengkapnya peneliti menguraikannya dalam bentuk grafik disertai penjelasan dan kesimpulan hasil jawaban dari pernyataan yang diajukan kepada para responden melalui penyebaran kuesioner yaitu sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fisiologi

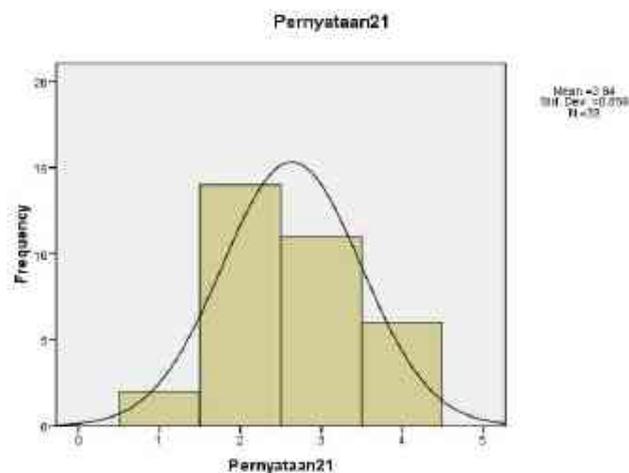
Dimensi kebutuhan fisiologi merupakan salah satu motivasi kerja yang terdiri dari Gaji Tercukupi, Pemberian Fasilitas Kerja, Tunjangan-Tunjangan.

a. Gaji Tercukupi

Indikator gaji tercukupi terdiri dari 4 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **standar gaji yang diberlakukan di perusahaan sudah sesuai dengan pekerjaan yang dijalankan oleh karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 42,4 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.21
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Standar Gaji Yang Diberlakukan Di Perusahaan Sudah Sesuai Dengan Pekerjaan Yang Dijalankan Oleh Karyawan



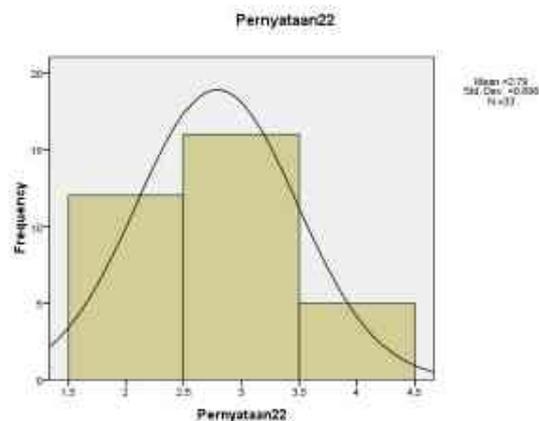
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 14 responden atau sebesar 42,4 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan standar gaji yang diberlakukan di perusahaan sudah sesuai dengan pekerjaan yang dijalankan oleh karyawan, 2 responden atau sebesar 6,1 persen menjawab sangat tidak setuju, 11 responden atau 33,3 persen menjawab setuju, 6 responden atau sebesar 16,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan standar gaji yang diberlakukan di perusahaan sudah sesuai dengan pekerjaan yang dijalankan oleh karyawan itu tidak disetujui oleh para karyawan. Dapat dianalisis, bahwa untuk mempersoalkan mengenai gaji sangat "sensitif". Namun menurut Humas PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang ibu Yulia Rosana menyatakan bahwa: "*Gaji di berikan secara serentak tiap bulan per tanggal 25 masuk kedalam rekening karyawan secara otomatis*".

Kedua, pernyataan mengenai **perusahaan memberlakukan standar gaji yang diberikan berdasarkan masa kerja karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 48,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.22
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan
Memberlakukan Standar Gaji Yang Diberikan Berdasarkan Masa
Kerja Karyawan



Sumber: Data Primer diolah 2012

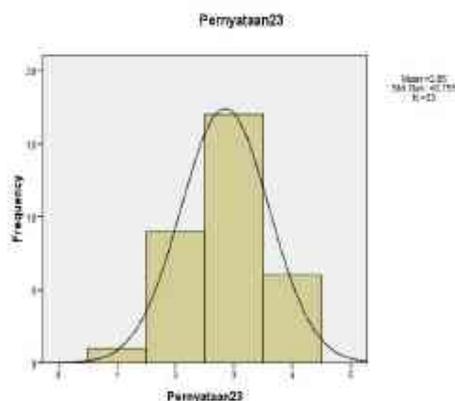
Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 16 responden atau sebesar 48,5 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan memberlakukan standar gaji yang diberikan berdasarkan masa kerja karyawan, 5 responden atau 15,2 persen menjawab sangat setuju, 12 responden atau sebesar 36,4 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan perusahaan memberlakukan standar gaji yang diberikan berdasarkan masa kerja karyawan. Seperti kita ketahui setiap perusahaan sudah diatur dalam perundang-undangan ketenagakerjaan mengenai

standar gaji yang diberikan kepada tenaga kerja. Sama halnya dengan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pun memberlakukan standar gaji yang diberikan berdasarkan masa kerja karyawan.

Ketiga, pernyataan mengenai **sistem pemberian gaji yang berlaku di perusahaan sudah baik dan profesional**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 17 responden atau sebesar 51,5 persen menjawab setuju pada pernyataan sistem pemberian gaji yang berlaku di perusahaan sudah baik dan profesional, 6 responden atau 18,2 persen menjawab sangat setuju, 9 responden atau sebesar 27,3 persen menjawab tidak setuju dan 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.23
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Sistem Pemberian Gaji Yang Berlaku Di Perusahaan Sudah Baik Dan Profesional



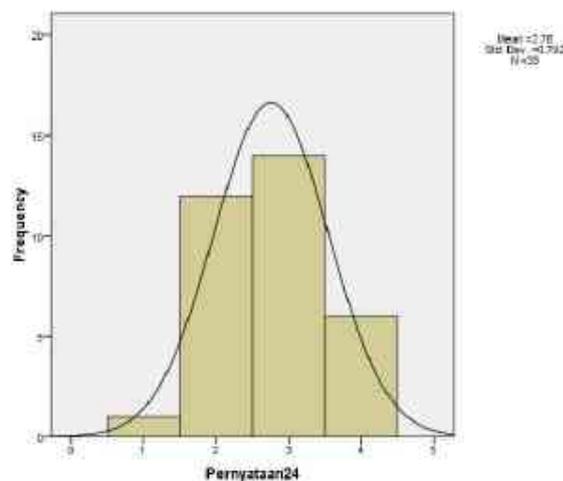
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat mayoritas dari responden

menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada sistem pemberian gaji yang berlaku di perusahaan sudah baik dan profesional. Ini dapat dikatakan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sudah profesional dalam dunia bisnis perbankan dalam memperhatikan karyawan. Hal ini dipertegas oleh salah seorang karyawan bank, yakni mba Desnia selaku *costumer Service*, ia menyatakan “Gaji yang diterima selama ini sudah dirasa cukup sesuai dengan profil jabatan masing-masing”.

Keempat, pernyataan mengenai **perusahaan memberlakukan sistem pemberian gaji berdasarkan masa kerja dan jenjang pendidikan yang di miliki karyawan secara baik**. Data hasil penelitian menunjukkan 42,4 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik di bawah ini:

Grafik 4.24
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Memberlakukan Sistem Pemberian Gaji Berdasarkan Masa Kerja Dan Jenjang Pendidikan Yang Di Miliki Karyawan Secara Baik



Sumber: Data primer diolah 2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 14 responden atau sebesar 42,4 persen menjawab setuju pada perusahaan memberlakukan sistem pemberian gaji berdasarkan masa kerja dan jenjang pendidikan yang dimiliki karyawan secara baik, 6 responden atau 18,2 persen menjawab sangat setuju, 12 responden atau sebesar 36,4 persen menjawab tidak setuju dan 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pernyataan perusahaan memberlakukan sistem pemberian gaji berdasarkan masa dan jenjang pendidikan yang dimiliki karyawan secara baik. Hal ini semakin memperlihatkan bahwa perusahaan ini, sudah sangat profesional menjalankan bisnis dunia perbankan.

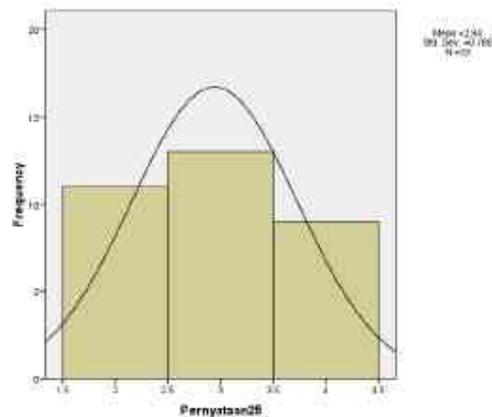
b. Pemberian fasilitas kerja

Indikator fasilitas kerja terdiri dari 4 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **perusahaan menyediakan fasilitas kerja sesuai dengan kebutuhan kerja secara lengkap**. Data hasil penelitian menunjukkan 39,4 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.25

Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Menyediakan Fasilitas Kerja Sesuai Dengan Kebutuhan Kerja Secara Lengkap



Sumber: Data Primer diolah 2012

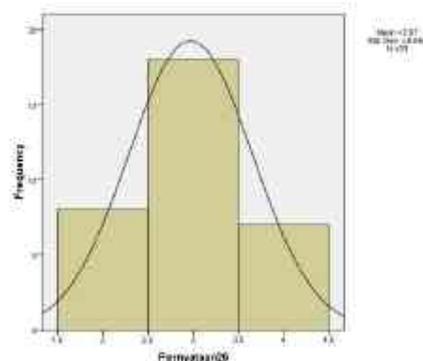
Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa 13 responden atau sebesar 39,4 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan menyediakan fasilitas kerja sesuai dengan kebutuhan kerja secara lengkap, 9 responden atau 27,3 persen menjawab sangat setuju, 11 responden atau sebesar 33,3 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang setuju pada pernyataan perusahaan menyediakan fasilitas kerja sesuai dengan kebutuhan kerja secara lengkap. Hal ini terlihat jelas, kantor PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memiliki fasilitas yang lengkap guna menunjang pekerjaan karyawan. Memberikan penilaian juga, bahwa PT

BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, peduli akan kinerja karyawannya terlihat baik.

Kedua, pernyataan mengenai **fasilitas kerja yang ada di perusahaan sangat membantu menyelesaikan pekerjaan yang ada**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 18 responden atau sebesar 54,5 persen menjawab setuju pada pernyataan fasilitas kerja yang ada di perusahaan sangat membantu menyelesaikan pekerjaan yang ada, 7 responden atau 21,2 persen menjawab sangat setuju, 8 responden atau sebesar 24,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.26
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Fasilitas Kerja Yang Ada Di Perusahaan Sangat Membantu Menyelesaikan Pekerjaan Yang Ada



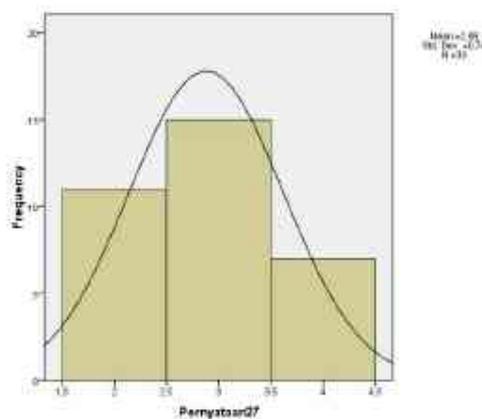
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik dapat dilihat mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang menyetujui pada pernyataan fasilitas kerja yang ada di perusahaan sangat membantu menyelesaikan pekerjaan yang ada. Dalam hal ini, PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang mencoba terus memberikan yang terbaik, baik itu karyawan ataupun nasabahnya. Sehingga karyawan terus termotivasi untuk memberikan hasil kinerja yang baik untuk perusahaan.

Ketiga, pernyataan mengenai **fasilitas yang ada sangat memotivasi karyawan bekerja lebih baik lagi**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.27
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Fasilitas Yang Ada Sangat Memotivasi Karyawan Bekerja Lebih Baik Lagi

Data
 diolah
 grafik
 dapat



Sumber:
Primer
2012

Berdasarkan
 tersebut,
 dilihat

bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab setuju pada

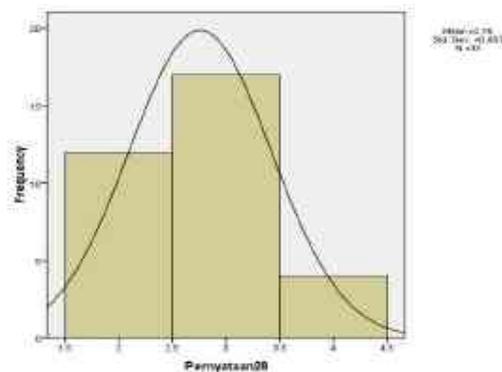
pernyataan fasilitas yang ada sangat memotivasi karyawan bekerja lebih baik lagi, 7 responden atau 21,2 persen menjawab sangat setuju, 11 responden atau sebesar 33,3 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang menyetujui pada pernyataan fasilitas kerja yang ada di perusahaan sangat membantu menyelesaikan pekerjaan yang ada. Dengan diberikannya fasilitas dalam bekerja, maka karyawan pun akan termotivasi dalam memberikan kinerja yang lebih baik kepada perusahaan.

Keempat, pernyataan mengenai **fasilitas kerja yang ada secara jumlah sudah memadai karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 51,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.28

Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Fasilitas Kerja Yang Ada Secara Jumlah Sudah Memadai Karyawan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 17 responden atau sebesar 51,5 persen menjawab setuju pada pernyataan fasilitas kerja yang ada secara jumlah sudah memadai karyawan, 4 responden atau 12,1 persen menjawab sangat setuju, 12 responden atau sebesar 36,4 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang menyetujui pada pernyataan fasilitas kerja yang ada secara jumlah sudah memadai karyawan. Hal ini pun dipastikan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang telah memperhitungkan antara fasilitas yang ada dengan jumlah karyawan, sehingga karyawan termotivasi dalam melakukan pekerjaan dengan baik pula.

c. Tunjangan-tunjangan

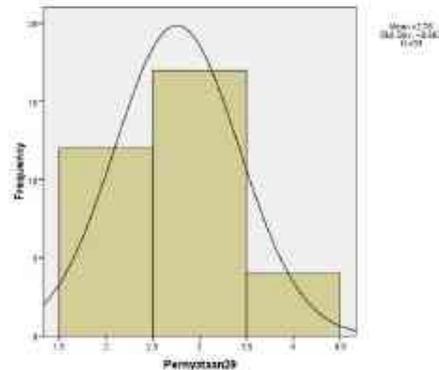
Indikator tunjangan-tunjangan terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **perusahaan atau manajemen memberikan tunjangan secara lengkap**. Data hasil penelitian menunjukkan 51,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.29
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Atau
Manajemen Memberikan Tunjangan
Secara Lengkap

Data Primer

grafik



Sumber:

diolah 2012

Berdasarkan

tersebut,

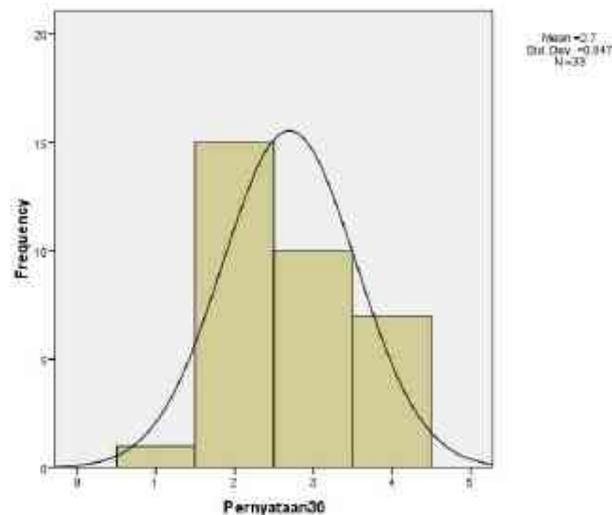
dapat dilihat bahwa 17 responden atau sebesar 51,5 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan atau manajemen memberikan tunjangan secara lengkap, 4 responden atau 12,1 persen menjawab sangat setuju, 12 responden atau sebesar 36,4 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas dari responden menjawab setuju, hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan atau manajemen memberikan tunjangan secara lengkap itu disetujui sebagai salah satu motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

Hal tersebut pun menunjukkan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memang memberikan motivasi-motivasi kepada karyawan untuk melaksanakan kinerja dengan baik. Agar perusahaan dapat tetap mencapai visi misinya. Sama halnya dengan gaji dan fasilitas yang diberikan perusahaan. Tunjangan-tunjangan yang diberikan pun memotivasi kerja karyawan, hal ini dipertegas oleh pernyataan salah seorang karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, Desnia selaku *Costumer Service* menyatakan bahwa: "*Sama halnya dengan gaji Fasilitas dan tunjangan yang diberikan perusahaan sudah sesuai dengan profil*

jabatan karyawan masing-masing sehingga tidak ada kecemburuan antar karyawan".

Kedua, pernyataan mengenai **tunjangan yang ada di perusahaan sangat sesuai dengan pekerjaan yang di jalankan oleh karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik 4.32 berikut:

Grafik 4.30
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Tunjangan Yang Ada Di Perusahaan Sangat Sesuai Dengan Pekerjaan Yang Di Jalankan Oleh Karyawan



Sumber: Data Primer diolah 2012

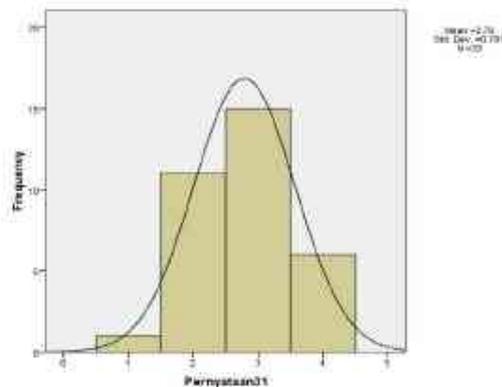
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan tunjangan

yang ada di perusahaan sangat sesuai dengan pekerjaan yang di jalankan oleh karyawan, 1 atau sebesar 3,0 persen responden menjawab sangat tidak setuju, 10 responden atau 30,3 persen menjawab setuju, 7 responden atau sebesar 21,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas 15 karyawan menjawab tidak setuju.dari responden yang berjumlah 33 karyawan.

Hal ini dapat diartikan bahwa pernyataan tunjangan yang ada di perusahaan sangat sesuai dengan pekerjaan yang di jalankan oleh karyawan, tidak disetujui oleh 15 responden. Namun 10 responden menyetujui pernyataan tersebut. Oleh karena itu, dapat dilihat perusahaan belum ekstra dalam hal memanaj tunjangan-tunjangan yang diberikan kepada karyawan agar mereka termotivasi dalam melakukan pekerjaan di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

Ketiga, pernyataan mengenai **tunjangan yang ada di perusahaan sangat memotivasi karyawan bekerja untuk lebih baik lagi ke depannya**. Data hasil penelitian menunjukkan 51,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.31
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Tunjangan Yang Ada Di Perusahaan Sangat Memotivasi Karyawan Bekerja Untuk Lebih Baik Lagi Ke Depannya



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab setuju pada pernyataan tunjangan yang ada di perusahaan sangat memotivasi karyawan bekerja untuk lebih baik lagi ke depannya, 6 atau sebesar 18,2 persen responden menjawab sangat setuju, 11 responden atau 33,3 persen menjawab tidak setuju, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas karyawan yang berjumlah 15 responden, dari 33 sampel karyawan, menjawab pernyataan tunjangan yang ada di perusahaan sangat memotivasi karyawan bekerja untuk lebih baik lagi ke depannya. Hal ini dapat diartikan bahwa tunjangan yang perusahaan berikan ini memotivasi karyawan bekerja untuk lebih baik lagi. Oleh karena itu *feed back* yang diperoleh perusahaan pun akan baik pula, karena karyawan yang memiliki

motivasi yang tinggi untuk bekerja.

2. Kebutuhan Keamanan

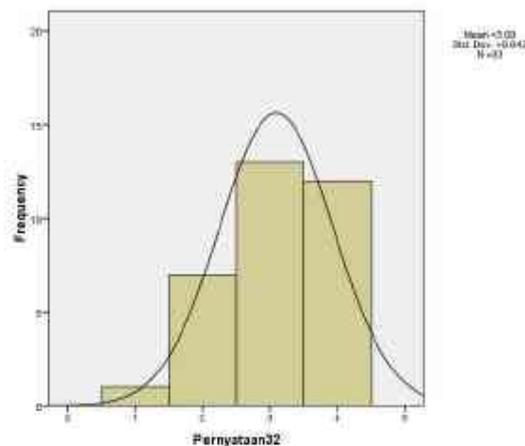
Dimensi kebutuhan keamanan merupakan salah satu motivasi kerja yang terdiri dari rasa aman dalam bekerja dan jaminan dalam kedudukan.

a. Rasa Aman dalam Bekerja

Indikator Rasa Aman dalam Bekerja terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **dalam menjalankan pekerjaan karyawan bebas dari intervensi, intimidasi, serta ancaman dari atasan dan sesama karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 51,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.32
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Dalam Menjalankan Pekerjaan Karyawan Bebas Dari Intervensi, Intimidasi, Serta Ancaman Dari Atasan dan Sesama Karyawan



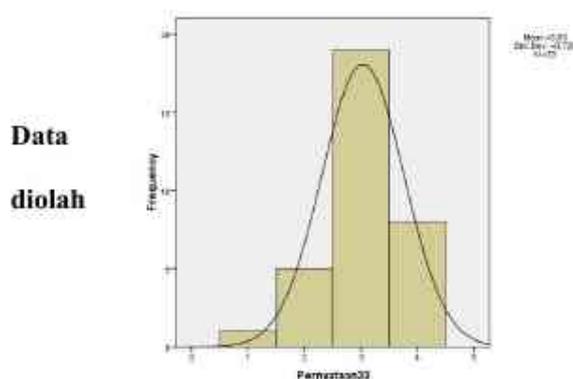
Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 13 responden atau sebesar 39,4 persen menjawab setuju pada pernyataan dalam menjalankan pekerjaan karyawan bebas dari intervensi, intimidasi, serta ancaman dari atasan dan sesama karyawan, 12 responden atau sebesar 36,4 persen responden menjawab sangat setuju, 7 responden atau 21,2 persen menjawab tidak setuju, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Data grafik tersebut, menerangkan mayoritas responden yang menjawab setuju pada pernyataan dalam menjalankan pekerjaan karyawan bebas dari intervensi, intimidasi, serta ancaman dari atasan dan sesama karyawan. Hal ini dapat diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang telah mengatur mengenai hal tersebut.

Kedua, pernyataan mengenai **karyawan mendapat perlindungan dengan baik di perusahaan secara tertulis yang mengatur perihal intimidasi dari pihak internal**. Data hasil penelitian menunjukkan 57,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.33
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan mendapat perlindungan dengan baik di perusahaan secara tertulis yang mengatur perihal intimidasi dari pihak internal



Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 19 responden atau sebesar 57,6 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan mendapat perlindungan dengan baik di perusahaan secara tertulis yang mengatur perihal intimidasi dari pihak internal., 8 responden atau sebesar 24,2 persen responden menjawab sangat setuju, 5 responden atau 15,2 persen menjawab tidak setuju, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

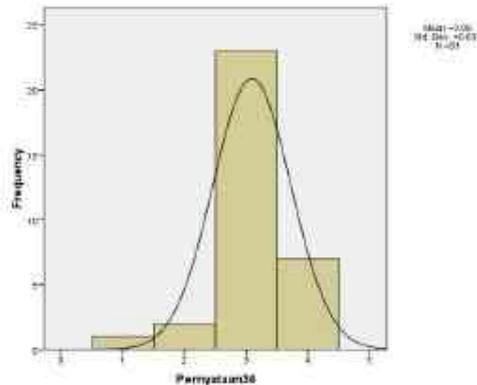
Sebagian besar karyawan menjawab setuju pada pernyataan karyawan mendapat perlindungan dengan baik di perusahaan secara tertulis yang mengatur perihal intimidasi dari pihak internal. Hal ini dapat diartikan, bahwa karyawan yang bekerja perlindungan dengan baik di perusahaan secara tertulis yang mengatur perihal intimidasi dari pihak internal PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

b. Jaminan Dalam Kedudukan

Indikator jaminan dalam kedudukan terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **karyawan mendapat perlindungan ketika karyawan mendapatkan kedudukan**. Data hasil penelitian menunjukkan 69,7 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.34
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Mendapat
Perlindungan Ketika Karyawan Mendapatkan Kedudukan



Sumber:

data Primer diolah 2012

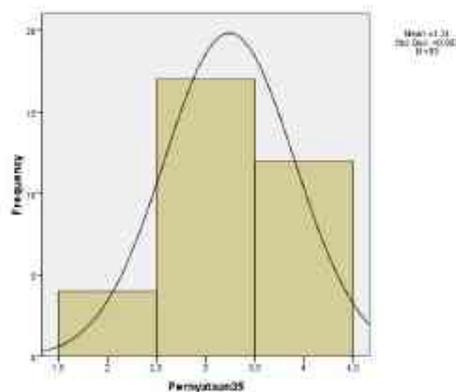
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 23 responden atau sebesar 69,7 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan mendapat perlindungan ketika karyawan mendapatkan kedudukan, 7 responden atau sebesar 21,2 persen responden menjawab sangat setuju, 2 responden atau 6,1 persen menjawab tidak setuju, 1 responden atau sebesar 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Terlihat sangat jelas mayoritas responden yang terdiri dari 23 responden menjawab setuju. Ini dapat diartikan bahwa karyawan mendapat perlindungan ketika karyawan mendapatkan kedudukan. Hal ini merupakan salah satu motivasi karyawan untuk bekerja lebih baik dan profesional.

Kedua, pernyataan mengenai **karyawan dilengkapi dengan segala peraturan oleh perusahaan untuk menjamin rasa aman dan nyaman selama menjalankan tugas pekerjaan di kantor**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 17 responden atau sebesar 51,5 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan dilengkapi dengan segala

peraturan oleh perusahaan untuk menjamin rasa aman dan nyaman selama menjalankan tugas pekerjaan di kantor, 12 responden atau sebesar 36,4 persen responden menjawab sangat setuju, 4 responden atau 12,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.35
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Dilengkapi Dengan Segala Peraturan Oleh Perusahaan Untuk Menjamin Rasa Aman Dan Nyaman Selama Menjalankan Tugas Pekerjaan Di Kantor



Sumber: Data

Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat mayoritas responden menjawab setuju, yakni sebanyak 17 responden, itu dapat diartikan bahwa karyawan dilengkapi dengan segala peraturan oleh perusahaan untuk menjamin rasa aman dan nyaman selama menjalankan tugas pekerjaan di kantor, hal itu yang menjadikan karyawan memiliki motivasi dalam

bekerja di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Seperti dinyatakan oleh karyawan perusahaan, mba Desnia selaku *costumer service* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. beliau mengatakan bahwa: *“Perusahaan tidak memberlakukan peraturan khusus kepada karyawan yang memiliki jabatan. Semua peraturan yang ada sama untuk seluruh karyawan. Dan pastinya perusahaan membebaskan kepada karyawan untuk meraih jabatan dengan syarat dan ketentuan berlaku dalam arti tetap sesuai dengan kinerja karyawan.*

3. Kebutuhan Sosial

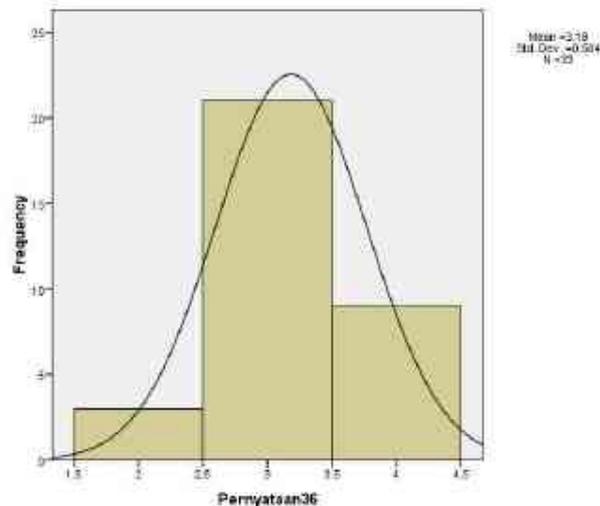
Dimensi kebutuhan sosial merupakan salah satu motivasi kerja yang terdiri dari hubungan dengan sesama karyawan dan keikutsertaan karyawan.

a. Hubungan Dengan Sesama Karyawan

Indikator hubungan dengan karyawan terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **Karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya sudah terbina rasa kekeluargaan dengan adanya kerjasama dalam lingkungan kerja**. Data hasil penelitian menunjukkan 63,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.36
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan
Yang Satu Dengan Karyawan Yang Lainnya Sudah Terbina Rasa
Kekeluargaan Dengan Adanya Kerjasama Dalam Lingkungan
Kerja



Sumber: Data Primer diolah 2012

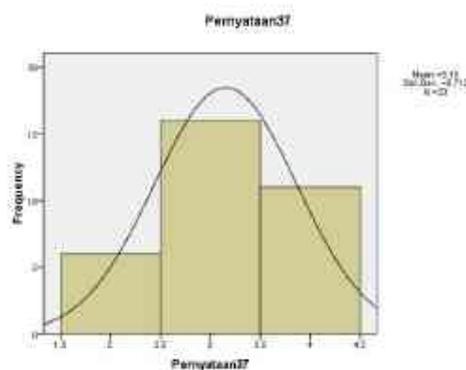
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 21 responden atau sebesar 63,6 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya sudah terbina rasa kekeluargaan dengan adanya kerjasama dalam lingkungan kerja, 9 responden atau sebesar 27,3 persen responden menjawab sangat setuju, 3 responden atau 9,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas responden menjawab setuju pada pernyataan karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya sudah terbina rasa kekeluargaan dengan adanya kerjasama dalam lingkungan kerja, hal ini dapat diartikan bahwa dalam motivasi karyawan dalam bekerja di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sudah terbina rasa kekeluargaan dengan adanya kerjasama dalam lingkungan kerja diantara karyawan yang satu dengan karyawan lainnya.

Kedua, pernyataan mengenai **Pekerjaan yang dilakukan setiap**

hari menimbulkan ikatan emosional antara individu karyawan secara kuat. Data hasil penelitian menunjukkan 48,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.37
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Pekerjaan Yang Dilakukan Setiap Hari Menimbulkan Ikatan Emosional Antara Individu Karyawan Secara Kuat



Sumber:

Data Primer diolah 2012

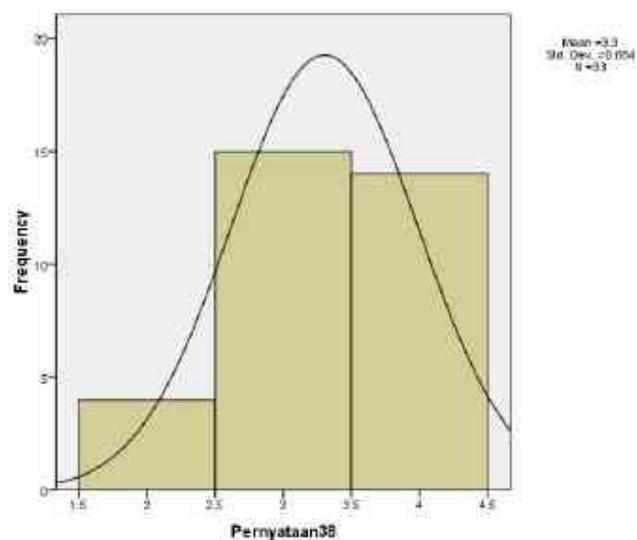
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 16 responden atau sebesar 48,5 persen menjawab setuju pada pernyataan pekerjaan yang dilakukan setiap hari menimbulkan ikatan emosional antara individu karyawan secara kuat, 11 responden atau sebesar 33,3 persen responden

menjawab sangat setuju, 6 responden atau 18,2 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas responden menjawab setuju pada pernyataan pekerjaan yang dilakukan setiap hari menimbulkan ikatan emosional antara individu karyawan secara kuat. Hal ini dapat diartikan bahwa pekerjaan yang dilakukan setiap hari menimbulkan ikatan emosional antara individu karyawan secara kuat dan hal tersebut merupakan salah satu motivasi dalam bekerja. Semangat kerja sama, membentuk *team work* pun merupakan motivasi ketika karyawan melakukan pekerjaan.

Ketiga, pernyataan mengenai **hubungan emosional karyawan dengan atasannya terjalin sangat baik**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.38
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Hubungan Emosional Karyawan Dengan Atasannya Terjalin Sangat Baik



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab setuju pada pernyataan hubungan emosional karyawan dengan atasannya terjalin sangat baik, 14 responden atau sebesar 42,4 persen responden menjawab sangat setuju, 4 responden atau 12,1 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

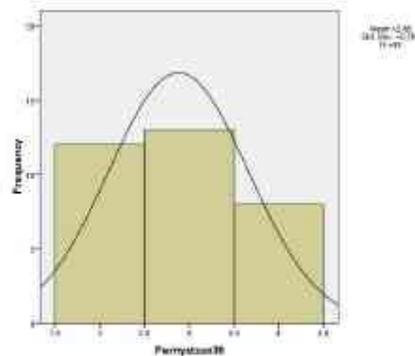
Mayoritas responden menjawab setuju pada pernyataan hubungan emosional karyawan dengan atasannya terjalin sangat baik. Hal ini dapat diartikan hubungan emosional dengan atasannya dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Ini terlihat dari banyaknya karyawan menjawab setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga, terlihat bahwa peran humas PT BRI (Persero) Kantor cabang Serang telah berhasil melakukan hal tersebut.

b. Keikutsertaan Karyawan

Indikator keikutsertaan karyawan terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **karyawan selalu dilibatkan oleh perusahaan dalam merumuskan tujuan perusahaan**. Data hasil penelitian menunjukkan 39,4 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.39
Jawaban Responden Karyawan Selalu Dilibatkan Oleh Perusahaan
Dalam Merumuskan Tujuan Perusahaan

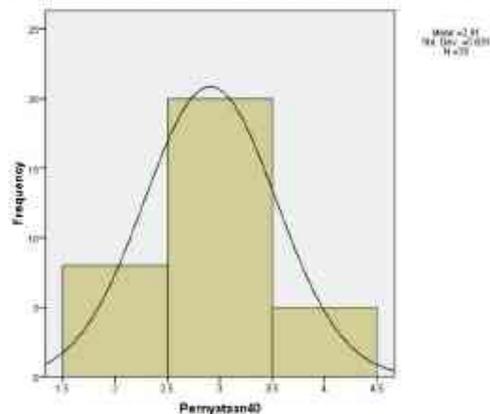


Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 13 responden atau sebesar 39,4 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan selalu dilibatkan oleh perusahaan dalam merumuskan tujuan perusahaan, 8 responden atau sebesar 24,2 persen responden menjawab sangat setuju, 12 responden atau 36,4 persen menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas karyawan menjawab setuju dengan pernyataan karyawan selalu dilibatkan oleh perusahaan dalam merumuskan tujuan perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang selalu melibatkan karyawan dalam merumuskan tujuan perusahaan. Dipertags pula oleh salah satu karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, Desnia selaku *Costumer Service*. Ia mengatakan bahwa: *“Untuk pengambilan keputusan yang berlaku secara sentral dan terkait dengan bisnis bank serta bersifat strategis pengambilan keputusan dilakukan oleh Perusahaan. Sedangkan hal-hal lainnya dan tidak bersifat tersebut diatas dapat melibatkan karyawan”*

Kedua, pernyataan mengenai **perusahaan selalu meminta masukan, saran dan kritikan kepada karyawan demi kemajuan perusahaan serta tujuan perusahaan**. Data hasil penelitian menunjukkan 60,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.40
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Selalu Meminta Masukan, Saran Dan Kritikan Kepada Karyawan Demi Kemajuan Perusahaan Serta Tujuan Perusahaan



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 20 responden atau sebesar 60,6 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan selalu meminta masukan, saran dan kritikan kepada karyawan demi kemajuan perusahaan serta tujuan perusahaan, 5 responden atau sebesar 15,2 persen responden menjawab sangat setuju, 8 responden atau 24,2 persen

menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas karyawan menjawab setuju dengan pernyataan perusahaan selalu meminta masukan, saran dan kritikan kepada karyawan demi kemajuan perusahaan serta tujuan perusahaan, ini dapat diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang selalu meminta masukan, saran dan kritikan kepada karyawan demi kemajuan perusahaan serta tujuan perusahaan. Hal ini terlihat jelas dari jawaban responden yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut.

4. Kebutuhan Prestasi

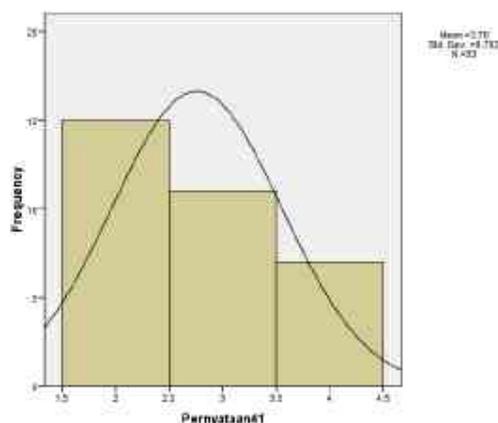
Dimensi kebutuhan prestasi merupakan salah satu motivasi kerja yang terdiri dari sistem promosi dan kedudukan (Jabatan)

a. Sistem Promosi

Indikator sistem promosi terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan terbuka untuk seluruh karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.41
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Sistem Promosi (Kepegawaian) Yang Diterapkan Di Perusahaan Terbuka Untuk Seluruh Karyawan



Sumber: Data Primer diolah 2012

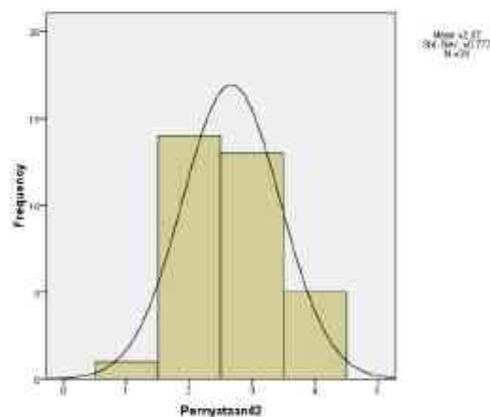
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan terbuka untuk seluruh karyawan, 11 responden atau sebesar 33,3 persen responden menjawab sangat, 7 responden atau 21,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas karyawan menjawab tidak setuju dengan pernyataan sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan terbuka untuk seluruh karyawan, ini dapat diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tidak terbukan akan sistem promosi (kepegawaian) untuk seluruh karyawan. Hal ini terlihat jelas dari jawaban responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Kedua, pernyataan mengenai **sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan sangat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi**. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa 15

responden atau sebesar 42,4 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan sangat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi., 1 responden atau sebesar 3,0 persen responden menjawab sangat tidak setuju, 13 responden atau 39,4 persen menjawab setuju, dan 5 responden atau 15,2 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.42
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Sistem Promosi (Kepegawaian) Yang Diterapkan Di Perusahaan Sangat Memotivasi Karyawan Untuk Bekerja Lebih Baik Lagi



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas karyawan menjawab tidak setuju dengan pernyataan sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan sangat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi, ini diartikan bahwa karyawan tidak termotivasi dengan sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di

perusahaan. Hal ini terlihat dari jawaban karyawan yang mayoritas menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Jika dikaitkan dengan pernyataan pertama, terlihat jelas bahwa perusahaan tidak terbuka terhadap sistem promosi kepada karyawan. Hal ini dipertegas dengan alasan salah seorang humas PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, IBU Yulia Rosana, beliau memiliki alasan bahwa: *“Semua karyawan memiliki hak yang sama dalam sistem promosi di BRI tanpa ada perbedaan gender, agama, suku. Promosi dilakukan sesuai kebutuhan perusahaan dan kreteria dari profile jabatan yang dibutuhkan”*. Jelaslah, bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tidak sembarang dalam menaikkan jabatan para karyawannya, ada kriteria khusus yang dikeluarkan untuk karyawan yang akan naik dalam kedudukan (jabatan).

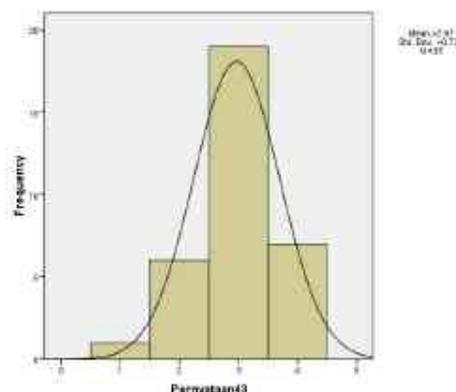
b. Kedudukan (Jabatan)

Indikator sistem promosi terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **tingkat kedudukan pekerjaan yang ada di perusahaan sangat memotivasi karier karyawan**. Data hasil penelitian menunjukkan 57,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut:

Grafik 4.43
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Tingkat Kedudukan Pekerjaan Yang Ada Di Perusahaan Memotivasi Karyawan

Sangat Karier



Yang Ada Di Perusahaan Memotivasi Karyawan

Sumber: Data Primer diolah 2012

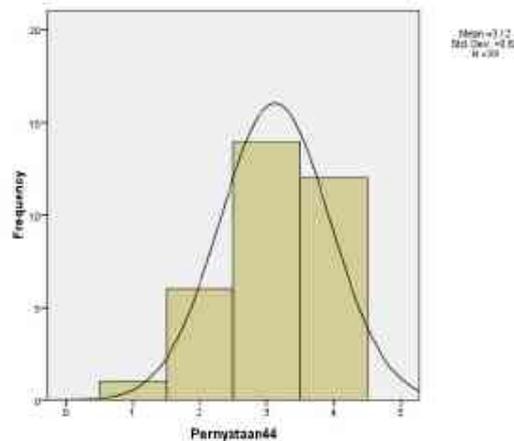
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 19 responden atau sebesar 57,6 persen menjawab setuju pada pernyataan tingkat kedudukan pekerjaan yang ada di perusahaan sangat memotivasi karier karyawan, 7 responden atau sebesar 21,2 persen responden menjawab sangat setuju, 6 responden atau 18,2 persen menjawab tidak setuju, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas karyawan menjawab setuju dengan pernyataan tingkat kedudukan pekerjaan yang ada di perusahaan sangat memotivasi karier karyawan, ini diartikan bahwa karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memang termotivasi dengan tingkat kedudukan pekerjaan yang ada di perusahaan. Hal ini terlihat dari jawaban responden yang menjawab setuju dengan hal tersebut.

Kedua, pernyataan mengenai **kedudukan (level pekerjaan)** berpengaruh terhadap kesejahteraan karyawan dalam bekerja. Data

hasil penelitian menunjukkan bahwa 14 responden atau sebesar 42,4 persen menjawab setuju pada pernyataan kedudukan (level pekerjaan) berpengaruh terhadap kesejahteraan karyawan dalam bekerja, 12 responden atau sebesar 36,4 persen responden menjawab sangat setuju, 6 responden atau 18,2 persen menjawab tidak setuju, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.44
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Kedudukan (Level Pekerjaan) Berpengaruh Terhadap Kesejahteraan Karyawan Dalam Bekerja



Data

diolah 2012

Sumber:

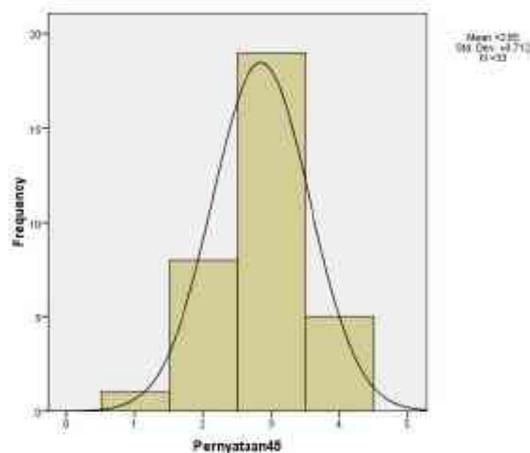
Primer

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa Mayoritas karyawan menjawab setuju dengan pernyataan kedudukan (level pekerjaan) berpengaruh terhadap kesejahteraan karyawan dalam bekerja,

ini dapat diartikan bahwa karyawan setuju dengan kedudukan (level pekerjaan) termasuk kedalam salah satu alasan mereka dalam bekerja, sehingga berpengaruh terhadap kesejahteraan karyawan dalam hidupnya. Hal ini terlihat jelas dari jawaban responden yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut.

Ketiga, pernyataan mengenai **karyawan yang berprestasi selalu menjadi perhatian serius manajemen**. Data hasil penelitian menunjukkan 57,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik dibawah ini:

Grafik 4.45
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Karyawan Yang Berprestasi Selalu Menjadi Perhatian Serius Manajemen



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 19 responden atau sebesar 57,6 persen menjawab setuju pada pernyataan karyawan yang berprestasi selalu menjadi perhatian serius manajemen, 6 responden atau

sebesar 15,2 persen responden menjawab sangat setuju, 8 responden atau 24,2 persen menjawab tidak setuju, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas karyawan menjawab setuju dengan pernyataan karyawan yang berprestasi selalu menjadi perhatian serius manajemen, ini dapat diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memberikan perhatian serius kepada karyawan yang berprestasi. Hal ini terlihat jelas dari jawaban responden yang sebagian besar menjawab setuju dengan hal tersebut.

5. Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja

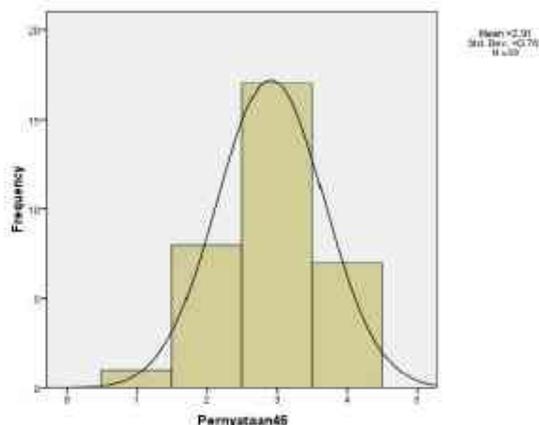
Dimensi kebutuhan prestasi merupakan salah satu motivasi kerja yang terdiri dari aktualisasi diri dan sinkronisasi harapan karyawan dengan harapan perusahaan

a. Aktualisasi diri

Indikator aktualisasi diri terdiri dari 3 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **perusahaan selalu memberikan apresiasi (penghargaan) kepada karyawan yang berprestasi, inovatif, dan kreatif dalam menjalankan pekerjaannya**. Data hasil penelitian menunjukkan 51,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

4.46



**Grafik
Jawaban**

Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Selalu Memberikan Apresiasi (Penghargaan) Kepada Karyawan Yang Berprestasi, Inovatif, Dan Kreatif Dalam Menjalankan Pekerjaannya

Sumber: Data Primer diolah 2012

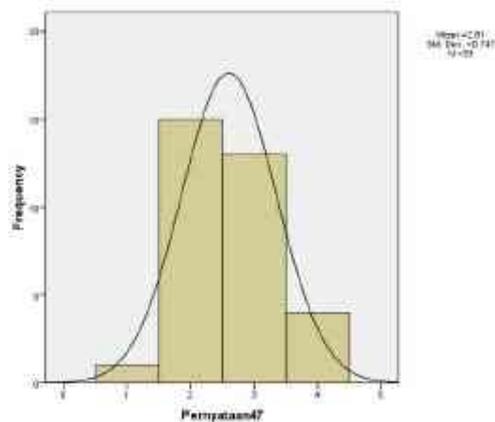
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 17 responden atau sebesar 51,5 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan selalu memberikan apresiasi (penghargaan) kepada karyawan yang berprestasi, inovatif, dan kreatif dalam menjalankan pekerjaannya, 7 responden atau sebesar 21,2 persen responden menjawab sangat setuju, 8 responden atau 24,2 persen menjawab tidak setuju, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas karyawan menjawab setuju dengan pernyataan perusahaan selalu memberikan apresiasi (penghargaan) kepada karyawan yang berprestasi, inovatif, dan kreatif dalam menjalankan pekerjaannya, ini berarti PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang selalu memberikan apresiasi (penghargaan) kepada karyawan yang berprestasi, inovatif, dan

kreatif dalam menjalankan pekerjaan, sehingga karyawan termotivasi dalam melakukan pekerjaan. Terlihat jelas dari jawaban responden yang setuju dengan pernyataan tersebut.

Kedua, pernyataan mengenai **perusahaan selalu memberikan fasilitas tambahan kepada karyawan yang berprestasi**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik dibawah ini:

Grafik 4.47
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Selalu Memberikan Fasilitas Tambahan Kepada Karyawan Yang Berprestasi



Sumber:
Data

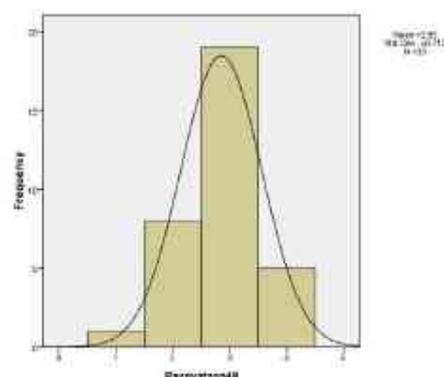
Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 15 responden atau

sebesar 45,5 persen menjawab tidak setuju pada pernyataan perusahaan selalu memberikan fasilitas tambahan kepada karyawan yang berprestasi, 1 responden atau sebesar 3,0 persen responden menjawab sangat tidak setuju, 13 responden atau 39,4 persen menjawab setuju, dan 4 responden atau 12,1 persen menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas karyawan menjawab tidak setuju dengan pernyataan perusahaan selalu memberikan fasilitas tambahan kepada karyawan yang berprestasi, ini dapat diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tidak memberikan fasilitas kepada karyawan yang berprestasi. Terlihat jelas dari jawaban responden yang tidak setuju dengan pernyataan perusahaan selalu memberikan fasilitas tambahan kepada karyawan yang berprestasi.

Ketiga, pernyataan mengenai **perusahaan menyediakan sarana dan prasarana kepada karyawan yang berprestasi dalam pekerjaannya. Misalnya beasiswa pendidikan, minat dan bakat, jenjang karier.** Data hasil penelitian menunjukkan 57,6 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik dibawah ini:

Grafik 4.48
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Menyediakan Sarana dan Prasarana Kepada Karyawan Yang Berprestasi Dalam Pekerjaannya. Misalnya Beasiswa Pendidikan, Minat dan Bakat, Jenjang Karier



Sumber: Data Primer diolah 2012

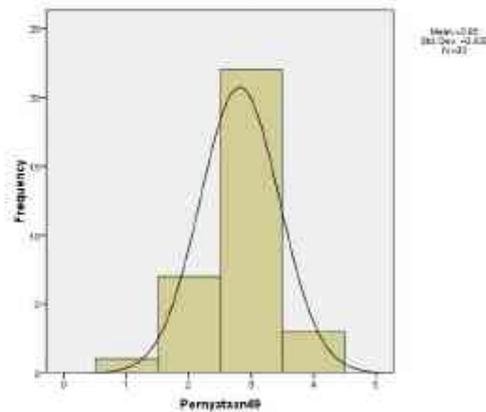
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 19 responden atau sebesar 57,6 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan menyediakan sarana dan prasarana kepada karyawan yang berprestasi dalam pekerjaannya. Misalnya beasiswa pendidikan, minat dan bakat, jenjang karier. Misalnya beasiswa pendidikan, minat dan bakat, jenjang karier, 5 responden atau sebesar 15,2 persen responden menjawab sangat setuju, 8 responden atau 24,2 persen menjawab tidak setuju, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas karyawan menjawab pernyataan perusahaan menyediakan sarana dan prasarana kepada karyawan yang berprestasi dalam pekerjaannya. Misalnya beasiswa pendidikan, minat dan bakat, jenjang karier, ini dapat diartikan, bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang menyediakan sarana dan prasarana kepada karyawan yang berprestasi dalam pekerjaan, ini terlihat jelas dari sebagian besar karyawan setuju dengan hal tersebut. Dipertegas pula oleh humas PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, beliau mengatakan bahwa: *“Bank BRI sangat mendukung terhadap peningkatan prestasi setiap SDM nya yang memiliki dorongan berprestasi yang tinggi sesuai dengan salah satu nilai-nilai dari corporate culture BRI yaitu Penghargaan terhadap SDM”*

b. Sinkronisasi harapan karyawan dengan harapan perusahaan

Indikator aktualisasi diri terdiri dari 2 pernyataan.

Pertama, pernyataan mengenai **perusahaan selalu mensinkronkan harapan dan citra perusahaan dengan harapan dan citra para individu**. Data hasil penelitian menunjukkan 86,7 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik berikut ini:

Grafik 4.49
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Selalu Mensinkronkan Harapan Dan Citra Perusahaan Dengan Harapan Dan Citra Para Individu



Sumber: Data Primer diolah 2012

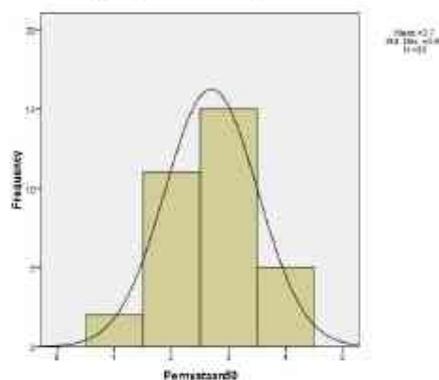
Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 22 responden atau

sebesar 86,7 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan selalu mensinkronkan harapan dan citra perusahaan dengan harapan dan citra para individu, 3 responden atau sebesar 9,1 persen responden menjawab sangat setuju, 7 responden atau 21,2 persen menjawab tidak setuju, dan 1 responden atau 3,0 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Mayoritas karyawan menjawab pernyataan perusahaan selalu mensinkronkan harapan dan citra perusahaan dengan harapan dan citra para individu, dapat diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang selalu mensinkronkan harapan dan citra perusahaan dengan harapan dan citra para individu. Ini terlihat jelas dari jawaban karyawan yang sebagian besar menjawab setuju dengan pernyataan tersebut.

Kedua, pernyataan mengenai **perusahaan selalu perhatian dan tanggap terhadap harapan para karyawannya**. Data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen, mayoritas responden menjawab setuju terkait pernyataan tersebut. Untuk lebih jelasnya lihat grafik dibawah ini:

Grafik 4.50
Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Perusahaan Selalu Perhatian Dan Tanggap Terhadap Harapan Para Karyawannya



Sumber: Data Primer diolah 2012

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa 15 responden atau sebesar 45,5 persen menjawab setuju pada pernyataan perusahaan selalu perhatian dan tanggap terhadap harapan para karyawannya, 5 responden atau sebesar 15,2 persen responden menjawab sangat setuju, 11 responden atau 33,3 persen menjawab tidak setuju, dan 2 responden atau 6,1 persen menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas karyawan menjawab pernyataan perusahaan selalu perhatian dan tanggap terhadap harapan para karyawannya, ini diartikan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang selalu perhatian dan tanggap terhadap harapan para karyawan.

Terlihat dari 45,5 persen karyawannya setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dipertegas oleh argumen seorang karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Mba Desnia selaku *Costumer Service*, beliau menegaskan pernyataan tersebut bahwa: *"Semua perusahaan pasti peduli akan kebutuhan karyawannya karena hal itu sangat mendukung kinerja setiap karyawan begitu halnya dengan BRI maka dari itu tidak ada karyawan yang tidak bangga dengan perusahaan yang solid dengan karyawannya, kesejahteraan karyawan sangat diperhatikan baik dari karyawan jajaran atas sampai jajaran bawahnya . Alasan tersebut yang bisa membuat salah satu kebanggaan dan semangat kinerja setiap karyawannya."*

4.3 Hasil Uji Korelasi

Selanjutnya adalah uji korelasi, yakni mencari hubungan antara variabel (x) dengan variabel (y) menggunakan uji korelasi. Untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel (x) kegiatan *employee relations* dan variabel (y) motivasi kerja karyawan, peneliti menggunakan analisis *product moment correlations* dengan menggunakan SPSS 16. Berdasarkan tabel 4.13 *out put rho* koefisien hanya satu bagian. Untuk mengetahui nilai koefisien korelasinya, lihat pada kolom yang merupakan kegiatan *employee relations* (Variabel X) dengan motivasi kerja karyawan (Variabel Y).

Tabel 4.13
Hasil Korelasi Kegiatan *Employee Relations*
Dengan Motivasi Kerja Karyawan PT BRI (Persero) Kantor
CABANG Serang

Correlations		Kegiatan <i>employee relations</i>	Motivasi Kerja Karyawan
Kegiatan <i>employee relations</i>	Pearson Correlation	1	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	33	33
Motivasi Kerja Karyawan	Pearson Correlation	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	33	33

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel hasil korelasi *rho-spearman* antara kegiatan *employee relations* (variabel x) dengan motivasi kerja karyawan (variabel y) diperoleh sebesar 0,842 angka tersebut berdasarkan koefisien korelasi angka tersebut termasuk kategori sangat kuat, berarti bisa diinterpretasikan menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara kegiatan *employee relations* (variabel x) dengan motivasi kerja karyawan (variabel y), dengan arah positif. Artinya semakin tinggi kegiatan *employee relations* (variabel x) semakin tinggi pula motivasi kerja karyawan (variabel y)-nya, dan semakin rendah kegiatan *employee relations* (variabel x) maka semakin rendah pula motivasi kerja karyawan (variabel y)-nya.

4.5 Analisis Perhitungan Skor Hasil Penelitian Tiap Variabel

Berdasarkan skor ideal dan menghitung skor hasil penelitian pada kegiatan *employee relations* (variabel x). Skor ideal adalah $4 \times 33 \times 20 = 2640$. Sedangkan untuk skor ideal dan menghitung skor hasil penelitian pada motivasi kerja karyawan (variabel y). Skor ideal adalah $4 \times 33 \times 30 = 3960$. (4 = nilai tertinggi dari setiap pilihan jawaban pernyataan yang diajukan pada responden, kriteria penilaian skor ini adalah berdasarkan pada skala *Likert*); 33 = jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini, 20 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden dalam bentuk kuesioner (jumlah item instrumen) untuk variabel x. Dan 30 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden dalam bentuk

kuesioner (jumlah item instrumen) untuk variabel y.

Untuk skor hasil penelitian yang sebelumnya juga telah dihitung adalah berjumlah 1926 (variabel x) dan berjumlah 2869 (variabel y) (lihat lampiran tabel hasil kuesioner). Jika skor keseluruhan hasil penelitian itu dibagi dengan skor ideal maka nilai kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah $1926 : 2640 = 0,7295$ diprosentasekan (dikali 100%) menjadi 72,95%, dan motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah $2869 : 3960 = 0,7244$ diprosentasekan (dikali 100%) menjadi 72,44%, dan berdasarkan grafik skala penilaian angka pada 57,25% berada diantara angka 67 % sampai 83 %, dan menempati penilaian baik pada kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah 72,95% dan motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah 72,44%.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian, apakah H_0 diterima atau ditolak, apabila tidak menggunakan tabel *rho-spearman* kita bandingkan nilai Sig (2-Tailed) dengan α (0,05), dimana jika probabilitasnya $\geq \alpha$ (0,05) H_0 diterima, dan jika probabilitasnya $\leq \alpha$ (0,05) H_0 maka H_0 ditolak⁶¹. Pada hasil penelitian ini, diperoleh probabilitasnya $\leq \alpha$ (0,05) H_0 maka H_0 ditolak (lihat tabel 4.13). Dengan demikian terdapat hubungan yang signifikan antara kegiatan *employee relations* (variabel x) dengan motivasi kerja karyawan (variabel y) pada PT BRI (Persero) Cabang Serang, dan

⁶¹ Isna, Alizar. 2011. *Modul Pelatihan Metodologi & spss 17,0*. Universitas Jenderal Soedirman. Halaman: 20

hubungan tersebut dapat digeneralisasikan ke populasi, dimana sampel tersebut kita ambil. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat tanda * atau ** pada koefisien korelasinya. Apabila terdapat tanda * berarti signifikan pada α 0,05, artinya nilai koefisien *rho-spearman*nya > *rho-spearman* tabel pada α 0,05. Apabila terdapat tanda ** berarti signifikan pada α 0,01; artinya nilai koefisien *rho-spearman*nya > *rho-spearman* tabel pada α 0,01. Dengan demikian, apabila terdapat tanda * atau ** maka nilai Sig (2-tailed) pasti kurang 0,05. Sedangkan nilai 33 menunjukkan nilai sampel penelitian

4.7 Interpretasi Hasil penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan peneliti. Rumusan masalah yang harus dijawab adalah "Hubungan kegiatan *employee relations*, yakni *Employee Relations* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang."

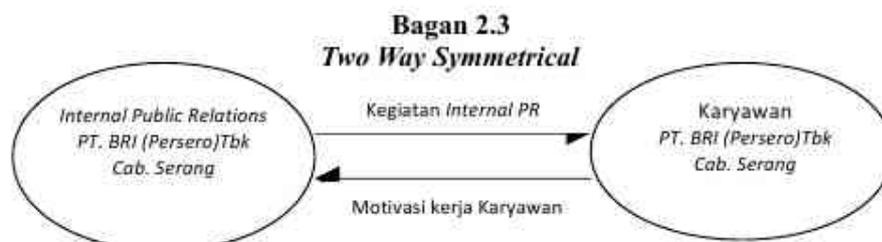
Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, terdapat beberapa langkah yang dilakukan untuk menjelaskan jawaban dari rumusan masalah tersebut yaitu, menentukan korelasi antara kegiatan *employee relations* (Variabel X) dengan motivasi kerja karyawan (Variabel Y). Untuk lebih

jelasnya perhatikan tabel 4.13 *out put rho* koefisien hanya satu bagian. Untuk mengetahui nilai koefisien korelasinya, lihat pada kolom yang merupakan kegiatan *employee relations* (Variabel X) dengan motivasi kerja karyawan (Variabel Y). Pada tabel tersebut diperoleh nilai korelasi sebesar 0,842** menunjukkan nilai koefisien korelasi *rho-spearman* antara kegiatan *employee relations* (variabel x) dengan motivasi kerja karyawan (variabel y). Berdasarkan tabel koefisien korelasi, menunjukkan bahwa hubungan kegiatan *employee relations* (Variabel X) dengan motivasi kerja karyawan (Variabel Y) sangat kuat.

Diketahui determinasi $Kd = r^2 \times 100\%$, berdasarkan hasil uji korelasi variabel x dan y, diketahui 0,842. Maka, koefisien determinasi ($0,842^2 \times 100\% = 70,89\%$). kegiatan *employee relations* (Variabel X) mempunyai pengaruh 70,89 persen, sisanya 29,11 persen ada pengaruh lain.

4.8 Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang sudah dideskripsikan sebelumnya tentang “Hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan”. Maka model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *two way symmetrical*. Dimana arus komunikasi terjalin dengan dua arah antara *Internal Public relations* dengan karyawan.



Bagan 4.1 Diolah oleh peneliti dari model *Two way symmetrical*
Sumber : Rosady Ruslan 2008:103

Pada penelitian ini, peneliti mengukur dua variabel korelasi yaitu, variabel X mengenai kegiatan *employee relations* yang mengutip teori Effendy, dalam bukunya yang berjudul *Human Relations dan Public Relations*, mengenai kegiatan *employee relations* yang terdiri dari 2 dimensi, yakni arus informasi serta aktivitas dan program. Variabel Y mengenai motivasi kerja karyawan yang mengutip dari teori Maslow, dimana dalam teori ini memiliki 5 dimensi yakni, Kebutuhan Fisiologi, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Prestasi, Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja.

Skor ideal pada kegiatan *employee relations* (variabel x) adalah $4 \times 33 \times 20 = 2640$. Sedangkan untuk skor ideal pada motivasi kerja karyawan (variabel y) adalah $4 \times 33 \times 30 = 3960$. (4 = nilai tertinggi dari setiap pilihan jawaban pernyataan yang diajukan pada responden, kriteria penilaian skor ini adalah berdasarkan pada skala *Likert*); 33 = jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini, 20 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden dalam bentuk kuesioner (jumlah item instrumen) untuk variabel x. Dan 30 = jumlah pernyataan yang diajukan kepada responden dalam bentuk kuesioner (jumlah item instrumen) untuk variabel y.

Untuk skor hasil penelitian yang sebelumnya juga telah dihitung adalah berdasarkan grafik skala penilaian angka, kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah 72,95% dan motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang adalah 72,44%. pada posisi ini menempati penilaian baik.

Untuk menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan peneliti. Rumusan masalah yang harus dijawab adalah “Hubungan kegiatan *employee relations*, yakni *Employee Relations* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. BRI (Persero) Kantor Cabang Serang”. Pada tabel 4.13 diperoleh nilai korelasi sebesar 0,842** menunjukkan nilai koefisien korelasi *rho-spearman* antara kegiatan *employee relations* (variabel x) dengan motivasi kerja karyawan (variabel y).

Berdasarkan tabel koefisien korelasi, menunjukkan bahwa hubungan kegiatan *employee relations* (Variabel X) dengan motivasi kerja karyawan (Variabel Y) sangat kuat. Artinya semakin tinggi kegiatan *employee relations* (variabel x) semakin tinggi pula motivasi kerja karyawan (variabel y)-nya, dan semakin rendah kegiatan *employee relations* (variabel x) maka semakin rendah pula motivasi kerja karyawan (variabel y)-nya.

Berdasarkan hasil deskripsi data yang telah dipaparkan diatas, diperoleh hasil bahwa responden “tidak setuju” dengan pernyataan tersebut. Yakni dari kegiatan *employee relations* (variabel x), terdapat 11

pernyataan yang tidak disetujui oleh responden. 6 pernyataan dari 20 pernyataan yang tidak disetujui oleh responden, yaitu pernyataan no 11, 12, 14, 15, 19, 20. Sedangkan dari motivasi kerja karyawan (variabel y) terdapat 5 pernyataan dari 30 pernyataan yang tidak disetujui oleh responden, yaitu pernyataan no 21, 30, 41, 42, 47.

Pernyataan nomor 11, 12, 14, 15, 19, dan 20 variabel kegiatan *employee relations* (variabel x), Pada pernyataan no 11 dan 12 merupakan indikator aktivitas dan program pada dimensi pendidikan. Pernyataan nomor 11 yakni, perusahaan memberikan biaya pendidikan formal bagi karyawan yang berprestasi di kantor, data hasil penelitian pernyataan ini menunjukkan 48,5 persen tidak setuju, dan pernyataan nomor 12 yakni, perusahaan membiayai bagi setiap karyawan yang akan naik jabatan namun belum menempuh pendidikan formal sesuai jabatan, data hasil penelitian pernyataan ini menunjukkan 45,5 persen tidak setuju mayoritas responden menjawab tidak setuju terkait pernyataan tersebut. Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, perusahaan ini tidak memberikan biaya pendidikan formal bagi karyawan yang berprestasi di kantor tanpa dengan kualifikasi dan persyaratan yang diberikan untuk karyawan, karena perusahaan tidak selalu memberikan biaya pendidikan tersebut kepada setiap karyawan. Namun, perusahaan hanya memberikan biaya pendidikan formal kepada beberapa karyawan yang sudah memenuhi persyaratan dan kualifikasi yang dimiliki karyawan.

Hal ini dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (skill) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan namun dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Namun, berdasarkan teori yang digunakan pada kegiatan *employee relations* dipaparkan oleh Onong Uchjana Effendi dalam bukunya *Human Relations* dan *Public relations*, Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan ketrampilan (skill) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan.⁶²

Pada pernyataan no 14 dan 15 merupakan indikator aktivitas dan program pada dimensi penghargaan. Pernyataan nomor 14 yakni, perusahaan terbuka dalam memberikan penghargaan untuk karyawan berprestasi, data hasil penelitian pernyataan ini menunjukkan 45,5 persen tidak setuju, dan pernyataan nomor 15 yakni, penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan sangat memotivasi dalam bekerja, data hasil penelitian pernyataan ini menunjukkan 39,4 persen tidak setuju. Mayoritas dari responden menjawab tidak setuju, hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan *employee relations* PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang pada pemberian penghargaan tidak disetujui oleh karyawan, karena pada karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, untuk sebuah

⁶² Onong Uchjana Effendi. 1993. *Human Relations dan Public relations*. Bandung: Mandar Maju. Halaman 147

penghargaan bukan sebagai motivasi yang besar. Namun pada teori yang digunakan pada kegiatan *employee relations* dipaparkan oleh Onong Uchjana Effendi dalam bukunya *Human Relations* dan *Public relations* dijelaskan bahwa Program penghargaan yang dimaksudkan di sini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan.⁶³

Pada pernyataan nomor 19 dan 20 merupakan indikator aktivitas dan program pada dimensi program media komunikasi internal. Pernyataan nomor 19 yakni, media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat memotivasi dalam bekerja, data hasil penelitian menunjukkan 54,5 persen tidak setuju dan pernyataan nomor 20 yakni, media komunikasi internal yang di buat oleh perusahaan sangat efektif dalam menumbuhkan rasa loyalitas karyawan pada perusahaan, data hasil penelitian pernyataan ini menunjukkan 57,5 persen tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang tidak menggunakan program media komunikasi internal sebagai sarana prasaran yang diberikan agar digunakan dengan sebaiknya dan selayaknya. Namun menurut teori yang digunakan pada kegiatan *employee relations* dipaparkan oleh Onong Uchjana Effendi dalam bukunya *Human Relations*

⁶³ *Ibid.* Halaman 147

dan *Public relations* dijelaskan bahwa Membentuk media komunikasi internal melalui bulletin, news release (majalah dinding) dan majalah perusahaan/PR yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan menumbuhkan rasa kekeluargaan yang erat antar penghuni perusahaan.⁶⁴

Berkaitan dengan kegiatan *employee relations* yang telah dibahas, selanjutnya pernyataan-pernyataan mengenai motivasi karyawan yang. Ada 5 pernyataan yang tidak disetujui oleh responden, yakni pertama pernyataan nomor 21 yakni, standar gaji yang diberlakukan di perusahaan sudah sesuai dengan pekerjaan yang dijalankan oleh karyawan, data hasil penelitian menunjukkan 42,4 persen tidak setuju. Kedua pernyataan nomor 30 yakni, tunjangan yang ada di perusahaan sangat sesuai dengan pekerjaan yang di jalankan oleh karyawan, data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen tidak setuju.

Ketiga pernyataan nomor 41 yakni, sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan terbuka untuk seluruh karyawan, data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen tidak setuju. Keempat pernyataan nomor 42 yakni, sistem promosi (kepegawaian) yang diterapkan di perusahaan sangat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih baik lagi, data hasil penelitian menunjukkan 42,4 persen tidak setuju, dan kelima pernyataan nomor 47 yakni, perusahaan selalu memberikan fasilitas tambahan kepada karyawan yang berprestasi, data hasil penelitian menunjukkan 45,5 persen tidak setuju. Dari pernyataan-pernyataan yang

⁶⁴ *Ibid.* Halaman 148

tidak disetujui dapat terlihat bahwa PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang masih kurang tanggap dalam hal memotivasi karyawannya, dan karyawan masih kurang terpenuhi dalam kebutuhan motivasi dalam kerja. Namun perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mengerti dan memenuhi apa yang menjadi kebutuhan karyawannya. Hal ini berdasarkan motivasi kerja karyawan yang mengutip dari teori Maslow, dimana dalam teori ini memiliki 5 dimensi yakni, Kebutuhan Fisiologi, Kebutuhan Keamanan, Kebutuhan Sosial, Kebutuhan Prestasi, Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja.⁶⁵

Dari pernyataan-pernyataan yang tidak disetujui oleh responden yang telah diteliti, ini menjadi kritik dan saran bagi perusahaan, dan inti dari pembahasan ini adalah bahwa sangat kuat hubungannya antara kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang.

⁶⁵ Ashar Sunyoto Munanda. 2008. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta; Universitas Indonesia Press. Halaman: 345.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penelitian mengenai “Hubungan kegiatan *employee relation* dengan motivasi kerja karyawan” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai kegiatan *employee relations*, dari total responden sebanyak 33 orang yang diberikan 20 pernyataan, ditemukan hasil yang dapat disimpulkan bahwa penerapan kegiatan *employee relations* yang ada di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang memiliki nilai yang baik yaitu dengan presentase sebesar 72,95 persen. Bisa dikatakan baik dikarenakan kegiatan-kegiatan yang ada di PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, yang meliputi mendapatkan pemberian informasi melalui arus sejajar, ke

atas dan kebawah, pemberian pelatihan, pendidikan, penghargaan, *special event* serta pemberian program media komunikasi internal perusahaan yang memadai.

2. Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai motivasi kerja karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, dari total responden sebanyak 33 orang yang diberikan 30 pernyataan, ditemukan hasil yang dapat disimpulkan bahwa kinerja pegawai kantor pos Serang memiliki nilai yang baik yaitu dengan presentase sebesar 72,44 persen. Bisa dikatakan baik 174 dikarenakan karyawan PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sudah mencapai kebutuhan motivasi yang sesuai. Tercermin dari terpenuhinya kebutuhan fisiologi, keamanan, sosiologi, prestasi serta kebutuhan mempertinggi kapasitas kerja. Serta hasil yang diberikannya berupa motivasi yang meningkat untuk masa mendatang.
3. Dalam penelitian hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang, menyimpulkan adanya hubungan yang sangat kuat antara hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan pada PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang. Hal ini ditunjukkan dengan presentase sebesar 0,842. Selain itu, dibuktikan dengan nilai angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan linear antara kedua variabel maka variabel kegiatan *employee relations* memang memiliki

hubungan variabel motivasi kerja karyawan. Dengan demikian ada hubungan kegiatan *employee relations* dengan motivasi kerja karyawan.

5.1 Saran.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut ini peneliti menyampaikan beberapa saran yang berkaitan dengan masalah penelitian ini, antara lain:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Untuk para praktisi humas diharapkan agar memperbanyak literatur tentang *employee relations* dan kegiatan-kegiatannya, hal ini penting mengingat *employee relations* merupakan salah satu dari *Internal Public Relations*. Banyaknya literatur akan menambah pengetahuan kita dan mempermudah dalam memahami mengenai kegiatan *employee relations*.
2. Agar Humas BUMN dapat lebih meningkatkan kinerjanya terutama dalam hal memberikan kegiatan-kegiatan terbaik bagi publik internal maupun eksternal. Karena sebagaimana fungsinya Humas BUMN lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan kepentingan umum.
3. Untuk program studi Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi Humas, sebaiknya lebih memperdalam mata kuliah *Employee*

Relations Perusahaan serta mengenai motivasi kerja karyawan. Tujuannya agar mahasiswa lebih mengerti mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan seorang PR atau Humas dan motivasi kerja karyawan, terutama untuk digunakan dalam dunia nyata, yakni dunia kerja.

5.2.2 Saran Praktis

1. PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang sebaiknya memberikan pendidikan formal yang dibutuhkan karyawan, agar karyawan lebih termotivasi dalam bekerja dan melaksanakan kinerja lebih baik lagi. Contohnya memberikan beasiswa bagi karyawan yang berprestasi, seperti beasiswa bagi karyawan yang belum memiliki gelar Sarjana atau Megister dengan kualifikasi dan persyaratan yang berlaku di perusahaan.
2. PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang untuk lebih terbuka dalam memberikan penghargaan bagi karyawan yang berprestasi. Karena menurut penelitian, perusahaan tidak terbuka dalam memberikan penghargaan kepada karyawan. Sehingga karyawan yang tidak mendapat tidak mengetahui ada pemberian penghargaan. Ini

dimaksudkan, agar karyawan lebih termotivasi dalam melakukan kinerja yang lebih baik lagi ke depannya.

3. PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang untuk memanfaatkan media komunikasi internal, karena selama ini media komunikasi internal ini kurang dimanfaatkan lebih baik lagi. Sebagai contoh pengadaan pelatihan untuk karyawan dalam memanfaatkan media komunikasi internal. Agar perusahaan lebih intens dalam kinerja karyawannya, dan karyawan lebih termotivasi dan semangat dalam bekerja, karena perusahaan yang telah peduli akan kebutuhan karyawannya.
4. Untuk PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang lebih memperhatikan standar gaji dan tunjangan-tunjangan yang diberikan kepada karyawan sesuai dengan kinerja yang dilakukan karyawan, agar karyawan lebih termotivasi, dan kebutuhan fisiologinya dapat terpenuhi dengan baik.
5. PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang agar lebih terbuka akan sistem promosi karyawan di perusahaan. Karena penelitian menyatakan bahwa karyawan tidak mengetahui dan perusahaan tidak terbuka akan sistem promosi jabatan ini. Sejauh ini perusahaan hanya terbuka bagi karyawan tertentu. Hal ini akan berdampak buruk bagi kebutuhan prestasi karyawan. Seperti diberlakukan secara terbuka sistem promosi ini, namun tetap pada kualifikasi dan ketentuan yang berlaku di perusahaan.

6. PT BRI (Persero) Kantor Cabang Serang lebih memperhatikan karyawan dalam hal kebutuhan mempertinggi kapasitas kerja karyawan, seperti memberikan fasilitas tambahan bagi karyawan yang berprestasi dan memiliki motivasi dan kinerja yang baik bagi perusahaan. Hal ini dilakukan agar karyawan yang belum tinggi kapasitas motivasi dan kinerjanya, lebih meningkat, sehingga perusahaan pun lebih baik lagi dalam persaingan dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham H. Maslow. (1994). *Motivasi dan Kepribadian I (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan manusia)*. Yogyakarta: Pustaka Progressif,).
- Amirin, M. Tatang, 2000. *Menyusun Rencana Penelitian, Edisi 1, Cetakan Keempat.*. Jakarta; Raja Grafindo Persada
- Arifin, Anwar. 2006. *Ilmu Komunikasi : sebuah pengantar ringkas*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada..
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Cutlip dan Center. 2005. *Effective Public Relations*. Jakarta: Indeks Kelompok Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004, *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public relations*. Bandung: Mandar Maju
- Isna, Alizar. 2011. *Modul Pelatihan Metodologi & spss 17,0*. Jakarta: Universitas Jenderal Soedirman.
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mohammad. (1995)*. Strategi Penelitian Pendidikan. Bandung: Angkasa.
- Moleong. (2004)*. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Munandar, Ashar Sunyoto. 2008. *Psikologi Industri*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press).
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Pace, R. Wayne & Faules, Don F. 2005. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung.; PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jallaludin. (2004). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Metode Penelitian Public relation dan Komunikasi*. :Jakarta; PT. Rajagrafindo Persada.

- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3S, Jakarta; Nanawi Hadari.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soleh & Ardianto, Elvinaro, 2007, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung; Rosdakarya.
- Soedaryono, Soimin, 1992, *Tata Laksana Kantor*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama..
- Widjaja, A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Utama Grafiti.
- Widjaja Tunggal, 2000, *Auditing Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wexley, Kenneth N. Gary A Yuki. 2005. *Perilaku Organisasi dan Psikologi Personal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Yulianita, Neni. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*, Jakarta: Bumi Aksara,