

Iklm Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja
(Survei terhadap Karyawan PT.Tristan)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Konsentrasi
Hubungan Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

M.Reza Ali Haji

6662111287

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
2016**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : M.Reza Ali Haji

NIM : 6662111287

Tempat Tanggal Lahir : Serang, 23 Mei 1993

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul “**Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja (Survei Terhadap Karyawan PT.Tristan)**”, adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila kemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Januari 2016

M.Reza Ali Haji

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : M.Reza Ali Haji

NIM : 6662111287

Judul Skripsi : **Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja (Survei Terhadap Karyawan PT.Tristan)**

Serang, Januari 2016

Menyetujui

Pembimbing I ,



Dr. Rahmi Winangsih., M.Si

NIP. 196810192005012001

Pembimbing II



Darwis Sagita., M.I.Kom

NIP. 198305132008121002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



Dr. Agus Sjaafari, S.Sos., M.Si
NIP. 197108242005011002

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Reza Ali Haji
Nim : 6662111287
Judul Skripsi : **IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM
MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA (Survei
terhadap karyawan PT.Tristan)**

Telah diuji dihadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, Tanggal 29 Bulan
Januari Tahun 2016 dan dinyatakan **LULUS**.

Serang, 29 Januari 2016

Ketua Penguji

Ikhsan Ahmad.,M.Si

NIP. 19731222003121001

Anggota :

Yoki Yusanto.,M.I.Kom

NIP. 197905032006042001

Anggota :

Darwis Sagita.,M.I.Kom

NIP. 198305132008121002



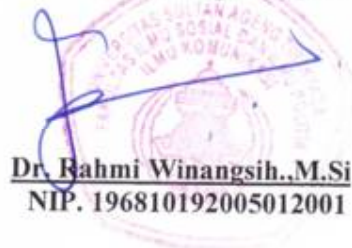
Mengetahui,

Dekan FISIP Untirta



Dr. Agus Sjaafari, S.Sos., M.Si
NIP. 197108242005011002

Ketua Program Studi



Dr. Rahmi Winangsih.,M.Si
NIP. 196810192005012001

KEBAIKAN
KECIL DAPAT
MECIPTAKAN
PERBEDAAN
BESAR

ABSTRAK

M. Reza Ali Haji. NIM 6662111287. SKRIPSI. Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja (Survei Terhadap Karyawan PT.Tristan). Pembimbing I: Dr. Rahmi Winangsih., M.Si. Dan Pembimbing II: Darwis Sagita., M.I.Kom.

Iklim komunikasi merupakan fungsi kegiatan (kerja) yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai mereka. Iklim komunikasi organisasi dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Ada 5 iklim komunikasi yaitu *supportiveness*, partisipasi, kepercayaan, keterbukaan, dan tujuan kinerja yang tinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar iklim komunikasi organisasi yang ada di PT. Tristan. Peneliti menggunakan teori Penetapan Tujuan. Inti teori ini adalah teori yang khusus dan sulit menghantar ke kinerja yang tinggi. Atasan dan bawahan akan menganggap kinerja yang tinggi itu penting. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sifat deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Tristan. Teknik Sampling yang digunakan adalah *total sampling* dengan sample penelitian berjumlah 60 karyawan. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah tingkat iklim komunikasi dalam motivasi kerja terkait *supportiveness* tergolong kuat dengan perolehan persentase sebesar 77,41%, partisipasi tergolong kuat dengan perolehan persentase sebesar 77,33%, kepercayaan tergolong kuat dengan perolehan persentase sebesar 80,41%, keterbukaan tergolong kuat dengan perolehan persentase sebesar 77,41%, dan kinerja yang tinggi tergolong kuat dengan perolehan persentase sebesar 76,75%. Dari hasil penelitian ini, iklim komunikasi organisasi di PT. Tristan terbilang positif.

Kata kunci : Iklim Komunikasi, Motivasi Kerja, Teori penetapan tujuan

ABSTRACT

M. Reza Ali Haji. NIM 6662111287. SKRIPSI. Climate Communication Work In Increasing The Motivation Of Work (Survey Of Employees At PT. Tristan). Supervisor I: Dr. Rahmi Winangsih., M.Si. And Supervisor II: Darwis Sagita., M.I.Kom

The climate is a function of communication activities (work) that are present in the Organization to indicate to members of the organization that the Organization believe them. Climate communication organization can increase employee communication. There are 5 climate communication namely supportiveness, participation, trust, openness, and high performance. The purpose of this research is to measure the extent of the organization's existing communications climate in PT. Tristan. Research used the theory of goal setting. The core of this theory is about special and difficult theory sent to high performance. Superiors and subordinates will assume a high performance is important. The research method which is used is quantitative-descriptive. The population in this research is employees of PT. Tristan. The sampling technique used is total sampling and the samples are 60 employees. The conclusion that can be drawn from this research is that the climate communication in motivation of work in supportiveness are categorized as strong with the acquisition of percentage of 77,41%, participation are categorized as strong with the acquisition of percentage of 77,33%, trust are categorized as strong with the acquisition of percentage of 80,41%, openness are categorized as strong with the acquisition of percentage of 77,41% and the last is high performance are categorized as strong with the acquisition of percentage of 76,75%. The result of this research, climate communication in the organization of PT. Tristan is positive.

Keywords: climate communication, motivation of work and goal setting theory

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Iklim Komunikasi Kerja Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja (Survei Terhadap Karyawan PT.Tristan)” tanpa menemukan hambatan dan kesulitan yang berarti.

Tentunya penelitian ini tak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari dosen pembimbing. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing pertama Ibu Dr. Rahmi Winangsih., M.Si yang telah memberikan waktu, spirit, dukungan dan perhatian kepada peneliti, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Serta kepada dosen pembimbing kedua Bapak Darwis Sagita., M.I.Kom yang telah memberikan waktu, arahan, perhatian dan dukungan kepada peneliti, sehingga peneliti lebih termotivasi untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak yang telah mendukung dan memotivasi peneliti. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Dr. Agus Sjafari. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah menyetujui skripsi peneliti.
2. Ibu Dr. Rahmi Winangsih., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Ibu Puspita Asri Praceka, S.Sos., M.Ikom selaku Sekretaris Jurusan Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Ibu Dr. Rahmi Winangsih., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah penuh dengan kesabaran dan meluangkan waktunya, serta memberi masukan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Darwis Sagita., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah penuh dengan kesabaran dan meluangkan waktunya, serta memberi masukan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Rangga G Gumelar, Dipl. Ing., M.Si selaku Dosen Akademik yang telah membimbing perkuliahan dari semester awal hingga akhir.
7. Seluruh staff Program Studi Ilmu Komunikasi dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu penulis dalam hal kelancaran proses skripsi.
8. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama kuliah.
9. Keluarga besar penulis, khususnya untuk Bapa & Mamah yang selalu memberi dukungan yang tiada henti-henti nya sehingga saya selesai mengerjakan skripsi ini.
10. Adik-adik tercinta yang selalu memberi support setiap hari, Dwi, Dimas, Alip, Alya yang selalu mendampingi penulis baik dalam

keadaan susah maupun senang. Terimakasih atas motivasi, perhatian dan juga cinta yang tulus.

11. Nurjanah yang sekarang udah S.ikom duluan, terima kasih untuk waktu yang sangat banyak untuk membantu dan perhatian dengan cinta dan tulus.
12. Teman-teman (Forum Ciku) Nandi, Dea, Wegy, Dede, Alif, Ricko, Bima, Suryanto, Irfan dan yang lainnya terima kasih sudah kasih support yang membuat saya semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
13. Teman-teman Angkatan 2011, khususnya Humas C yang telah memberikan kesan-kesan selama kuliah.
14. Terima kasih kepada PT.Tristan khusus nya Karyawan yang sudah membantu juga dalam penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, masih jauh dari bentuk kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran dari berbagai pihak atas segala kekurangan, kekeliruaan, dan keseluruhan dalam pembuatan skripsi ini menjadi tanggung jawab penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca umumnya.

Serang, Januari 2016

M.Reza Ali Haji

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Ilmu Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Organisasi	14
2.2.1 Alur Komunikasi Organisasi	16
2.3 Iklim Komunikasi	18
2.4 Motivasi Kerja	21

2.4.1 Bentuk-bentuk Motivasi	22
2.5 Hubungan Iklim Komunikasi dengan Motivasi	25
2.6 Teori Penetapan Tujuan	27
2.7 Kerangka Pemikiran	29
2.8 Operasional Variabel	29
2.9 Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Paradigma Penelitian	33
3.3 Metode Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Kuesioner	36
3.4.2 Penelitian Kepustakaan	37
3.5 Sumber Data	38
3.5.1 Populasi	38
3.5.2 Sampel	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Realibilitas	39
3.6.3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.7 Analisis Data	41
3.7.1 Analisis Deskriptif	42
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
3.8.1 Lokasi Penelitian	43
3.8.2 Jadwal Penelitian	43
BAB IV PEMBAHASAN	45

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1 Company Profile PT. Tristan	45
4.2 Deskripsi Dara	47
4.2.1 Deskripsi Data Responden	48
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.3 Deskripsi Akumulasi Indikator Penelitian	75
4.4 Pembahasan	81
4.4.1 <i>Suppotiveness</i>	84
4.4.2 Partisipasi	85
4.4.3 Kepercayaan	86
4.4.4 Keterbukaan	86
4.4.4 Kinerja yang tinggi	87
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Operasional Variabel	29
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Ordinal	37
Tabel 3.2 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Tingkat Alfa	40
Tabel 3.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas pada PT. Tristan	40
Tabel 3.4 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas pada PT. Tristan	41
Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase	43
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian	43
Tabel 4.1 Umur Responden	48
Tabel 4.2 Pendidikan Responden	50
Tabel 4.3 Lama Bekerja Responden	51
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.5 Suppotiveness dalam petunjuk kerja	53
Tabel 4.6 Suppotiveness dalam memberikan jalan keluar terhadap permasalahan	54
Tabel 4.7 Suppotiveness dalam prestasi karyawan.....	55
Tabel 4.8 Suppotiveness dalam membutuhkan karyawan	56
Tabel 4.9 Suppotiveness dalam dukungan dari atasan	56
Tabel 4.10 Partisipasi dalam rapat-rapat perusahaan	57
Tabel 4.11 Partisipasi dalam mengambil keputusan sendiri	58
Tabel 4.12 Partisipasi dalam mengeluarkan pendapat	59
Tabel 4.13 Partisipasi dalam menghargai pendapat karyawan.....	60
Tabel 4.14 Partisipasi dalam perbedaan pendapat antar karyawan	60

Tabel 4.15 Kepercayaan dalam menjalankan pekerjaannya	61
Tabel 4.16 Kepercayaan dalam kegiatan perusahaan	62
Tabel 4.17 Kepercayaan dalam menyampaikan informasi	63
Tabel 4.18 Kepercayaan pada isi pesan yang diterima	64
Tabel 4.19 Kepercayaan karyawan terhadap atasan	64
Tabel 4.20 Keterbukaan dalam menerima kritik dari karyawan	65
Tabel 4.21 Keterbukaan dalam memperbaiki kesalahan	66
Tabel 4.22 Keterbukaan dalam memberikan jawaban	67
Tabel 4.23 Keterbukaan dalam memberikan informasi	68
Tabel 4.24 Keterbukaan dalam mendapatkan informas	69
Tabel 4.25 Karyawan mengetahui tujuan usaha perusahaa	70
Tabel 4.26 Karyawan menganggap tujuan perusahaan sudah baik	71
Tabel 4.27 Atasan memberikan informasi tentang aktifitas perusahaan	72
Tabel 4.28 Kegiatan komunikasi berlangsung baik dalam perusahaan	73
Tabel 4.29 Kesejahteraan karyawan sangat penting	74
Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Persentase	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Contoh Kuesioner	94
Lampiran 2 Surat izin Penelitian	97
Lampiran 3 Hasil output SPSS	99
Lampiran 4 Buku bimbingan	101
Lampiran 5 Riwayat Hidup	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tidak dapat di pungkiri, Manusia adalah makhluk sosial yaitu makhluk yang tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain. Manusia selalu hidup bermasyarakat dan berorganisasi mulai dari lingkup kecil seperti keluarga hingga lingkup besar seperti masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Harold Laswell, "*we can not not communication*". Kita tidak bisa hidup tanpa berkomunikasi dengan orang lain.

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Dengan komunikasi kita dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari, berkeluarga dan juga berorganisasi. Dengan adanya komunikasi kita dapat saling mengenal, membantu, belajar, dan mengerti orang lain. Untuk kebutuhan pribadi berkomunikasi sangat penting mulai dari pemenuhan hidupnya, beradaptasi, ekspresi diri dan juga aktualisasi diri dimana dia berada.

Selain faktor komunikasi didalamnya penting sekali suatu perusahaan mempertahankan eksistensi perusahaan. Saat ini persaingan di dunia bisnis sudah semakin ketat dan tajam khususnya di ranah perindustrian. Perindustrian Indonesia saat ini sudah mulai memasuki pasar bebas, dimana produk tersebut harus bersaing di antara ribuan produk sejenis lainnya baik

dari produk lokal maupun internasional. Fenomena ini bagaikan hukum rimba, dimanan produk yang menang akan terus menguasai pasar sedangkan produk yang kalah dapat terpuruk.

PT. Tristan Engineering adalah suatu perusahaan swasta yang bergerak bisnisnya di bidang engineering control automation dan electrical. yang lokasi kantornya berada di Perkantoran Bona Karta Jl.Sultan Ageng Tirtayasa no.49 Cilegon Banten. PT. Tristan berdiri sejak 5 april 2003 dikota cilegon dengan latar belakang pemilik adalah seorang wirausaha muda yang ingin membagikan terminologi di perusahaan nasional yang khususnya wilayah cilegon. PT. Tristan menerima pelayanan seperti spesialis di bidang instrumen, listrik dan engineering untuk di suplay ke perusahaan industri, HMI/system SCAD perusahaan software, pelatihan dan pelayanan yang menawarkan solusi terbaik kepada pelanggan. Saat ini PT. Tristan memiliki karyawan sebanyak 60 karyawan. Karyawan memiliki peranan penting di setiap perusahaan.

Melihat peranan karyawan yang sangat penting dalam suatu perusahaan, maka keberadaan karyawan harus diperhatikan, misalnya dengan membina hubungan yang lebih jauh agar tercipta saling pengertian, kepercayaan dan kerja sama antara pimpinan dengan karyawannya. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam sebuah organisasi karena dengan adanya komunikasi maka kejelasan masalah pun akan tercipta, adanya keterbukaan, perhatian, dukungan dan yang terpenting adalah adanya suatu rasa kebersamaan diantara keduanya baik karyawan maupun pimpinan.

Komunikasi antara atasan dan karyawan dapat berjalan dengan lancar

salah satunya karena adanya humas di dalam perusahaan. Di PT. Tristan, peran humas kurang efektif karena humas di PT. Tristan merangkap sebagai divisi marketing. Tetapi itu tidak menghambat kegiatan perusahaan. Terbukti selama 8 tahun, hanya 1% - 2% karyawan yang keluar dari perusahaan. Apa yang membuat mereka nyaman bekerja di PT. Tristan, apa karena iklim komunikasi di dalamnya sudah baik?.

Iklim komunikasi penting dalam sebuah organisasi, karena dengan mengetahui iklim suatu organisasi kita dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap dengan cara-cara tertentu. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Poole dalam buku komunikasi organisasi, strategi meningkatkan kinerja perusahaan : “Iklim komunikasi penting karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi dan membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi”¹

Redding menyatakan “Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi mengenai komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik antar pesona dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut”.²

Iklim komunikasi terjalin tidak semata-mata dalam hubungan khusus saja namun juga terlihat dari hubungan komunikasi sehari-hari saat mereka bekerja. Redding menyebutkan iklim komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dapat dilihat dari 4 faktor, diantaranya yaitu : keterbukaan dan keterusterangan

¹ Ibid. Hal : 148

² Wayne pace, Faules Don. 2005. *Komunikasi Organisasi Strategi Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. h. 147

berkomunikasi, kepercayaan dan kredibilitas antara pimpinan dan bawahan, dukungan/ *supportiveness*, dan partisipatif dalam membuat keputusan. Apabila karyawan dihargai dan dihormati keberadaannya didalam organisasi maka tak lain mereka pun akan menghargai dan menghormati organisasinya sehingga karyawan pun akan berjuang sekuat tenaga untuk tujuan organisasi.

Seorang pimpinan dalam suatu perusahaan/intansi harus mampu memberikan motivasi kepada pegawainya. Kemampuan seorang manajer untuk memotivasi dan mempengaruhi, mengarahkan, dan ini bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi tingkat prestasi seseorang. Pimpinan yang dapat melihat motivasi sebagai suatu system akan mampu meramalkan perilaku dari bawahannya.³ Motivasi ini penting karena dengan motivasi ini di harapkan setiap pegawai mau bekerja keras dan antusias dan mencapai produktivitas kerja yang tinggi. Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakn kegirahan kerja seorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan integrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja pegawai, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilanya untuk mewujudkan tujuan perusahaan/instansi.⁴ Berdasarkan penjelasan diatas motivasi yaitu kesedian mengeluarkan tingkat upaya tinggi kearah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi kebutuhan individual.

Semakin ketatnya persaingan usaha mendorong setiap perusahaan

³ Handoko, Hani, T. 2001. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta : BPFE- Yogyakarta. Hal :366

⁴ Malayu, Hasibuan. 2001. *Organis 'asi & motivasi*, Dasar Peningkatan Produktifitas. Jakarta: PT. Bumi Aksara Hal :92

meningkatkan produktivitas kerjanya baik secara kuantitas maupun kualitas, yang diharapkan mampu berdampak positif pada menguatnya prestasi perusahaan. Usaha pencapaian prestasi tersebut merupakan sebuah proses panjang yang melibatkan seluruh sumber daya dalam perusahaan terutama karyawan sebagai sumber daya manusia. Sehingga pada hakikatnya semakin tinggi kualitas karyawan yang dimiliki perusahaan maka akan semakin tinggi pula kualitas produksinya. Kualitas yang dimiliki karyawan tidak hanya berasal dari kecerdasan, keahlian maupun keterampilan, tetapi juga motivasi kerja maka diharapkan mampu menumbuhkan pula keinginan dan semangat untuk bekerja maksimal, sehingga akhirnya berdampak pada keefektifan usaha.

Berkaitan dengan hal tersebut maka komunikasi dirasakan menjadi sangat penting dan merupakan sumber bagi kehidupan dan kedinamisan perusahaan. Dengan berkomunikasi seorang atasan dapat mengetahui aspirasi bawahannya dan seorang bawahan dapat menangkap kehendak atasan dengan lebih baik. Keadaan seperti ini pada akhirnya akan mampu memacu motivasi karyawan dalam bekerja karena komunikasi yang terjadi memungkinkan lahirnya suasana akrab dan penuh dukungan. Sehingga bagi penulis menarik untuk menggali lebih jauh tentang iklim komunikasi yang berkembang di PT. Tristan dengan mengangkat judul penelitian ini adalah **IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA (SURVEI TERHADAP KARYAWAN PT. TRISTAN)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa besar iklim komunikasi kerja dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan ?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti menidentifikasi pokok masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa besar supportiveness dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan ?
2. Seberapa besar partisipasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan ?
3. Seberapa besar kepercayaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan ?
4. Seberapa besar keterbukaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan ?
5. Seberapa besar tujuan kinerja yang tinggi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Trisran?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pertanyaan yang telah disusun pada identifikasi. Tujuan penelitian menunjukan apa yang akan dicapai dari penelitian, yang pada akhirnya tujuan akan digunakan sebagai rujukan untuk merumuskan hasil dan kesimpulan peneliti. Adapun tujuan dari

penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat supportiveness dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Trisran
2. Untuk mengetahui tingkat partisipasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Trisran
3. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Trisran
4. Untuk mengetahui tingkat keterbukaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Trisran
5. Untuk mengetahui tingkat kinerja yang tinggi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Trisran

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademik

Penelitian ini berupaya untuk menghasilkan suatu kajian dari sudut pandang akademis, memberikan sebuah kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya pada bidang Public Relation. Penelitian ini juga diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya mengenai tingkat iklim komunikasi dalam motivasi kerja karyawan.

2. Secara Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT.Tristan untuk meningkatkan kepuasan karyawan supaya dapat meningkatkan motivasi kerja.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ilmu Komunikasi

“ Retorika sebagai ilmu pertama tentang pertanyaan antar manusia yang berkembang di Yunani, Romawi dan Jerman *publisitik*, dan Amerika Serikat menjadi *Communications Science* atau *Ilmi Komunikasi*. Ilmu komunikasi beraal dari aspek pesuratkabaran yaitu journalism atau jurnalistik atau jurnalisme, sebagai pengetahuan mengenai seluk beluk pemberitaan mengenai peliputan bahan berita. Dalam proses komunikasi secara total, bukan hanya komunikai melalu media saja, melainkan communications, dan lain-lain.”⁵

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Pentingnya komunikasi tidak dapat dipungkiri demikian pula hanya dalam organisasi. Komunikasi merupakan proses yang tidak dapat dihindari oleh setiap anggota organisasi. Komunikasi penting bagi suatu organisasi untuk dapat bekerja sama dalam melakukan aktivitas manajemen, yaitu untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Karl. Hovland (1990) mendefinisikan ilmu komunikasi sebagai berikut: “*a systematic attempt to formulate in regous fashion the principles by which information is transmitted and opinions and attitudes are formed*”. (suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan dengan cara yang secepat-cepatnya asas-asas pentrasmisian informasi secara pembentukan opini dan sikap.)⁶ Keith Brooks menyatakan bahwa komunikologi merupakan filsafat

⁵ Ahmad, Sihabudin. Rahmi, Winangsih. 2012. Komunikasi Antarmanusia. Serang : Pustaka Getok Tulat. Hal 15-16

⁶ Ibid. Hal 16

komunikasi yang realistis, sistematis, menutupi kesenjangan, pengetahuan, menafsirkan, dan mengabsahkan penemuan kedalam disiplin ilmu dan penelitian khusus.⁷ Dengan demikian kajian ilmu komunikasi merupakan pentransmisi informasi atau pesan sistematis dan terfokus secara tepat dan realistis untuk mengurangi kesenjangan pengetahuan, berinteraksi, dan saling menafsirkan satu dan lainnya. Sebagai kajian disiplin ilmu baru yang menarik untuk dikaji lebih dalam dan khas.⁸ Struktur ilmu (pengetahuan) meliputi aspek, aksiologi, epistemologi dan ontologi. Aksiologi mempertanyakan dimensi utilitas (faedah,peranan,kegunaan). Epistemology menjelaskan norma-norma di perguruan ilmu pengetahuan untuk membenarkan dirinya sendiri. Sedangkan ontologi menyodorkan struktur materi (apa) dari ilmu pengetahuan.

Perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia dilihat dari segi aksiologi, ilmu komunikasi telah banyak di manfaatkan untuk memecahkan persoalan – persoalan social. Segi epistemology, ilmu komunikasi pada umumnya di anggap sebagai subur minat ilmu lain. Misalnya sarjana psikologi mempelajari perilaku individu dan memandang komunikasi sebagai salah satu jenis tertentu dari perilaku manusia.

Sarjana sosiologi berfokus pada masyarakat proses social, melihat komunikasi sebagai salah satu dari faktor-faktor social. Sarjana antropologi yang memusatkan perhatian pada kebudayaan, mengamati komunikasi sebagai salah satu aspek dari sebuah tema yang lebih luas.

⁷ Ibid. Hal 16

⁸ Ibid Hal 16

Makin berkembangnya pendidikan tinggi ilmu komunikasi, sifat subur dinat tersebut perahan-lahan berkurang. Sebaliknya, penelitian-penelitian yang mandiri terhadap gejala komunikasi memungkinkan berkembangnya teori-teori komunikasi. Dengan demikian wilayah antology ilmu komunikasi semakin luas.⁹ Berdasarkan uraian di atas dapatlah disusun suatu ikhtisar mengenai lingkup ilmu komunikasi.

Komponen Komunikasi:

a. **Komunikator**

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan.

b. **Pesan**

Pesan merupakan sekumpulan symbol yang disampaikan komunikator kepada komunikan.

c. **Media**

Media yaitu alat perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

d. **Komunikan**

Komunikan merupakan orang yang menjadi sasaran pesan komunikasi atau bisa disebut juga orang yang menerima pesan komunikasi.

e. **Efek**

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih yang terlibat tindakan komunikasi.

⁹ Ibid. Hal 22-23

Proses komunikasi dengan melihat komponen komunikasi diatas yaitu, komunikator menyampaikan pesan melalui media kepada komunikan atau khalayak sehingga menimbulkan efek dari komunikasi yang dilakukan tersebut.

Ada 6 sifat komunikas, yaitu:

1. Tatap muka (*face to face*)

Komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tutup muka.

2. Bermedia (*mediated*)

Proses komunikasi yang dilakukan menggunakan alat perantara atau media.

3. Verbal (*verbal*)

Proses penyampaian pesan dalam bentuk lisan atau tulisan.

4. Non Verbal (*non verbal*)

Penyampaian pesan melalui bahasa tubuh seperti gerak gerik, isyarat, raut wajah, sentuhan, selain itu warna, gambar, benda, dsb.

5. Gerakan/isyarat badaniah (*gestural*)

Komunikasi non verbal dalam penyampaian pesannya menggunakan gerakan atau isyarat badaniah.

6. Bergambar (*Pictorial*)¹⁰

Komunikasi non verbal pesannya menggunakan gambar.

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (*pengirim*) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarama agar mendapat umpan balik (*feedback*)

¹⁰ Onong Ucjana Effendy. 009. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 7

dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat dipenuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambing atau symbol. Komunikasi bermedia (mediated) dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu komunikator dalam menyampaikan pesan.

Komunikator dapat menyamakan pesannya secara verbal dan non verbal. Pesan verbal dibagi kedalam 2 macam yaitu lisan dan tulisan. Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dsb. Dan menggunakan gambar untuk mengemukakan idea tau gagasannya.

Dalam menyampaikan informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang dilaksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain :

- a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang *Persuasive* bukan memaksakan kehendak.
- b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan atau pemimpin harus mengetahui besar aspirasi masyarakat tentang apa yang dinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita member jalur ke timur.

- c. Mengerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, mengerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting yang harus diingat adalah bagaimana cara terbaik untuk melakukannya.
- d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat atauun komunikato kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dengan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti yang apa kita maksudkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengaharpkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Atau perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, dan perubahan social.

2.2 Komunikasi Organisasi

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.¹¹

Goldhaber memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut¹².

“organizational communications is the process of creating and exhaning messages within a network of independent relationship to cope with environmental uncertainly”

¹¹ Ami Muhammad. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2004. Hal: 65

¹² Pamela Shockey – Zalabe, *Fundamental of Organizational Communication*, 4th edition, New York: Longman, 1999, hal. 23

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Godhaber menjelaskan bahwa komunikasi di dalam organisasi sebagai sebuah tujuan untuk melandasi ketidakpastian karena pada dasarnya organisasi melibatkan banyak individu yang mempunyai tujuan yang sama secara kolektif. Untuk memudahkan pencapaian tujuan tersebut sebuah organisasi memerlukan pengaturan secara jelas melalui proses pengambilan dan koordinasi kerja keputusan. Proses pengambilan keputusan dan koordinasi kerja di dalam organisasi dilakukan melalui pertukaran makna antar jaringan yang ada di dalam sebuah organisasi dengan tujuan agar tidak terjadi suasana kesimpangsiuran yang dapat menghambat jalannya roda kegiatan organisasi.

Komunikasi organisasi tentunya memiliki tujuan dan fungsi. Tujuan dan fungsi komunikasi sebagai berikut. Komunikasi organisasi bertujuan untuk mempengaruhi dan mengubah sikap serta perilaku para karyawan untuk melakukan suatu pekerjaan yang sesuai dengan keinginan perusahaan agar tujuan dapat tercapai.

Menurut Gary L. Kreps, fungsi komunikasi organisasi adalah membantu anggota-anggota organisasi menyelesaikan baik tujuan individu maupun tujuan organisasi menyelesaikan baik tujuan individu maupun tujuan organisasi dengan memungkinkan mereka untuk menerjemahkan perubahan-perubahan organisasi dan yang terpenting adalah untuk mengkoordinasikan pemenuhan kebutuhan-

kebutuhan pribadi mereka melalui penyelesaian tanggung jawab organisasional mereka.

2.2.1 Alur Komunikasi Organisasi

Ada tiga bentuk komunikasi organisasi.

1. Downward communication atau komunikasi kepada bawahan komunikasi kepada bawahan memunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau pimpinan kepada bawahannya.

2. Upward communication atau komunikasi kepada atasan Komunikasi ke atas berfungsi sebagai umpan balik bagi pimpinan untuk memberikan petunjuk tentang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan kepada bawahan dan dapat memberikan stimulus kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam merumuskan pelaksanaan kebijaksanaan bagi organisasi.

3. Horizontal communication atau komunikasi horizontal.

Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi.

Komunikasi downward dan upward dapat disebut alur komunikasi vertical. Informasi-informasi yang terdapat dalam komunikasi vertical¹³ :

1. Downward communication :

a. Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan

¹³ R. Wayne Pace, Don F. Faules, dan Deddy Mulyana. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hal 185.

- b. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan
- c. Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi
- d. Informasi mengenai kinerja pegawai
- e. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (sense of mission)

2. Upward communication :

- a. Pekerjaan bawahan, kemajuan dan rencana-rencana untuk waktu mendatang
- b. Persoalan-persoalan kerja yang belum dipecahkan bawahan yang mungkin memerlukan beberapa macam bantuan
- c. Saran atau gagasan untuk perbaikan dalam unit-unit mereka atau dalam organisasi sebagai suatu keseluruhan
- d. Pikiran dan perasaan bawahan tentang pekerjaan, rekan, kerja, organisasi.

Komunikasi sejajar atau horizontal terjadi di antara orang-orang yang berada pada tingkat tanggung jawan yang sama. Komunikasi ini berguna untuk membentuk hubungan yang kuat di antara mereka. Karenanya komunikasi ini seringkali terjadi dalam suasana saling percaya. Bentuk komunikasi ini biasanya berupa nasehat-nasehat dan koordinasi yang berkaitan dengan pekerjaan.

2.3 Iklim Komunikasi

Menurut Redding (1972), iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan (kerja) yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai mereka dan member mereka kebebasan dalam mengambil resiko mendorong mereka dan member mereka tanggung jawab dalam mngerjakan tugas-tugas mereka, menyediakan infromasi yang terbuka cukup tentang organisas, mendengarkan dengan penuh perhatian serta memperoleh infromasi yng dapat dipercaya dan terus terang oleh anggota organisasi, secara aktif member penyuluhan kepadda para anggota organisasi sehingga mereka dapat melihat bahwa keterlibatan mereka penting bagi keputusan-keputusan dalam organisasi,dan mernaruh perhatian pada kerja yang bermutu tinggi dan member tantangan.¹⁴ Dapat disederhanakan bahwa iklim komunikasi adalah persepsi mengenai seberapa jauh anggota organisasi bahwa organisasi dapat dipercaya, mendukung, terbuka terhadap, menaruh perhatian kepada, dan secara aktif meminta pendapat mereka, serta member penghargaan atau standar kinerja yang baik.

Definisi iklim organisasi menurut Hillrieger dan Slocum (Jablin, 1987) diungkapkan dengan mempertimbangkan subsistem dalam organisasi. Mereka mengatakan iklim organisasi adalah suatu set atribut organisasi, yang mungkin disebabkan oleh cara-cara organisasi atau subsistem, terhadap anggota dan

¹⁴ Pace, R. Wayne. Faulus F. Don. 2005. *komunikasi organisasi, strategi meningkatkan kinerja karyawan perusahaan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. Hal 154

lingkungannya.¹⁵ Iklim organisasi dipengaruhi oleh bermacam-macam cara anggota organisasi bertindak laku dan berorganisasi. Iklim komunikasi yang penuh persaudaraan mendorong para anggota organisasi untuk berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota yang lain. Sedangkan iklim yang negative menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan.

Gerald M. Goldhaber dalam buku *Organizational Communication*¹⁶ menyatakan iklim komunikasi terdiri dari 5 faktor:

1. Dukungan Karyawan

Memandang hubungan komunikasi dengan atasan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran dari tentang “makna dan kepentingan perannya”,

2. Kesertaan dalam proses keputusan

Kesadaran bahwa komunikasi dengan atasan mempunyai manfaat dan pengaruh didengarkan dan digunakan.

3. Kejujuran, percaya diri, dan keandalan

Sumber pesan dan/ atau peristiwa-peristiwa komunikasi dianggap dapat dipercaya.

4. Terbuka dan tulus

Dalam komunikasi formal maupun informal terdapat keterbukaan dan ketulusan dalam berkata dan mendengar.

5. Tujuan kinerja yang tinggi

Tingkat kejelasan uraian dan penjelasan tentang tujuan-tujuan kinerja sebagaimana dirasakan oleh para karyawan.

Berdasarkan uraian diatas, iklim komunikasi bisa dilihat dari faktor dukungan karyawan, kesertaan dalam proses keputusan, kejujuran, percaya diri,

¹⁵ Arni, Muhammad. 2008. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara. Hal 125

¹⁶ Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hal : 124

dan keandalan, terbuka dan tulus, tujuan kinerja yang tinggi. Iklim komunikasi bisa dilihat dari bagaimana dukungan karyawan PT Tristan, hubungan komunikasi pegawai dengan atasan di kantor PT. Tristan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya peran pegawai dan pimpinan. Selain itu kesertaan dalam proses keputusan juga penting, pegawai harus dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Kejujuran, percaya diri dan keandalan pegawai juga harus diperhatikan demi terciptanya iklim komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi. Terbuka dan tulus juga tujuan kinerja yang tinggi. Keterbukaan antara pegawai dengan pimpinan juga penting, pegawai bisa menyampaikan keluhan kesahnya kepada pimpinan demi terciptanya hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan pegawai

Redding (goldhaber,1986) mengemukakan dimensi penting dari iklim komunikasi¹⁷ yaitu:

1. Supportiveness, atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting.
2. Partisipasi membuat keputusan.
3. Kepercayaan, dapat di percaya dan dapat menyimpan rahasia.
4. Keterbukan dan keterusterangan.
5. Tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

¹⁷ Arni Muhammad.2004.*komunikasi organisasi*.jakarta: bumi aksara. Hal 85

Berdasarkan uraian diatas, kepercayaan antara pimpinan dengan pegawai, pegawai dengan rekan kerja juga penting, karena dengan adanya saling percaya satu sama lain bisa meningkatkan iklim komunikasi. Pembuatan keputusan bersama, pimpinan harus melibatkan pegawai dalam pengambilan keputusan. Keterbukaan dalam komunikasi kebawah, anggota organisasi harus relative mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas, pimpinan harus mendengarkan saran-saran dan keluhan dari pegawainya. Perhatian dan tujuan berkinerja tinggi harus diperhatikan demi terciptanya iklim komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi.

2.4 Motivasi Kerja

Mitchell mengatakan bahwa motivasi mewakili proses-proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, di arahnya dan terjadinya persistensi kegiatan-kegiatan sukarela (volunteer) yang diarahkan ke arah tujuan tertentu.

Sondang P. Siagian menjelaskan bahwa motivasi kerja sebagai daya pendorong yang mengakibatkan seorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian dan keterampilan, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajiban dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.¹⁸

¹⁸ Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Rineka Cipta, Jakarta, 1989, hal 138

Menurut Stephen P. Robbins¹⁹, motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu.

Pendapat lain mengenai motivasi datang dari Jerry Gray, menurut Gray motivasi merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap entusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan tertentu.

Alex S. Nitisemito²⁰, di dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Personalia* menyebut motivasi sebagai semangat dan kegairahan kerja yang dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Sementara menurut Keith Davis, untuk melihat motivasi kerja individu dapat juga dilihat melalui penyelesaian tugas yang berkualitas dan kepuasan individu tersebut pada pekerjaannya.

2.4.1 Bentuk-bentuk Motivasi

Dua bentuk motivasi kerja, kedua bentuk tersebut adalah sebagai berikut²¹:

1. Motivasi intrinsik.

Motivasi ini adalah pendorong kerja yang bersumber dari dalam diri pekerja sebagai individu, berupa kesadaran mengenai pentingnya atau manfaat akan pekerjaan yang dilaksanakannya. Dengan kata lain motivasi

¹⁹ Ibid. Hal 55

²⁰ Alex S. Nitisemito. *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*, edisi ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1996, hal 97

²¹ Hadari Nawawi, 2003, *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang pemerintahan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta. Hal 359

ini bersumber dari pekerjaan yang dikerjakan, baik karena mampu memenuhi kebutuhan atau menyenangkan, atau memungkinkan mencapai suatu tujuan, maupun karena memberikan harapan tertentu yang positif dimasa depan. Misalnya pekerja yang bekerja secara berdedikasi semata-mata karena merasa memperoleh kesempatan untuk mengaktualisasikan atau mewujudkan dirinya secara maksimal.

2. Motivasi ekstrinsik

Motivasi ini adalah pendorong kerja yang bersumber dari luar diri pekerja sebagai individu berupa suatu kondisi yang mengharuskannya melaksanakan pekerjaan secara maksimal. Misalnya berdedikasi tinggi dalam bekerja karena upah/gaji yang tinggi, jabatan/posisi yang terhormat atau memiliki kekuasaan yang besar, pujian, hukuman dan lain-lain.

Di lingkungan suatu organisasi/ perusahaan terlihat kecenderungan penggunaan motivasi ekstrinsik lebih dominan daripada motivasi intrinsik. Kondisi itu terutama di sebabkan tidak mudah untuk menumbuhkan kesadaran dari dalam diri pekerja, sementara kondisi kerja disekitar lebih banyak mengiringinya daripada mendapatkan kepuasan kerja yang hanya dapat dipenuhi dari luar dirinya.

Dalam kondisi seperti tersebut di atas maka diperlukan usaha-usaha mengintegrasikan teori-teori motivasi, untuk dipergunakan secara operasional di lingkungan organisasi/ perusahaan. Bagi para manajer yang

penting adalah memberikan makna semua teori, agar dapat di pergunakan secara operasional/ praktis dalam memotivasi para bawahannya.

Memotivasi para pekerja yang banyak dipersoalkan adalah mengenai kompensasi tidak langsung, khususnya dalam bentuk insentif²².

Yang dimaksud Insentif adalah penghargaan/ ganjaran yang diberikan untuk memotivasi para pekerja agar produktivitas kerjanya tinggi, sifatnya tidak tetap atau sewaktu-waktu oleh karena itu insentif sebagai bagian dari keuntungan terutama sekali diberikan pada pekerja yang bekerja secara baik atau yang berprestasi. Misalnya dalam bentuk pemberian bonus. Disini penulis akan membahas insentif khususnya mengenai bonus.

Bonus adalah kompensasi yang diberikan kepada karyawan yang mampu bekerja sedemikian rupa sehingga tingkat produksi yang baku terlampaui²³.

Bonus tidak hanya membantu perusahaan mengendalikan biaya, namun juga mengangkat kepuasan kerja karyawan. Perusahaan yang memberikan gaji kepada seorang karyawan membuat perubahan manajemen yang meningkatkan bayarnya sekarang, dimasa depan, dan pada saat pension. Namun hal ini jauh lebih mahal dari pada pembayaran

²² Ibid. Hal 73

²³ Siagian, Sondang P, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi kesatu, Yogyakarta, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2004.

bonus sekali waktu. Program bonus lebih mudah dipertahankan karena tidak memerlukan banyak dokumentasi dan fleksibel.

Pemberian tambahan upah atau bonus diberikan pada karyawan dengan menghubungkan dengan prestasi kerja yang dicapai, kemudian pemberian bonus tersebut dimaksudkan agar karyawan dapat meningkatkan produktivitasnya disamping itu juga bertujuan mempertahankan para karyawan yang berprestasi untuk tetap berada dalam organisasi atau perusahaan

2.5 Hubungan Iklim Komunikasi dengan Motivasi

Peningkatan kinerja atau motivasi merupakan respon seseorang sebagai pengaruh bermacam-macam lingkungan kerja yang di hadapi. Termasuk dalam hal ini respon pegawai terhadap komunikasi organisasi yang salah satunya arus komunikasi yang ada disana.

Pentingnya iklim komunikasi yang mendukung dalam komunikasi organisasi ditekankan oleh Redding sebagai berikut “iklim komunikasi adalah lebih krusial daripada keterampilan atau teknik berkomunikasi dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif”, Hal ini sesuai dengan skinner yang mengatakan bahwa penguatan yang positif lebih memungkinkan dipengaruhi hubungan yang bersifat yang lebih menyenangkan dari pada pada yang tidak menyenangkan.

Hasil penelitian Navy O’really dan Robert mendukung dengan kuat bahwa ada hubungan kualitas dan kuantitas komunikasi dengan kinerja organisasi, ditambah menurut dennis, Richetto dan Wieman yang juga mendukung hubungan yang positif di antara kepuasan

dengan arus komunikasi dan efektifitas kinerja organisasi.²⁴

Iklim komunikasi yang baik seperti adanya keterbukaan dan keterusterangan, kepercayaan satu sama lain, dukungan, dan partisipasi akan membuat karyawan mempunyai suatu perasaan yang positif dalam dirinya, baik untuk kepuasan diri sendiri hingga berpengaruh pada produktifitas kinerja yang dihasilkan karena secara tidak langsung dapat membantu mereka dalam melakukan pekerjaan. Dengan arus komunikasi yang terbuka maka setiap karyawan akan ramah satu sama lain, terbuka berkomunikasi, saling menghargai dan menghormati, dan yang terpenting adalah adanya suatu keikutsertaan atau rasa diterima dalam organisasi tersebut.

Hal tersebut lah yang dapat berpengaruh pada kinerja para pegawai disuatu organisasi kerana iklim komunikasi dapat berpengaruh usaha anggota dalam bekerja atau memotivasi kerja. Iklim komunikasi yang penuh dukungan dari pimpinan kepada bawahan dalam bekerja, tidak membeda-beda jabatan membuat karyawan merasa penting, disamakan dan berharga dalam organisasi tersebut. Selain itu, keterbukaan dan keterusterangan komunikasi membuat karyawan mudah berkomunikasi dengan atasan/pimpinan, mudah menerima informasi yang mereka butuhkan, laporan masalah karyawan yang di hadapi karyawan diperhatikan oleh pimpinan, sehingga membuat karyawan merasaa di perhatikan, diikutsertakan dan penting keberadaanya.

Sama halnya dengan aspek kepercayaan satu sama lain baik dalam berkomunikasi dan bekerja seperti kepercayaan karyawan terhadap pimpinan

²⁴ Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi* . cetakan 6, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004. Hal 90

mereka dalam bekerja, kepercayaan pimpinan terhadap karyawannya membuat adanya aspek positif dalam bekerja. Pada dasarnya, apabila seseorang dipercaya dalam pekerjaannya oleh orang lain maka orang tersebut akan menjaga kepercayaan tersebut. Tidak hanya aspek ekonomi/materiil insentif, namun motivasi/kinerja juga dapat tumbuh pada aspek hubungan komunikasi/ non material insentif.

2.6 Teori penetapan tujuan

Teori penetapan tujuan adalah teori yang khusus dan sulit menghantar ke kinerja yang tinggi. Riset menangani isu-isu ini, dan penemuannya, seperti akan anda saksikan, mengesankan dalam hal efek dari kespesifikan tujuan, tantangan, dan umpan balik terhadap kinerja

Dalam akhir dasawarsa 1960/an Edwin locke mengemukakan bahwa maksud-maksud untuk bekerja kearah suatu tujuan merupakan sumber utama dari motivasi kerja artinya, tujuan memberitahu karyawan apa yang perlu di kerjakan dan betapa banyak nupayah yang akan di habiskan. Bukti dengan kuat mendukung nilai dari tujuan. Lebih tepatnya, kita dapat mengatakan bahwa tujuan-tujuan khusus meningkatkan kinerja : bahwa tujuan sulit, bila diterima baik, menghasilkan kinerja yang lebih tinggi dari pada tujuan mudah : dan bahwa umpan balik mengantar ke kinerja yang lebih tinggi dari pada yang bukan umpan balik.

Tujuan sulit yang khusus menghasilkan tingkat keluaran yang lebih tinggi dari pada tujuan umum “lakukan sebaik-baiknya.” Kesespeifikan (kekhususan)

tujuan itu sendiri bertindak sebagai suatu ransangan internal. Jika faktor-faktor seperti kemampuan dan penerimaan itu di konstantkan, kita dapat juga menyatakan bahwa makin sulit tujuan makin tinggi tingkat kinerjanya. Bagaimanapun, adalah logis untuk mengandaikan bahwa tujuan yang lebih mudah akan lebih besar kemungkinan untuk di terima. Tetapi sekali seorang karyawan menerima baik tugas yang sulit, ia akan mengeuarkan tingkat upaya yang tinggi sampai tugas itu di capai, diturunkan, atau ditinggalkan

Jika karyawan mempunyai kesempatan berpartisipasi dalam penentuan tujuan mereka sendiri, akankah mereka lebih keras ? bukti nya bercampur aduk menyangkut keunggulan tujuan berpartisipatif terhadap tujuan yang ditugaskan dalam beberapa kasus, tujuan yang disusun partisipatif menhasilkn kinerja yang unggul : dalam kasus lain, individu kan berkinerja terbaik bila di tugasi tujuan oleh atasan mereka. Tetapi keuntunga utama dari partisipasi mungkin ada dalam peningkatan penerimaan terhadap tujuan itu sendiri sebagai tujuan yang di inginkan.

Teori ini mengandaikan bahwa bawahan akan berdiri sendiri (skor pada jarak kekuasaan tidak terlalu tinggi), sehinga manajer dan bawahan akan mencari tujuan yang menantang, dan bahwa kinerja dianggap penting oleh keduanya (kuantitas hidup tinggi)

Kesimpulannya keseluruhan kita adalah bahwa intense / yang di ucapkan dengan istilah tujuan yang sukar dan spesifik/ merupakan sesuatu kekutan motivasi

yang ampuh. Pada kondisi yang tepat, intense ini dapat menghantar ke kinerja yang lebih tinggi.²⁵

2.7 Kerangka Berfikir



GAMBAR 2.1 KERANGKA KONSEPTUAL

2.8 Operasional Variabel

Tabel 2.1 Operasional Variabel

Kuesioner disusun berdasarkan tabel operasional konsep sebagai berikut:

Variabel X	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
------------	---------	-----------	------------------

²⁵ Stephen P. Robbins. 2001. *Perilaku Organisasi. Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT. Prenhallido. Hal 177

Iklim komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Supportiveness - Partisipasi - Kepercayaan - Keterbukaan - Kinerja yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi petunjuk kerja, memberikan solusi, memperhatikan prestasi kerja, karyawan merasa dibutuhkan, dukungan dari atasan. - Melibatkan dalam rapat perusahaan, mengambil keputusan sendiri, melontarkan pendapat, menghargai pendapat karyawan, mendukung perbedaan pendapat. - Dipercaya dalam menjalankan pekerjaan, percaya kegiatan perusahaan, percaya pada sumber pesan, percaya pada isi pesan, percaya pada atasan. - Menerima kritik, memperbaiki kesalahan, memberikan jawaban, memberikan informasi, mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi. - Mengetahui tujuan perusahaan, mengnggap tujuan perusahaan sudah benar, memberikan informasi aktifitas 	Ordinal
------------------	--	---	---------

		perusahaan, kegiatan informasi berjalan dengan baik, dan kesejahteraan karyawan.	
--	--	--	--

2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti meninjau lima peneliti sebelumnya yang hampir mirip dengan peneliti yaitu:

Tabel 2.2

Perbandingan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Yesrin kadoena	Selfianne	Wulan winarsih	sastra	Ade pertiwi
Judul Penelitian	Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap tingkat produktifitas kerja karyawan di CV.Graha ilmu Yogyakarta		Kepuasan kerja (study korelasional) pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap tingkat kepuasan kerja pada karyawan PT.BRI. Tbk cabang medan iskandar muda		Peranan komunikasi dan motivasi kerja (study korelasional tentang peranan komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT.Asianagro tanjung balai asahan
Tahun Penelitian	2010		2011		2011
Tujuan Penelitian	Unuk mendeskripsikn adanya pengaruh positive dan signifikan antara iklim komunikasi organisasi dan tingkat produktivitas kerja		Untuk menganalisi hubungan iklim komunikasi organisasi terhadap tingkat kepuasan kerja pada karyawan PT.BRI. Tbk cabang medan iskandar muda		Untuk mengetahui Peranan komunikasi dan motivasi kerja (study korelasional tentang peranan komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT.Asianagro tanjung balai

			asahan
Teori	<i>Hubungan manusiawai Elton mayo</i>		<i>Teori komunikasi dan teori motivasi kerja</i>
Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif
Kesimpulan	Adanya pengaruh yang positive dan signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap tingkat produktifitas kerja karyawan di CV.Graha ilmu Yogyakarta sebesar 38% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor upah, motivasi, gaya kepemimpinan dll.	Terdapat hubungan yang cukup berarti antara pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT.BRI. Tbk cabang medan iskandar muda	Adanya hubungan Peranan komunikasi dan motivasi kerja (study korelasional tentang peranan komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT.Asianagro tanjung balai asahan
Persamaan	Sama-sama membahas iklim komunikasi dan motivasi kerja	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai iklim organisasi	Sama – sama membahas tentang motivasi kerja
Perbedaan	Penelitian ini menggunakan teori hubungan manusiawi dari Elton mayo	Penelitian ini membahas kepuasan kerja	Penelitian ini teori yang di gunakan
Sumber	Skripsi (UPN “Veteran” Yogyakarta	Skripsi USU Medan	Skripsi USU Medan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 PENDEKATAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data kuantitatif serta pola berfikir deduktif. Pola berfikir deduktif adalah pola berfikir yang melibatkan konsep-konsep, gagasan atau ide-ide yang kemudian mengembangkan sebuah ukuran yang digunakan untuk mengamatinya secara nyata. Sehingga yang menjadi kunci dari pendekatan deduktif adalah pengujian teori guna memperbaiki atau mengembangkan bangunan khazanah teori. Dengan kata lain, penelitian ini menggunakan teori sebagai sumber pokok yang bukan hanya menyediakan jawaban penelitian, tetapi juga memberikan gagasan tentang bagaimana penelitian itu harus dilaksanakan bagaimana interpretasi data yang harus dilakukan, bahkan gagasan pemecahan masalah.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma pada penelitian ini adalah paradigme positivisme. Paradigma positivisme merupakan paradigma ilmu pengetahuan yang paling awal muncul dalam dunia ilmu pengetahuan. Keyakinan dasar aliran ini berakar dari paham ontologi realisme yang menyatakan bahwa realitas ada (*exist*) dalam kenyataan yang berjalan sesuai dengan hukum alam (*natural laws*). Upaya penelitian, dalam hal ini adalah untuk mengungkapkan

kebenaran realitas yang ada, dan bagaimana realitas tersebut senyatanya berjalan.

Positivisme muncul pada abad ke-19 dimotori oleh sosiolog Auguste Comte, dengan buah karyanya yang terdiri dari enam jilid dengan judul *The Course of Positive Philosophy* (1830-1842).

Menurut Emile Durkheim (1982:59) objek studi sosiologi adalah fakta sosial (*social-fact*): Fakta sosial yang dimaksud meliputi: bahasa, sistem hukum, sistem politik, pendidikan, dan lain-lain. Sekalipun fakta sosial berasal dari luar kesadaran individu, tetapi dalam penelitian positivisme, informasi kebenaran itu ditanyakan oleh penelitian kepada individu yang dijadikan responden penelitian. Untuk mencapai kebenaran ini, maka seorang pencari kebenaran (penelitian) harus menanyakan langsung kepada objek yang diteliti, dan objek dapat memberikan jawaban langsung kepada penelitian yang bersangkutan. Hubungan epistemologi ini, harus menempatkan si peneliti di belakang layar untuk mengobservasi hakekat realitas apa adanya untuk menjaga objektivitas temuan. Karena itu secara metodologis, seorang penelitian menggunakan metodologi eksperimen-empirik untuk menjamin agar temuan yang diperoleh betul-betul objektif dalam menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Mereka mencari ketepatan yang tinggi, pengukuran yang akurat dan penelitian objektif, juga mereka menguji hipotesis dengan jalan melakukan analisis terhadap bilangan-bilangan yang berasal dari pengukuran.

Di bawah naungan payung positivisme, ditetapkan bahwa objek ilmu pengetahuan maupun pernyataan-pernyataan ilmu pengetahuan (*Scientific Proporsition*) haruslah memenuhi syarat-syarat (Kerlinger, 1973) sebagai berikut: dapat di/ter-amati (*observable*), dapat di/ter-ulang (*repeatable*), dapat di/ter-ukur (*measurable*), dapat di/ter-uji (*testable*), dan dapat di/ter-ramalkan (*predictable*)

Paradigma positivisme telah menjadi pegangan para ilmuwan untuk mengungkapkan kebenaran realitas. Kebenaran yang dianut positivisme dalam mencari kebenaran adalah teori korespondensi. Teori korespondensi menyebutkan bahwa suatu pernyataan adalah benar jika terdapat fakta-fakta empiris yang mendukung pernyataan tersebut. Atau dengan kata lain, suatu pernyataan dianggap benar apabila materi yang terkandung dalam pernyataan tersebut bersesuaian (korespodensi) dengan obyek faktual yang ditunjuk oleh pernyataan tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah Metode Survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrument utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.²⁶

²⁶ Ronny Kountur. *Metode Penelitian Sosial*. 2005. Hal 60

Peneliti akan menggunakan metode survei dan mengaplikasikannya dalam kuesioner yang akan disebarakan kepada sampel-sampel yang sudah ditentukan. Penelitian ini akan dilakukan terhadap karyawan PT Tristan.

3.4 Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data.²⁷ Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka pengumpulan data yang dilakukan adalah:

3.4.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.²⁸ Dalam pengisiannya, kuesioner dapat diisi oleh responden baik didampingi oleh periset maupun tanpa periset. Tujuan pembuatan kuesioner diantaranya mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa perlu merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Peneliti menggunakan skala *ordinal* sebagai skala pengukurannya. Dalam skala *ordinal* akan dibuat serangkaian pernyataan dalam kuesioner yang diisi oleh responden. Setiap responden diminta menjawab atau mengisi pernyataan dalam kuesioner yang mengacu pada pengukuran

²⁷ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 2009. Hal 94

²⁸ Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. 2007. Hal 142

skala *ordinal*. Pada skala *ordinal* umumnya menggunakan 5 pilihan jawaban yang terdiri dari “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju” dan “sangat setuju”. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 4 pilihan jawaban. Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban keragu-raguan dari responden bila disediakan jawaban ditengah. Peneliti menganggap bahwa jawaban ragu-ragu adalah jawaban yang tidak konsisten sehingga tidak perlu dicantumkan. Disediakan jawaban ditengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang. Jawaban ragu-ragu ini mencangkup juga cukup sering, cukup puas, agak, sedang, dan lainnya.²⁹ Adapun skala pengukuran adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor Penilaian Berdasarkan Skala Ordinal

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

(Sumber: Kriyantono, 2009)

3.4.2 Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder melalui dokumen-dokumen, buku-buku, maupun sumber-sumber lain yang

²⁹ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 2009. Jakarta: Kencana. Hal 137

memiliki kaitan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder ini menjadi landasan teoritis dalam membuat kuesioner penelitian.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³⁰ Populasi dapat diartikan sebagai sebuah perangkat (kumpulan) semua elemen yang mengandung satu atau lebih atribut-atribut kepentingan. Populasi dari penelitian ini adalah Karyawan PT. Tristan.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya. Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam penelitian, dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili seluruh populasi. Karena jumlah populasi kurang dari 100. Maka peneliti menggunakan total sampling yaitu dengan jumlah karyawan yang ada di PT Tristan sebanyak 60 karyawan.

3.6 Teknik Analisis Data / Pengolahan data

Setelah semua data terkumpul maka dilakukan pengaturan mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikan. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan statistik dengan bantuan *SPSS versi 21*.

³⁰ Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2009. Jakarta: Kencana. Hal 90

3.6.1 Uji Validitas

Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrument (kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian instrumen dilakukan dengan teknik analisis item instrumen. Yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item variabel pertanyaan independen dengan skor total pertanyaan variabel tersebut dengan menggunakan koefisien korelasi (r). Apabila angka korelasi yang diperoleh diatas angka r tabel maka pernyataan itu valid. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS versi 21 untuk menguji kevaliditasan tiap item pertanyaan.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan dan tetap. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* hasil pengujian dapat dilihat pada tabel Reliability Statistik, lalu hasil tersebut dibandingkan dengan tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha, jika nilai Alpha hitung lebih besar dari 0,6 yang artinya item pertanyaan yang ada didalam seluruh variabel tersebut reliabel. Sebagai alat ukur yang digunakan, analisis ini dilakukan menggunakan komputer dengan program SPSS 21.

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

3.6.3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Menentukan besarnya nilai r tabel dengan ketentuan $df = \text{jumlah kasus} - 2$ atau $60 - 2 = 58$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, angkanya = 0,2542. Analisis output dapat dilihat pada bagian Pearson Correletad.

Tabel 3.3**Hasil Perhitungan Uji Validitas pada PT.Tristan**

Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r Tabel (signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 1	0,401	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 2	0,405	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 3	0,517	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 4	0,490	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 5	0,610	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 6	0,432	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 7	0,622	0,254	<i>Valid</i>

Pertanyaan 8	0,663	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 9	0,513	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 10	0,507	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 11	0,462	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 12	0,525	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 13	0,595	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 14	0,269	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 15	0,606	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 16	0,420	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 17	0,664	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 18	0,405	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 19	0,336	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 20	0,455	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 21	0,505	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 22	0,336	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 23	0,571	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 24	0,407	0,254	<i>Valid</i>
Pertanyaan 25	0,699	0,254	<i>Valid</i>

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015)

Hasil analisis tersebut menunjukkan seluruh item pertanyaan pada tabel 3.3 adalah $> 0,254$ adalah valid.

Tabel 3.4

Hasil Perhitungan Uji Reabilitas pada PT.Tristan

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	25

(Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015)

Hasil output SPSS tersebut menunjukkan tabel *reability coefficients* yang terlihat sebagai *cronchbach's alpha* $0,876 > 0,60$. Dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan tersebut adalah sangat reliable

3.7 Analisis Data

Analisi data adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus atau aturan-aturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian. Analisis

data ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan masing-masing indikator, yaitu indikator suporteveness, partisipasi, kepercayaan, keterbukaan, dan kinerja yang tinggi dalam meningkatkan motivasi kerja di PT. Tristan. Dalam analisis deskriptif ini perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat presentase skor jawaban dari masing-masing variabel dengan rumus sebagai berikut

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

Keterangan:

n = skor empiric (skor yang diperoleh)

N = jumlah skor atau nilai (skor total)

Perhitungan deskriptif persentase ini mempunyai langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan persentase maksimal

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

$$\frac{4}{4} \times 100\% = 100\%$$

2. Menentukan angka persentase minimal

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

$$\frac{1}{4} \times 100\% = 25\%$$

Adapun kriteria interpretasi hasil angket adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

81% - 100%	Sangat Kuat
61% - 80%	Kuat
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Lemah
0% - 20%	Sangat Lemah

(Sumber: Riduwan, 2010: 41)

3.8 LOKASI DAN JADWAL PENELITIAN

3.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor PT. Tristan yang berlokasi di daerah Cilegon – Banten. Penelitian ini memiliki subjek yaitu karyawan tetap PT. Tristan dan dengan objek penelitian ini adalah Iklim Komunikasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja (Survei Terhadap Karyawan PT. Tristan).

3.8.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.6
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov
1	ACC Proposal										
2	BAB 1										
3	BAB II										
4	BAB III										
5	Sidang Outline										
6	BAB IV										
7	BAB V										
8	Sidang										

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Company Profile PT Tristan

PT. Tristan Engineering adalah suatu perusahaan swasta yang bergerak bisnis nya di bidang engineering control automation dan electrical. yang lokasi kantornya berada di Perkantoran Bona Karta Jl.Sultan Ageng Tirtayasa no.49 Cilegon Banten. PT. Tristan berdiri sejak 5 april 2003 dikota cilegon dengan latar belakang pemilik adalah seorang wirausaha muda yang ingin membagikan terminologi di perusahaan nasional yang khususnya wilayah cilegon. PT. Tristan menerima pelayanan seperti spesialis di bidang instrumen, listrik dan engineering untuk di suplay ke perusahaan industri, HMI/system SCAD perusahaan software, pelatihan dan pelayanan yang menawarkan solusi terbaik kepada pelanggan. Saat ini PT. Tristan memiliki karyawan sebanyak 60 karyawan. Karyawan memiliki peranan penting di setiap perusahaan.

Visi:

Make your business better and partner solution

Misi:

Instrumentation.

- - Perusahaan bekerja sama dengan vendor/pabrikan dan peralatan instrument untuk menjadi partner bisnis sbagai bagian dari kompetensi perusahaan.

Control & Engineering for Industrial.

- Perusahaan mempunyai kompetensi di bidang control & engineering industry perusahaan memahami system control & engineering dari industry untuk solusi upgrade/pengembangan dari system control nya.

Process Automation, and SCADA System.

- Kompetensi perusahaan di bidang process automation & scada system menjadikan perusahaan menguasai kompetensi tersebut untuk menjadi yang terbaik dan menjadikan service support ke end user.

MAIN BUSINESS

1. Material Supplier

Penyedia barang-barang kebutuhan suatu proyek.

2. Installation

Memasang program (perangkat lunak) ke dalam komputer. semua perangkat lunak (misalnya, microsoft windows, microsoft Office dan lain-lain)

3. System Design

Tahapan berupa penggambaran, perencanaan dan pembuatan dengan menyatukan beberapa elemen terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh.

4. *Engineering*

Serangkaian kegiatan pemeriksaan mesin-mesin yang telah selesai dikerjakan dan hendak dioperasikan.

5. *Commissioning*

Serangkaian kegiatan pemeriksaan dan pengujian instalasi listrik yang telah selesai dikerjakan dan hendak dioperasikan.

6. *Sustainable Technology Update*

Serangkaian merancang atau system operasi yang menggunakan energy dan sumber daya seara lestari. Kegiatan ini tidak membaayakan lingkungan. Effective Support

7. *Effective Support*

Serangkaian kegiatan dalam mengefektifkan rangkaian instalasi.

8. *Training Centre*

Kegiatan pelatihan untuk karyawan baru sebelum mereka diberi tugas untuk melakukan suatu pekerjaan perusahaan.

4.2 Deskripsi Data

Karyawan adalah asset utama perusahaan yang menjadi pelaku yang aktif dari setiap aktifitas organisasi. Karyawan dan perusahaan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena karyawan memegang peran penting dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan pengawasan terhadap karyawannya dalam bekerja, karena masih ada juga karyawan yang tidak menjalankan komitmen dalam bekerja seperti menunda

waktu pekerjaan, bekerja tidak sepenuh hati, dan melakukan kecurangan sehingga akan berdampak negative terhadap pencapaian tujuan yang efektif dan efisien.

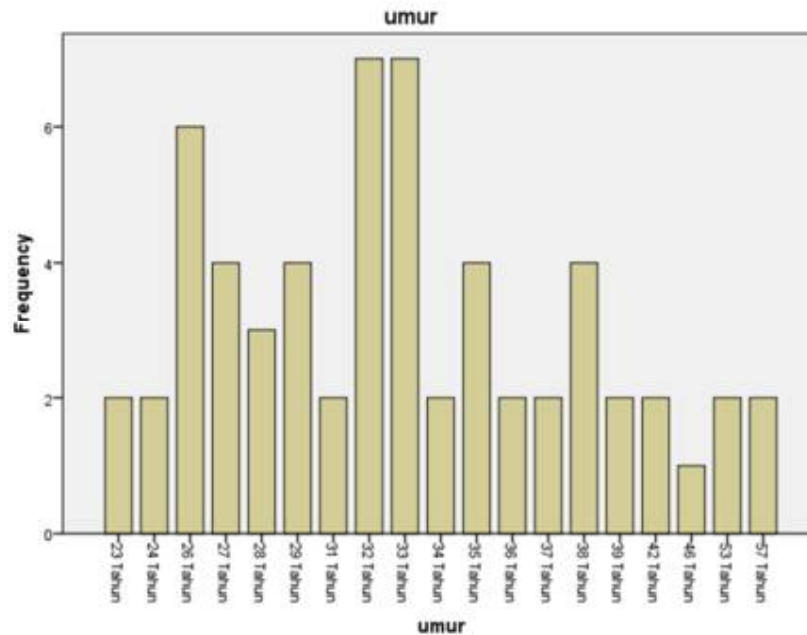
PT. Tristan yang bergerak dalam bidang engineering control automation dan electrical. yang lokasi kantornya berada di Perkantoran Bona Karta Jl.Sultan Ageng Tirtayasa no.49 Cilegon Banten.memiliki 60 karyawan

4.2.1 Deskripsi Data Responden

Tabel 4.1
Umur Responden

N	Valid	60
	Missing	0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 23 Tahun	2	3.3	3.3	3.3
24 Tahun	2	3.3	3.3	6.7
26 Tahun	6	10.0	10.0	16.7
27 Tahun	4	6.7	6.7	23.3
28 Tahun	3	5.0	5.0	28.3
29 Tahun	4	6.7	6.7	35.0
31 Tahun	2	3.3	3.3	38.3
32 Tahun	7	11.7	11.7	50.0
33 Tahun	7	11.7	11.7	61.7
34 Tahun	2	3.3	3.3	65.0
35 Tahun	4	6.7	6.7	71.7
36 Tahun	2	3.3	3.3	75.0
37 Tahun	2	3.3	3.3	78.3
38 Tahun	4	6.7	6.7	85.0
39 Tahun	2	3.3	3.3	88.3
42 Tahun	2	3.3	3.3	91.7
46 Tahun	1	1.7	1.7	93.3
53 Tahun	2	3.3	3.3	96.7
57 Tahun	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	



Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berumur 23 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 24 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 26 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 10,0%, 27 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 6,7%, 28 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 5,0%, 29 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 6,7%, 31 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 32 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 11,7%, 33 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 11,7%, 34 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 35 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 6,7%, 36 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 37 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 38 tahun berjumlah 4 orang dengan persentase 6,7%, 39 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 42 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 46 tahun berjumlah 1 orang

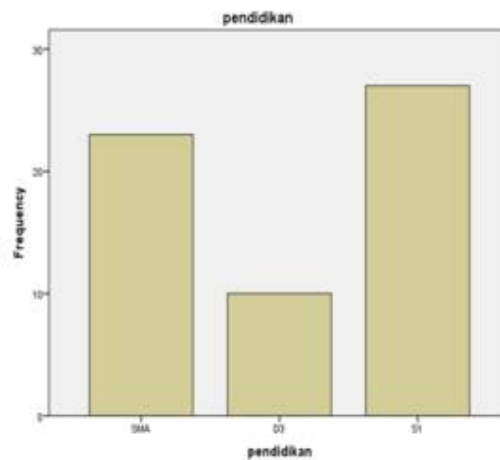
dengan persentase 1,7%, 53 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%, 57 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 3,3%. Dari table tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah umur 32 dan 33 tahun.

Tabel 4.2

Pendidikan Responden

N	Valid	60
	Missing	0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	23	38.3	38.3	38.3
D3	10	16.7	16.7	55.0
S1	27	45.0	45.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	



Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian berjumlah 60 orang. Responden yang berpendidikan tingkat SMA sebanyak 23 orang atau 38,3%, D3 sebanyak 10 orang atau 16,7% dan S1 sebanyak 27 orang

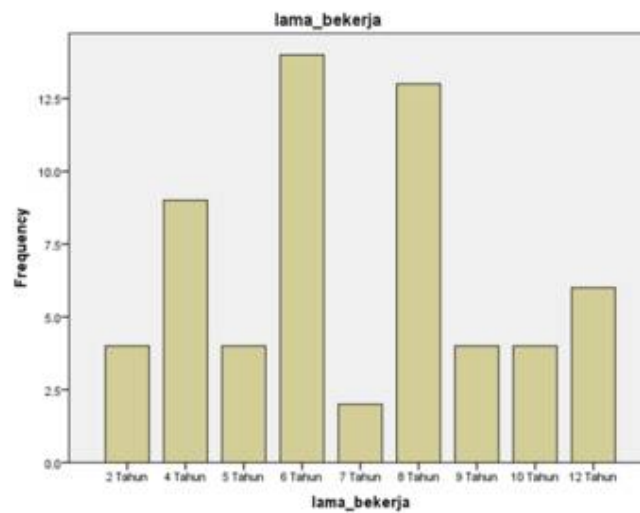
atau 45,0%. Jadi jumlah sampel yang mendominasi adalah responden yang berpendidikan tingkat S1 yaitu sebanyak 27 orang.

Tabel 4.3

Lama Bekerja Responden

N	Valid	60
	Missing	0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2 Tahun	4	6.7	6.7	6.7
4 Tahun	9	15.0	15.0	21.7
5 Tahun	4	6.7	6.7	28.3
6 Tahun	14	23.3	23.3	51.7
7 Tahun	2	3.3	3.3	55.0
8 Tahun	13	21.7	21.7	76.7
9 Tahun	4	6.7	6.7	83.3
10 Tahun	4	6.7	6.7	90.0
12 Tahun	6	10.0	10.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	



Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian berjumlah 60 orang. Responden yang lama bekerja selama 2 tahun sebanyak 4

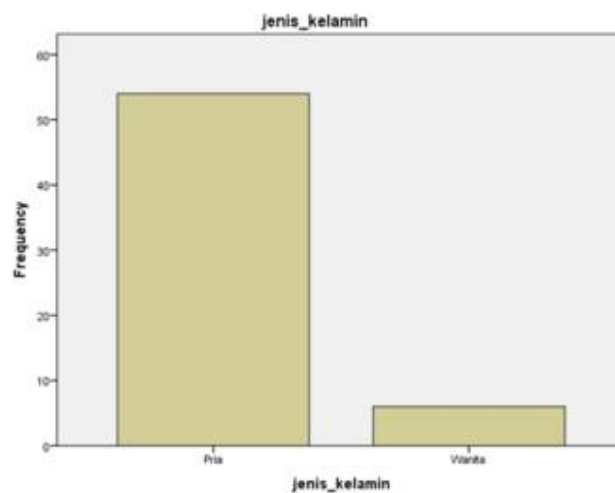
responden atau 6,7%, 4 tahun sebanyak 9 responden atau 15,0%, 5 tahun sebanyak 4 responden atau 6,7%, 6 tahun sebanyak 14 responden atau 23,3%, 7 tahun sebanyak 2 responden atau 3,3%, 8 tahun sebanyak 13 responden atau 21,7%, 9 tahun sebanyak 4 responden atau 6,7%, 10 tahun sebanyak 4 responden atau 6,7%, 12 tahun sebanyak 6 responden atau 10,0%, Jadi jumlah sampel yang mendominasi adalah responden yang selama bekerja 6 tahun yaitu sebanyak 14 orang.

Tabel 4.4

Jenis Kelamin Responden

N	Valid	60
	Missing	0

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	54	90.0	90.0	90.0
	Wanita	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden pria berjumlah 54 orang dengan persentase 90,0% dan responden wanita sebanyak 6 orang dengan persentase 10,0%. Dari table tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah pria.

4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Tabel 4.5

Suppotiveness dalam petunjuk kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	3.3	3.3	3.3
Setuju	48	80.0	80.0	83.3
Sangat Setuju	10	16.7	16.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa 48 responden atau 80,0% menjawab setuju mengenai Suppotiveness dalam memberi petunjuk kerja kepada bawahan sedangkan 10 responden atau 16,7% menjawab sangat setuju, dan sisanya 2 orang responden atau 3,3% memilih tidak setuju.

Memberi petunjuk kerja merupakan salah satu bentuk komunikasi. Jika kita lihat dari tabel diatas petunjuk kerja di PT. Tristan sudah berjalan dengan baik. Sebanyak 48 responden mengatakan bahwa mereka setuju atasan telah memberi petunjuk kerja dengan baik. Dengan adanya petunjuk kerja ini, dapat lebih memudahkan karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya tanpa harus mengalami kesulitan.

Tabel 4.6**Suppotiveness dalam memberikan jalan keluar terhadap permasalahan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Setuju	44	73.3	73.3	75.0
	Sangat Setuju	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 44 responden atau 73,3% menjawab setuju mengenai suppotiveness dalam memberikan jalan keluar terhadap permasalahan yang karyawan hadapi sedangkan 15 responden atau 25,0% menjawab sangat setuju, dan sisanya 1 orang responden atau 1,7% memilih sangat tidak setuju.

Ketika ada permasalahan, tentunya karyawan sangat membutuhkan jalan keluarnya. Peran atasan sangat diperlukan dalam hal ini. Mayoritas responden mengatakan setuju bahwa atasan telah memberi jalan keluar terhadap persamalahan yang dihadapi oleh karyawannya. Dengan ini, karyawan akan sangat merasa aman dalam melaksanakan pekerjaannya tanpa harus memikirkan permasalahan yang dihadapinya

Tabel 4.7
Suppotiveness dalam prestasi karyawan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
Tidak Setuju	6	10.0	10.0	11.7
Setuju	44	73.3	73.3	85.0
Sangat Setuju	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa 44 responden atau 73,3% menjawab setuju mengenai suppotiveness dalam memperhatikan prestasi karyawan sedangkan 9 responden atau 15,0% menjawab sangat setuju, 6 orang responden atau 10,0% memilih tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7 % menjawab sangat tidak setuju.

Prestasi merupakan suatu hadiah atau imbalan yang diberikan atasan kepada bawahannya karena hasil kerja kerasnya. 44 responden menjawab setuju bahwa atasan di PT. Tristan sangat memperhatikan prestasi atasannya. Ini dapat dilihat ketika karyawan telah bekerja keras untuk perusahaan, perusahaan akan memberikan hadiah atau *reward* untuk karyawannya. Dengan memperhatikan prestasi karyawan, karyawan akan semakin giat bekerja dan segala kegiatan perusahaan akan berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Tabel 4.8**Suppotiveness dalam membutuhkan karyawan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	6.7	6.7	6.7
	Setuju	43	71.7	71.7	78.3
	Sangat Setuju	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa 43 responden atau 71,7% menjawab setuju mengenai suppotiveness dalam karyawan merasa dibutuhkan didalam Perusahaan sedangkan 13 responden atau 21,7% menjawab sangat setuju, dan sisanya 4 responden atau 6,7 % menjawab tidak setuju.

Karyawan merupakan salah satu pendukung keberhasilan dari sebuah perusahaan. Ketika karyawan merasa dibutuhkan itu artinya karyawan akan semakin giat bekerja karena mereka merasa dibutuhkan dan merasa diperhatikan oleh atasannya. Dengan ini, semua kegiatan perusahaan akan berjalan dengan baik dan lancar

Tabel 4.9**Suppotiveness dalam dukungan dari atasan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Tidak Setuju	11	18.3	18.3	20.0
	Setuju	37	61.7	61.7	81.7
	Sangat Setuju	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa 37 responden atau 61,7% menjawab setuju mengenai supportiveness dalam merasakan adanya dukungan dari atasan dalam bekerja, sedangkan 11 responden atau 18,3% menjawab sangat setuju, 11 responden atau 18,3% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7 % menjawab sangat tidak setuju.

Dukungan atau *supportiveness* adalah hal penting yang harus diperhatikan atasan kepada bawahannya. Dengan adanya dukungan, dapat menumbuhkan semangat kerja karyawan dan menambah kepercayaan diri mereka untuk melaksanakan pekerjaannya. Selain itu, dapat membantu dirinya dalam membangun, mempertahankan diri serta memperteguh keyakinan dirinya, sehingga kesadaran bawahan tentang makna dan kepentingan perannya dalam perusahaan semakin besar.

Tabel 4.10
Partisipasi dalam rapat-rapat perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	5.0	5.0	5.0
setuju	36	60.0	60.0	65.0
sangat setuju	21	35.0	35.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa 36 responden atau 60,0% menjawab setuju mengenai partisipasi dalam melibatkan karyawan pada rapat-rapat perusahaan sedangkan 21 responden atau 35,0% menjawab sangat setuju, dan sisanya 3 responden atau 5,0 % menjawab tidak setuju.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa atasan mereka selalu melibatkan mereka pada rapat-rapat perusahaan atau kadang mengajak berdiskusi mengenai pekerjaan. Tetapi tidak semua dilibatkan dalam rapat-rapat perusahaan. Karena faktanya tidak semua karyawan berada di kantor, ada beberapa karyawan yang bekerja di bagian lapangan sehingga mereka tidak dilibatkan dalam rapat-rapat perusahaan.

Tabel 4.11
Partisipasi dalam mengambil keputusan sendiri

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
Tidak Setuju	12	20.0	20.0	21.7
Setuju	37	61.7	61.7	83.3
Sangat Setuju	10	16.7	16.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa 37 responden atau 61,7% menjawab setuju mengenai partisipasi karyawan dalam mengambil keputusan sendiri pada situasi kerja yang mendesak, sedangkan 10 responden atau 16,7% menjawab sangat setuju, 12 responden atau 20,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7 % menjawab sangat tidak setuju.

Sebagian besar responden setuju bahwa mereka dapat mengambil keputusan sendiri pada situasi kerja tetapi ada beberapa responden menjawab tidak setuju dalam hal ini. Menurut penulis, hal ini tidak terlalu berpengaruh

terhadap produktifitas kerja karena memang pengambilan keputusan bukan hal yang inti dan utama dari terlaksananya pekerjaan mereka.

Tabel 4.12
Partisipasi dalam mengeluarkan pendapat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
Tidak Setuju	4	6.7	6.7	8.3
Setuju	43	71.7	71.7	80.0
Sangat Setuju	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa 43 responden atau 71,7% menjawab setuju mengenai partisipasi karyawan dalam mengeluarkan pendapat pada rapat perusahaan, sedangkan 12 responden atau 20,0% menjawab sangat setuju, 4 responden atau 6,7% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Setiap orang berhak mengeluarkan pendapatnya masing-masing. Setiap orang pasti mempunyai pendapat yang berbeda-beda. Sebagian responden mengatakan setuju bahwa mereka boleh mengeluarkan pendapat dalam rapat perusahaan. Sehingga rapat perusahaan berjalan dengan baik dan lancar karena mereka melakukan musyawarah atau kesepakatan bersama antara satu dan lainnya.

Tabel 4.13**Partisipasi dalam menghargai pendapat karyawan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	8.3	8.3	8.3
	Setuju	41	68.3	68.3	76.7
	Sangat Setuju	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa 41 responden atau 68,3% menjawab setuju mengenai partisipasi atasan dalam menghargai pendapat karyawan, sedangkan 14 responden atau 23,3% menjawab sangat setuju, dan sisanya 5 responden atau 8,3% menjawab tidak setuju

Menghargai pendapat karyawan merupakan hal yang sangat penting. Karena dengan menghargai pendapat mereka, mereka akan merasa dibutuhkan dalam perusahaan. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa pendapat mereka dihargai oleh atasannya tetapi ada 5 responden yang mengatakan tidak setuju. Menurut 5 responden ini, atasan mereka terkadang masih merasa egois sehingga pendapat mereka terkadang tidak dihargai

Tabel 4.14**Partisipasi dalam perbedaan pendapat antar karyawan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Tidak Setuju	7	11.7	11.7	13.3
	Setuju	44	73.3	73.3	86.7
	Sangat Setuju	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa 44 responden atau 73,3% menjawab setuju mengenai partisipasi atasan dalam mendukung adanya perbedaan pendapat diantara karyawan lainnya, sedangkan 8 responden atau 13,3% menjawab sangat setuju, 7 responden atau 11,7% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Pendapat merupakan suatu opini yang dikeluarkan oleh individu dalam mengambil keputusan. Setiap karyawan tentunya mempunyai pendapat yang berbeda-beda. Hal ini atasan harus bisa mendukung adanya perbedaan pendapat diantara karyawan lainnya. Atasan bisa mendengarkan semua pendapat mereka dan mendukung perbedaan pendapat tersebut.

Tabel 4.15

Kepercayaan dalam menjalankan pekerjaannya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
Tidak Setuju	3	5.0	5.0	6.7
Setuju	42	70.0	70.0	76.7
Sangat Setuju	14	23.3	23.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa 42 responden atau 70,0% menjawab setuju mengenai kepercayaan bahwa bawahan merasa dipercaya dalam menjalankan pekerjaannya, sedangkan 14 responden atau 23,3% menjawab sangat setuju, 3 responden atau 5,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Kepercayaan merupakan aspek yang paling penting dalam kegiatan perusahaan. Karena dengan adanya kepercayaan, kegiatan perusahaan akan berjalan dengan lancar karena karyawan merasa dipercaya. Dengan adanya kepercayaan, arus komunikasi antara atasan dengan bawahan juga akan berjalan dengan baik.

Tabel 4.16
Kepercayaan dalam kegiatan perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	6	10.0	10.0	11.7
Setuju	39	65.0	65.0	76.7
sangat setuju	14	23.3	23.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa 39 responden atau 65,0% menjawab setuju mengenai kepercayaan bahwa karyawan percaya semua kegiatan dalam perusahaan adalah legal (sah), sedangkan 14 responden atau 23,3% menjawab sangat setuju, 6 responden atau 10,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Semua kegiatan dalam perusahaan tentunya legal (sah). Legal atau sah ini maksudnya adalah telah disetujui oleh Negara. Mayoritas responden setuju bahwa semua kegiatan di PT. Tristan adalah legal. Dengan karyawan percaya akan hal ini, semua kegiatan perusahaan berjalan lancar. Karena semua pekerjaan yang dikerjakan telah sah atau disetujui oleh Negara.

Tabel 4.17
Kepercayaan dalam menyampaikan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	2	3.3	3.3	5.0
setuju	44	73.3	73.3	78.3
sangat setuju	13	21.7	21.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan bahwa 44 responden atau 73,3% menjawab setuju mengenai kepercayaan pada sumber yang menyampaikan pesan atau informasi yang berkaitan dengan pekerjaan di perusahaan, sedangkan 13 responden atau 21,7% menjawab sangat setuju, 2 responden atau 3,3% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Ketika kita melakukan sesuatu, tentunya harus jelas sumber atau informasinya. Mayoritas responden mengatakan setuju bahwa semua kegiatan yang ada di PT. Tristan baik dalam hal menyampaikan informasi, pesan yang berkaitan dengan pekerjaan dapat dipercaya atau sumbernya jelas. Ini terbukti setiap karyawan ketika mendapatkan informasi atau pesan, mereka tidak hanya sekedar menerima tapi mereka melihat sendiri informasi atau sumber pesan yang mereka terima.

Tabel 4.18
Kepercayaan pada isi pesan yang diterima

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	6.7	6.7	6.7
setuju	47	78.3	78.3	85.0
sangat setuju	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.18 menunjukkan bahwa 47 responden atau 78,3% menjawab setuju mengenai kepercayaan isi pesan yang diterima, sedangkan 9 responden atau 15,0% menjawab sangat setuju, dan sisanya 4 responden atau 6,7% menjawab tidak setuju.

Pesan merupakan sekumpulan symbol yang di sampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan juga merupakan bagian dari unsure-unsur komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy, pesan adalah lambang bermakna (*meaningful symbols*), yakni lambing yang membawakan pikiran atau pesan. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa mereka percaya pada isi pesan yang diterima baik pesan yang bersifat lisan maupun tulisan.

Tabel 4.19
Kepercayaan karyawan terhadap atasan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	3.3	3.3	3.3
tidak setuju	9	15.0	15.0	18.3
Setuju	39	65.0	65.0	83.3
sangat setuju	10	16.7	16.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.19 menunjukkan bahwa 39 responden atau 65,0% menjawab setuju mengenai kepercayaan yang dimiliki karyawan terhadap atasannya, sedangkan 10 responden atau 16,7% menjawab sangat setuju, 9 responden atau 15,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 2 responden atau 3,3% menjawab sangat tidak setuju.

Para pemimpin perlu dipercayai oleh para pengikutnya karena kepercayaan merupakan mortar (lesung) yang mengikatkan para bawahan kepada pemimpinnya. Kepercayaan terhadap pemimpin memiliki korelasi positif dengan berbagai hasil seperti perilaku keanggotaan organisasi, kinerja dan kepuasan. Mayoritas responden setuju bahwa mereka memiliki kepercayaan terhadap atasannya. Mereka percaya bahwa pimpinan mereka mampu memenuhi peran kemimpinannya.

Tabel 4.20

Keterbukaan dalam menerima kritik dari karyawan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	3.3	3.3	3.3
Setuju	33	55.0	55.0	58.3
sangat setuju	25	41.7	41.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa 33 responden atau 55,0% menjawab setuju mengenai keterbukaan dalam menerima kritik dari karyawan,

sedangkan 25 responden atau 41,7% menjawab sangat setuju, dan sisanya 2 responden atau 3,3% menjawab tidak setuju.

Keterbukaan karyawan tidak sama dengan buka-bukaan. Keterbukaan lebih pada dorongan karyawan untuk memberi informasi pada siapapun yang berkaitan dengan pekerjaan. Misalnya tentang konsep diri, gagasan, kritis dsb. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa atasannya sangat terbuka dalam menerima kritikan bawahannya. Ini terlihat ketika bawahan mengkritik atasannya, atasan langsung menerima dan memperbaiki kesalahannya.

Tabel 4.21

Keterbukaan dalam memperbaiki kesalahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
	tidak setuju	12	20.0	20.0	21.7
	Setuju	38	63.3	63.3	85.0
	sangat setuju	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa 38 responden atau 63,3% menjawab setuju mengenai keterbukaan atasan dalam memperbaiki kesalahan yang dilakukannya, sedangkan 9 responden atau 15,0% menjawab sangat setuju, 12 responden atau 20,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Seorang pemimpin adalah seorang atasan dalam hal kedudukannya dalam suatu organisasi. Kekuasaan dari kedudukan tersebut memberi hak seorang

pemimpin untuk memerintah. Namun disamping memerintah tugas yang paling penting ialah membina anak buahnya untuk dapat menyelesaikan tugas-tugasnya dengan baik. Dan seorang pemimpin juga harus bersedia memperbaiki kesalahannya. Mayoritas responden setuju bahwa atasan mereka bersedia memperbaiki kesalahannya tanpa harus malu untuk mengakui kesalahannya.

Tabel 4.22

Keterbukaan dalam memberikan jawaban

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	2	3.3	3.3	5.0
Setuju	34	56.7	56.7	61.7
sangat setuju	23	38.3	38.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.22 menunjukkan bahwa 34 responden atau 56,7% menjawab setuju mengenai keterbukaan dalam memberikan jawaban atas pertanyaan yang karyawan ajukan, sedangkan 23 responden atau 38,3% menjawab sangat setuju, 2 responden atau 3,3% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab tidak setuju.

Komunikasi karyawan yang efektif akan memberikan kontribusi terhadap kerja karyawan. Salah satu proses komunikasi antara atasan dengan bawahan adalah dengan memberikan jawaban atas pertanyaan yang karyawan ajukan dengan secara terbuka. Mayoritas responden setuju bahwa atasan mereka dengan terbuka memberikan jawaban atas pertanyaan mereka. Ini terlihat dari cara atasan

selalu memberi waktu ketika bawahan memiliki pertanyaan dan atasan menjawabnya dengan secara terbuka dan se jelas mungkin.

Tabel 4.23

Keterbukaan dalam memberikan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	6.7	6.7	6.7
setuju	39	65.0	65.0	71.7
sangat setuju	17	28.3	28.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.23 menunjukkan bahwa 39 responden atau 85,0% menjawab setuju mengenai keterbukaan dalam memberikan informasi tentang manajemen sebatas yang perlu diketahui karyawan secara terbuka, sedangkan 17 responden atau 28,3% menjawab sangat setuju, dan sisanya 4 responden atau 6,7% menjawab sangat tidak setuju.

Dalam sebuah perusahaan, keterbukaan sangat penting. Karena dengan adanya keterbukaan ini, tidak ada yang harus ditutup-tutupi antara satu dengan yang lainnya. Salah satunya adalah keterbukaan dalam memberikan informasi tentang manajemen. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa mereka mengetahui informasi tentang manajemen perusahaan. Jadi perusahaan tidak menutupi perihal apapun kepada karyawannya.

Tabel 4.24
Keterbukaan dalam mendapatkan informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	3	5.0	5.0	6.7
Setuju	36	60.0	60.0	66.7
sangat setuju	20	33.3	33.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.24 menunjukkan bahwa 36 responden atau 60,0% menjawab setuju keterbukaan dalam memiliki akses yang mudah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan karyawan, sedangkan 20 responden atau 33,3% menjawab sangat setuju, 3 responden atau 5,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial untuk mencapai tujuan. Melalui informasi manusia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi disekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuannya, sekaligus memahami kedudukannya serta perannya dalam masyarakat.³¹ Salah satunya adalah informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan karyawan. Mayoritas responden setuju bahwa mereka selalu mendapat informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaannya. Informasinya juga diberikan secara jelas dan terbuka.

³¹ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Analisis Interaktif Budaya Massa*. 2008. Jakarta: Rineka Cipta

Tabel 4.25**Karyawan mengetahui tujuan usaha perusahaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	6	10.0	10.0	11.7
setuju	44	73.3	73.3	85.0
sangat setuju	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.25 menunjukkan bahwa 44 responden atau 73,3% menjawab setuju mengenai karyawan mengetahui tujuan usaha perusahaan, sedangkan 9 responden atau 15,0% menjawab sangat setuju, 6 responden atau 10,0% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memuaskan kebutuhan dari konsumen dengan nilai-nilai tertentu. Karyawan harus mengerahui tujuan perusahaan itu sendiri. Karena dengan mereka mengetahui hal tersebut, mereka tidak hanya sekedar bekerja tetapi mereka mengetahui tujuan mereka bekerja untuk apa. Mayoritas responden setuju bahwa mereka mengetahui tujuan perusahaan. Hal ini terlihat di sekitar area kantor, selalu terdapat visi dan misi perusahaan.

Tabel 4.26**Karyawan menganggap tujuan perusahaan sudah baik dan benar**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	3.3	3.3	3.3
setuju	45	75.0	75.0	78.3
sangat setuju	13	21.7	21.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.26 menunjukkan bahwa 45 responden atau 75,0% menjawab setuju mengenai karyawan menganggap tujuan tersebut sudah baik dan benar, sedangkan 13 responden atau 21,7% menjawab sangat setuju, dan sisanya 2 responden atau 3,3% menjawab tidak setuju.

Tujuan perusahaan dibuat tentunya untuk kepentingan bersama. Tujuan perusahaan sangat penting karena menjadi petunjuk atau arahan bagi pengembangan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menentukan tujuan perusahaan yaitu seperti manfaat, implementasi, dan keuntungan. Mayoritas responden mengatakan setuju bahwa tujuan perusahaan PT. Tristan sudah baik dan benar. Hal ini terlihat tujuannya bermanfaat bukan hanya untuk pihak internal perusahaan tetapi pihak eksternal perusahaan juga ikut merasakan dari tujuan perusahaan PT. Tristan.

Tabel 4.27**Atasan memberikan informasi tentang aktifitas perusahaan.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat idak setuju	1	1.7	1.7	1.7
tidak setuju	8	13.3	13.3	15.0
setuju	43	71.7	71.7	86.7
sangat setuju	8	13.3	13.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.27 menunjukkan bahwa 43 responden atau 71,7% menjawab setuju mengenai atasan sudah memberikan informasi tentang aktifitas dan tujuan perusahaan, sedangkan 8 responden atau 13,3% menjawab sangat setuju, 8 responden atau 13,3% menjawab tidak setuju dan sisanya 1 responden atau 1,7% menjawab sangat tidak setuju.

Informasi tidak hanya berisi tentang pekerjaan tetapi informasi juga diberikan mengenai aktifitas dan tujuan perusahaan. Karena dengan ini, karyawan mengetahui setiap aktifitas-aktifitas perusahaan. Informasi yang diberikan juga harus *uptodate* dan terbuka. Mayoritas responden mengatakan setuju dalam hal ini. Ini terbukti setiap ada aktifitas terkait dengan tujuan perusahaan, karyawan selalu diinformasikan. Tidak ada informasi yang ditutup-tutupi

Tabel 4.28**Kegiatan komunikasi berlangsung baik dalam perusahaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	10.0	10.0	10.0
setuju	41	68.3	68.3	78.3
sangat setuju	13	21.7	21.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.28 menunjukkan bahwa 13 responden atau 21,7% menjawab setuju mengenai kegiatan komunikasi telah berlangsung baik dalam perusahaan, sedangkan 13 responden atau 21,7% menjawab sangat setuju, dan sisanya 6 responden atau 10,0% menjawab tidak setuju.

Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Di dalam sebuah perusahaan harus ada komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Mayoritas responden menjawab setuju tentang hal ini. Ini dapat dilihat kegiatan komunikasi antara atasan dan bawahan berlangsung secara baik. Kerja sama antara atasan dan bawahan pun berjalan dengan baik. Hal ini sangat baik untuk memperlancar tujuan perusahaan.

Tabel 4.29

Kesejahteraan karyawan sangat penting

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	11	18.3	18.3	18.3
setuju	35	58.3	58.3	76.7
sangat setuju	14	23.3	23.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 4.29 menunjukkan bahwa 35 responden atau 58,3% menjawab setuju mengenai kesejahteraan karyawan sangat penting untuk meningkatkan kinerja karyawan sedangkan 14 responden atau 23,3% menjawab sangat setuju, dan sisanya 11 responden atau 18,3% menjawab tidak setuju.

Perusahaan dan karyawan pada hakekatnya saling membutuhkan. Karyawan adalah asset perusahaan karena tanpa adanya sumber daya manusia maka perusahaan tidak akan bisa berjalan dengan baik. Maka itu, kesejahteraan karyawan harus diperhatikan jangan hanya dituntut kewajibannya saja dengan berbagai macam beban pekerjaan. Mayoritas responden setuju tentang hal ini. Ini terlihat atasan selalu memberikan hak-hak karyawan. Seperti memperhatikan keluarga karyawan. Perusahaan selalu membuat *gathering* bersama keluarga karyawan. Dengan hal ini, kinerja karyawan juga akan semakin tinggi. Karena bukan hanya mereka saja yang diperhatikan tetapi keluarganya pun ikut diperhatikan oleh perusahaan.

4.3 Deskripsi Akumulasi Indikator Penelitian

Setelah mengolah data dengan memberikan deskripsi dari masing-masing pertanyaan. Maka penulis mengukur persentase masing-masing indikator, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.30
Analisis Deskriptif Persentase

81% - 100%	Sangat Kuat
61% - 80%	Kuat
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Lemah
0% - 20%	Sangat Lemah

(Sumber: Riduwan, 2010: 41)³²

1. Suppotiveness

Berkaitan dengan petunjuk kerja, memberikan solusi, prestasi, dan dukungan.

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 4 : $58 \times 4 = 232$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 3 : $216 \times 3 = 648$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 2 : $23 \times 2 = 46$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 1 : $3 \times 1 = 3$

Jumlah $= 929$

³² Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Hal 40-41

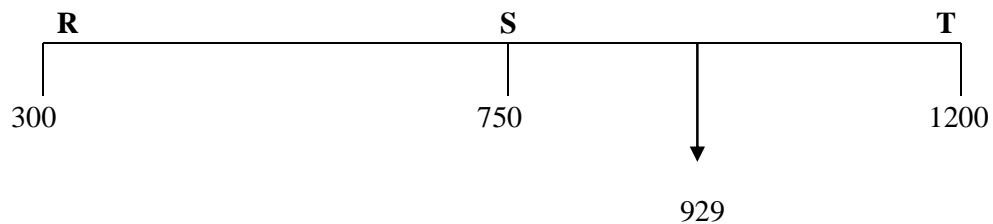
Jumlah skor indikator suppotiveness:

Skor tertinggi (untuk jawaban Sangat Setuju): $4 \times 300 = 1200$

Skor terendah (untuk jawaban Sangat Tidak Setuju): $1 \times 300 = 300$

Maka: $929/1200 \times 100\% = 77,41\%$ **tergolong kuat**

Berdasarkan data dari indikator suppotiveness yang diperoleh dari 60 responden, maka suppotiveness yang berkaitan dengan petunjuk kerja, memberikan solusi, prestasi, dan dukungan, dapat dilihat dibawah ini:



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 60 responden mengenai suppotiveness di PT. Tristan adalah termasuk dalam kategori interval “kuat”, yaitu sebesar 77,41%.

2. Partisipasi

Berkaitan dengan rapat perusahaan, mengambil keputusan, melontarkan pendapat, menghargai pendapat, dan mendukung perbedaan pendapat.

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 4 : $65 \times 4 = 260$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 3 : $201 \times 3 = 603$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 2 : $31 \times 2 = 62$

$$\begin{array}{r} \text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 1 :} \\ \hline 3 \times 1 = 3 \\ \text{Jumlah} \\ \hline = 928 \end{array}$$

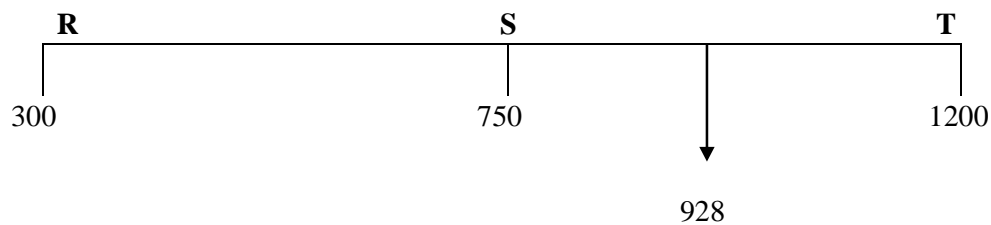
Jumlah skor indikator partisipasi:

$$\text{Skor tertinggi (untuk jawaban Sangat Setuju): } 4 \times 300 = 1200$$

$$\text{Skor terendah (untuk jawaban Sangat Tidak Setuju): } 1 \times 300 = 300$$

$$\text{Maka: } 928/1200 \times 100\% = 77,33\% \text{ tergolong kuat}$$

Berdasarkan data dari indikator partisipasi yang diperoleh dari 60 responden, maka partisipasi yang berkaitan dengan rapat perusahaan, mengambil keputusan, melontarkan pendapat, menghargai pendapat, dan mendukung perbedaan pendapat, dapat dilihat dibawah ini:



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 60 responden mengenai partisipasi di PT. Tristan adalah termasuk dalam kategori interval “kuat”, yaitu sebesar 77,33%.

3. Kepercayaan

Berkaitan dengan menjalankan pekerjaan, kegiatan perusahaan, sumber pesan, isi pesan, dan kepercayaan kepada atasan.

$$\text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 4 :} \quad 60 \times 4 = 240$$

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 3 :} & 211 \times 3 = & 633 \\
 \text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 2 :} & 24 \times 2 = & 48 \\
 \text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 1 :} & \underline{5 \times 1 =} & \underline{5} \\
 \text{Jumlah} & & = 926
 \end{array}$$

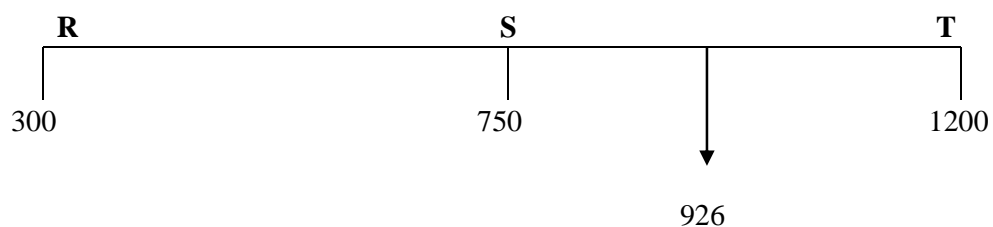
Jumlah skor indikator kepercayaan:

$$\text{Skor tertinggi (untuk jawaban Sangat Setuju): } 4 \times 300 = 1200$$

$$\text{Skor terendah (untuk jawaban Sangat Tidak Setuju): } 1 \times 300 = 300$$

Maka: $926/1200 \times 100\% = 77,16\%$ **tergolong kuat**

Berdasarkan data dari indikator kepercayaan yang diperoleh dari 60 responden, maka kepercayaan yang berkaitan dengan menjalankan pekerjaan, kegiatan perusahaan, sumber pesan, isi pesan, dan kepercayaan kepada atasan, dapat dilihat dibawah ini:



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 60 responden mengenai kepercayaan di PT. Tristan adalah termasuk dalam kategori interval “kuat”, yaitu sebesar 77,16%.

4. Keterbukaan

Berkaitan dengan menerima kritik, memperbaiki kesalahan, memberikan jawaban, memberikan informasi, dan mendapatkan informasi.

$$\text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 4 : } 94 \times 4 = 376$$

$$\text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 3 : } 180 \times 3 = 540$$

$$\text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 2 : } 23 \times 2 = 46$$

$$\text{Jumlah skor akumulasi yang menjawab 1 : } \underline{3 \times 1 = 3}$$

$$\text{Jumlah} \qquad \qquad \qquad = 965$$

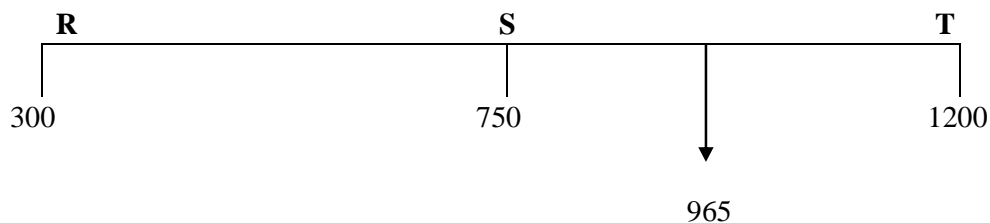
Jumlah skor indikator keterbukaan:

$$\text{Skor tertinggi (untuk jawaban Sangat Setuju): } 4 \times 300 = 1200$$

$$\text{Skor terendah (untuk jawaban Sangat Tidak Setuju): } 1 \times 300 = 300$$

Maka: $965/1200 \times 100\% = 80,41\%$ **tergolong kuat**

Berdasarkan data dari indikator keterbukaan yang diperoleh dari 60 responden, maka keterbukaan yang berkaitan dengan menerima kritik, memperbaiki kesalahan, memberikan jawaban, memberikan informasi dan mendapatkan informasi, dapat dilihat dibawah ini:



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 60 responden mengenai keterbukaan di PT. Tristan adalah termasuk dalam kategori interval “kuat”, yaitu sebesar 80,41%.

5. Tujuan Kinerja yang tinggi

Berkaitan dengan tujuan perusahaan, informasi tentang tujuan perusahaan, kegiatan komunikasi, dan kesejahteraan karyawan.

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 4 : $57 \times 4 = 228$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 3 : $208 \times 3 = 624$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 2 : $33 \times 2 = 66$

Jumlah skor akumulasi yang menjawab 1 : $\frac{2 \times 1 = 2}{\quad}$

Jumlah $\quad \quad \quad = 921$

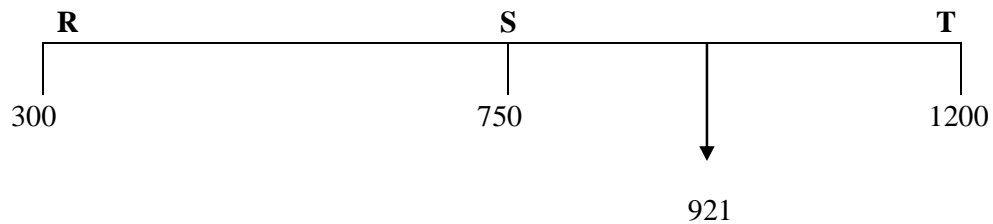
Jumlah skor indikator kinerja yang tinggi:

Skor tertinggi (untuk jawaban Sangat Setuju): $4 \times 300 = 1200$

Skor terendah (untuk jawaban Sangat Tidak Setuju): $1 \times 300 = 300$

Maka: $921/1200 \times 100\% = 76,75\%$ **tergolong kuat**

Berdasarkan data dari indikator kinerja yang tinggi yang diperoleh dari 60 responden, maka kinerja yang tinggi yang berkaitan dengan tujuan perusahaan, informasi tentang tujuan perusahaan, kegiatan komunikasi, dan kesejahteraan karyawan, dapat dilihat dibawah ini:



Jadi berdasarkan data yang diperoleh dari 60 responden mengenai keterbukaan di PT. Tristan adalah termasuk dalam kategori interval “kuat”, yaitu sebesar 76,75%.

4.4 Pembahasan

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar iklim komunikasi yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan. Pentingnya iklim komunikasi yang mendukung dalam komunikasi organisasi ditekankan oleh Redding sebagai berikut “iklim komunikasi adalah lebih krusial daripada keterampilan atau teknik berkomunikasi dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif.

Teori penetapan tujuan adalah teori yang khusus dan sulit menghantar ke kinerja yang tinggi. Teori ini mengandaikan bahwa bawahan akan berdiri sendiri (skor pada jarak kekuasaan tidak terlalu tinggi), sehingga manajer dan bawahan akan mencari tujuan yang menantang, dan bahwa kinerja dianggap penting oleh keduanya (kuantitas hidup tinggi)

Kesimpulannya keseluruhan kita adalah bahwa intense / yang di ucapkan dengan istilah tujuan yang sukar dan spesifik/ merupakan sesuatu kekuatan motivasi

yang ampuh. Pada kondisi yang tepat, intense ini dapat menghantar ke kinerja yang lebih tinggi.³³

Iklm komunikasi yang baik terdapat daya dukungan, partisipasi, kepercayaan, keterbukaan dan kinerja yang tinggi. Iklm komunikasi yang telah dijabarkan Redding tersebut merupakan suatu keadaan ideal yang dapat dicapai oleh suatu organisasi. Dalam studi yang dilakukan Dennis bahkan hanya ditemukan 4 dari 5 faktor iklim komunikasi tersebut, yaitu tanpa memasukan *openness and candor* (keterbukaan dan keterusterangan). Apabila kelima faktor tersebut terpenuhi maka besar kemungkinan para karyawan akan merasa puas. Namun juga bukan berarti bila kelima faktor ini atau beberapa dari lima faktor tidak terpenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan pada karyawan.

Oleh Dennis, kelima komponen iklim komunikasi tersebut dijabarkan secara rinci dimana penjabarannya merupakan berwujudan kualitas hubungan atasan dan bawahan dalam perusahaan, yaitu:³⁴

1. Atasan membuat bawahan merasa bebas untuk bicara kepadanya.
2. Atasan sangat memahami masalah-masalah pekerjaan bawahan.
3. Atasan mendorong bawahan untuk mengetahui bahwa apa yang dilakukan akan menimbulkan kesalahan pekerjaan.
4. Atasan memudahkan bawahan mengerjakan pekerjaannya sebaik mungkin.
5. Atasan percaya akan kemampuan bawahan.

³³ Stephen P. Robbins. 2001. *Perilaku Organisasi. Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT. Prenhallido. Hal 177

³⁴ Gerald M. Goldhaber. 1986. *Organizational Communication*. Dubuque: Wm. C. Brown Publisher. Hal 235

6. Atasan mengakomodir informasi baru dari bawahan bahkan untuk informasi yang buruk sekalipun.
7. Atasan membuat bawahan merasa bahwa sesuatu yang dikatakan kepadanya adalah penting.
8. Atasan selalu mengharapkan adanya toleransi terhadap argument dan mendengar secara seimbang dari berbagai sudut pandang.
9. Atasan mempunyai perhatian terbaik yang dimiliki bawahan saat berbicara dengan atasan.
10. Atasan adalah orang yang memiliki kompetensi dan ahli dalam manajerial.
11. Atasan mendengarkan saat bawahan menceritakan sesuatu yang dapat mengganggu dirinya.
12. Akan lebih baik mengatakan apa yang dipikirkan bawahan kepada atasannya.
13. Atasan selalu jujur dan tulus kepada bawahan.
14. Bawahan dapat mengeluarkan keluhannya kepada atasan.
15. Bawahan dapat menyatakan kepada atasan tentang cara atasan mengatur kerja bawahan.
16. Bawahan bebas mengatakan pada atasan tentang apa yang tidak disetujui terhadap atasan.

Secara umum Goldhaber kemudian meringkas indicator-indikator iklim komunikasi menjadi³⁵:

³⁵ Ibid. Hal 77

1. Persepsi tentang sumber dan hubungan-hubungan komunikasi dalam organisasi, meliputi:
 1. Apakah bawahan merasa puas dengan atasannya, bawahannya atau rekan sekerja sebagai informasi.
 2. Seberapa pentingnya sumber-sumber tersebut.
 3. Apakah sumber-sumber tersebut dapat dipercaya.
 4. Apakah sumber-sumber tersebut terbuka berkomunikasi.
2. Persepsi tentang kemampuan informasi pada anggota organisasi, meliputi:
 1. Apakah informasi yang diterima dari sumber dinilai cukup penting.
 2. Apakah informasi tersebut dapat bermanfaat.
 3. Apakah umpan balik dari informasi yang dikirim atasan cukup memadai.
3. Persepsi tentang organisasi itu sendiri, meliputi:
 1. Seberapa jauh keikutsertaan anggota organisasi dalam pengambilan keputusan.
 2. Apakah tujuan organisasi dapat dipahami.
 3. Apakah atasan dapat mendukung dan memberi imbalan untuk usaha-usaha bawahan.
 4. Apakah sistem organisasi tersebut cukup terbuka terhadap masukan dari anggota organisasi.

4.4.1 Supportiveness

Menurut Redding, dukungan atasan merupakan persepsi bawahan tentang komunikasi mereka dengan atasan yang akan membantu mereka untuk

membangun dan mempertahankan diri serta keyakinan akan diri. Hal ini mengenai penilaian bawahan atas komunikasi yang dilakukan dengan atasan yang dapat membantu dirinya dalam membangun, mempertahankan diri serta memperteguh keyakinan dirinya, sehingga kesadaran bawahan tentang makna dan kepentingan perannya dalam perusahaan semakin besar sejauh mana sumber-sumber informasi dan atau peristiwa komunikasi dapat dipercaya.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ternyata iklim komunikasi yang berkembang di PT.Tristan merupakan iklim komunikasi dimana karyawan merasakan adanya dukungan dari atasan kepada mereka dalam bekerja. Dirasakannya dukungan atasan ini menjadi sangat penting bagi karyawan untuk melaksanakan pekerjaannya dan menyelesaikan tugas pekerjaan yang di percayakan kepadanya. Dapat di pahami, adanya dukungan yang di rasakan karyawan dapat menumbuhkan semangat kerja dan menambah kepercayaan diri mereka untuk melaksanakan pekerjaannya.

4.4.2 Partisipasi

Redding berpendapat bahwa keikutsertaan pengambilan keputusan adalah persepsi akan adanya iklim kebebasan dari karyawannya untuk melakukan komunikasi ke atas secara berpengaruh. Hal ini mengenai penilaian bawahan bahwa komunikasi dengan atasan mempunyai manfaat dan pengaruh, bila atasa mau mendengar dan menerima bawahannya dalam mengambil keputusan.

Sementara itu juga diperoleh gambaran dari hasil penelitian ini bahwa tidak semua karyawan memiliki kesempatan untuk ikut serta dalam pengambilan

keputusan, terutama dalam rapat bersama antara manajemen perusahaan dengan para karyawan. Tampak nya hal ini tidak terlalu berpengaruh terhadap produktifitas kerja karena memang pengambilan keputusan bukan hal yang inti dan utama dari terlaksananya pekerjaan mereka.

4.4.3 Kepercayaan

Menurut Redding adalah persepsi karyawan tentang sejauh mana sumber-sumber pesan dan atau peristiwa komunikasi dinilai dapat di percaya. Termasuk pula persepsi karyawan terhadap kredibilitas atasannya.

Karyawan PT.Tristan juga memberikan kredibilitas dan kepercayaan pada perusahaan dan atau atasannya. Kualitas hubungan atau komunikasi yang terjadi ini sangat penting mengingat sebagian besar aktifitas komunikasi dalam rangka pelaksanaan pekerjaan berada dalam hubungan tersebut. Seperti dikatakan oleh Goldhaber bahwa salah satu dari beberpa keadaan yang dapat membuat hubungan interpersonal antara atasan dengan bawahan berada dalam kualitas tinggi adalah karena atasan yang dapat di percaya. Oleh sebab itu adanya kepercayaan ini menjadi unsure penting dalam kehidupan perusahaan.

4.4.4 Keterbukaan

Menurut Redding, keterbukaan dan kehangatan merupakan persepsi karyawan tentang apapun hubungan ini (antara sesama karyawan pada tingkatan yang kurang lebih sejajar, atasan – bawahan atau sebaliknya) terdapat keterbukaan dan keterusterangan dalam penyampaian penerimaan pesan. Hal ini merupakan penilaian bawahan tentang penciptaan peluang hubungan antara atasan

dengan bawahan secara timbal balik dengan penuh keterbukaan dan keterusterangan dalam berkata maupun mendengarkan.

Iklm komunikasi di PT.Tristan juga di cerminkan sebagai iklim yang penuh dengan keterbukaan dan keterusterangan. Hal ini digambarkan dengan atasan menerima segala keluhan dari karyawan. Ini sangat penting karena dengan adanya keterbukaan ini, tidak ada yang harus ditutup-tutupi antara satu dengan yang lainnya. Dan dengan adanya keterbukaan ini, atasan juga bersedia memperbaiki kesalahan-kesalahan yang telah dilakukannya demi kelancaran kegiatan perusahaan.

4.4.5 Kinerja yang tinggi

Redding mengartikan sebagai tingkat dimana sasaran prestasi dikomunikasikan secara jelas kepada para anggotanya. Tujuan organisasi pun dirasakan cukup jelas oleh karyawan PT.Tristan karena perusahaan memang telah memberikan informasi tentang aktifitas dan tujuan perusahaan pada karyawannya. Hal paling menarik adalah hasil yang di capai oleh intensitas komunikasi. Pada dasarnya iklim komunikasi mencerminkan suasana berlangsungnya proses komunikasi dalam kehidupan suatu perusahaan. Sering tidaknya komunikasi tersebut berlangsung kemudian menjadi hal yang harus ikut di pertimbangkan mengingat komunikasi akan kurang efektif bila tidak tuntas.

Agar keberlangsungan komunikasi di PT.Tristan dapat berjalan lebih baik maka menurut penulis harus ada kerelaan dari masing-masing pihak untuk membuka diri. Terutama datang dari pihak atasan karena ketidakseimbangan

tersebut dapat terjadi karena atasan lebih sering bersikap sebagai atasan dibandingkan rekan dalam bekerja, untuk hal di luar pekerjaan sekalipun. Baik kiranya untuk menghidupkan beberapa kegiatan komunikasi sebagai salah satu cara meningkatkan komunikasi keatas. Seperti dinyatakan oleh Davis dan Newstrom bahwa kegiatan yang dapat dilakukan antara lain adalah meletakkan kotak saran dan kegiatan dalam perusahaan seperti pertandingan olahraga, rekreasi, pertemuan informal dengan keluarga karyawan maupun dengan kebijakan pintu terbuka.

Sehingga dengan demikian bila mengacu pada 5 faktor ideal yang diajukan Redding, seluruh iklim komunikasi di PT. Tristan termasuk kedalam interval kuat. Dari uraian tersebut tergambar kiranya bagaimana iklim komunikasi yang berkembang di PT. Tristan. Dalam analisa penulis, iklim komunikasi PT. Tristan sudah cukup ideal dan cukup memuaskan karyawannya sehingga diharapkan dapat pula berdampak pada motivasi karyawan untuk bekerja dalam perusahaan.

Apabila Redding mengajukan tentang 5 faktor ideal yang dimiliki iklim komunikasi, dalam studi yang dilakukan Denis hanya ditemukan 4 sampai 5 faktor, tanpa memasukan *openness dan candor* (keterbukaan dan keterusterangan). Menurut penulis, terpenuhinya kelima faktor yang diajukan oleh Redding memang mampu menjadi barometer dari timbulnya kepuasan kerja dan dapat berdampak pada tumbuhnya motivasi kerja karyawan. Namun juga bukan berarti tidak terpenuhinya kelima faktor tersebut dapat menyebabkan ketidakpuasan karyawan. Berdasarkan analisa penulis, terpenuhinya 3 dari 5 faktor saja sudah cukup agar iklim komunikasi dalam suatu perusahaan dapat dikatakan ideal. Dalam artian, iklim komunikasi tersebut dirasakan

menyenangkan, memuaskan dan mampu menimbulkan motivasi kerja karyawannya atau dampak positif lain yang lebih luas dalam perusahaan. Ketiga faktor yang dimaksud adalah dukungan atasan, kepercayaan dan kredibilitas serta keterbukaan dan keterusterangan.

Dasar pemikiran penulis adalah karena tanpa adanya ketiga faktor tersebut yang mewarnai kehidupan perusahaan, akan dapat dibayangkan betapa tidak menyenangkan iklim komunikasi dalam perusahaan tersebut. Seorang karyawan akan merasa kesulitan dan tidak nyaman untuk bekerja dalam lingkungan dimana ia tidak mendapatkan dukungan baik dari atasan maupun rekan kerjanya. Terutama bila karyawan mengalami kesulitan dalam pekerjaannya dan tidak ada seorang pun yang dapat membantunya. Tidak menenangkan pula bagi karyawan untuk bekerja dimana karyawan tidak dapat mempercayai atau diberi kepercayaan mengenai pekerjaan, kredibilitas atasan atau pesan-pesan yang diterimanya. Keadaan tersebut dapat menimbulkan perasaan tidak aman bagi karyawan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Dukungan (*supportiveness*) dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan yang berkaitan dengan petunjuk kerja, memberikan solusi, prestasi, dan dukungan terbilang kuat dengan perolehan persentase sebesar 77,41%.
2. Partisipasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan yang berkaitan dengan rapat perusahaan, mengambil keputusan, melontarkan pendapat, menghargai pendapat, dan mendukung perbedaan pendapat terbilang kuat dengan perolehan persentase sebesar 77,33%.
3. Kepercayaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan yang berkaitan dengan menerima kritik, memperbaiki kesalahan, memberikan jawaban, memberikan informasi, dan mendapatkan informasi terbilang kuat dengan perolehan persentase sebesar 80,41%.
4. Keterbukaan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan yang berkaitan dengan petunjuk kerja, memberikan solusi, prestasi, dan dukungan terbilang kuat dengan perolehan persentase sebesar 77,41%.
5. Tujuan kinerja yang tinggi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Tristan yang berkaitan dengan tujuan perusahaan, informasi tentang

tujuan perusahaan, kegiatan komunikasi, dan kesejahteraan karyawan terbilang kuat dengan perolehan persentase sebesar 76,75%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran berkaitan dengan masalah penelitian, antara lain

1. Sebaiknya PT. Tristan lebih meningkatkan iklim komunikasi seperti *supportiveness*, partisipasi, keterbukaan dan kinerja yang tinggi agar motivasi dari karyawan bisa lebih meningkat. Sehingga tujuan-tujuan perusahaan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
2. Antar karyawan menjaga sikap dalam berkomunikasi. Hendaknya pembicaraan mengedepankan saling pengertian, saling menjaga, dan menghormati, sehingga komunikasi selalu berjalan lancar, tepat sasaran dan tidak saling melukai perasaan satu sama lain.
3. Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan penyempurnaan dalam penelitian yang akan datang. Penulis merekomendasikan untuk penelitian pada lembaga atau perusahaan yang belum pernah diadakan penelitian sebelumnya, sebaiknya menggunakan penelitian kualitatif. Agar mendapatkan data yang lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ami, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. 2004. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara,
- Bungin, Burhan *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2009. Jakarta: Kencana.
- _____. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Disukursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. 2001. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Ucjana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. 2009. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gerald M, Goldhaber. *Organizational Communication*. 2012 Dubuque: Wm. C. Brown Publisher.
- Handoko, Hani, T *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. 2002. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian Sosial*. 2005.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 2010. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2010. Jakarta: Rajawali Pers.
- Malayu, Hasibuan. *Organisasi & motivasi, Dasar Peningkatan Produktifitas*. 2001. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi, Pengantar*. 2001. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang pemerintahan*. 2003. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. 2007.
- Nitisemito, Alex S. *Manajemen Personalialia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*, edisi ketiga. 1996. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Pace, R. Wayne. Faulus F. Don. *Komunikasi organisasi, strategi meningkatkan kinerja karyawan perusahaan*. 2005. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. *Dasar-dasar statistika*. 2012. Bandung: Alfabeta
- Robbins, Stephen P. *Perilaku Organisasi. Edisi Kedelapan*. 2001. Jakarta: PT. Prenhallido.
- Shockey, Pamela – Zalabe, *Fundamental of Organizational Communication*, 4th edition. 1999. New York: Longman
- Sihabudin, Ahmad. Rahmi, Winangsih. *Komunikasi Antarmanusia*. 2012 Serang : Pustaka Getok Tulat.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. 2010. Bandung: Alfabeta.
- Sondang, Siagian P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi kesatu. 2004. Yogyakarta: Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- _____. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. 1989. Jakarta: Rineka Cipta

LAMPIRAN

**IKLIM KOMUNIKASI KERJA DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI
KERJA**

(SURVEI TERHADAP KARYAWAN PT. TRISTAN)

No. Responden :

Petunjuk Penelitian :

1. Berilah tanda (√) pada jawaban yang Anda pilih
2. Diharapkan semua pertanyaan dijawab dan tidak ada yang terlewatkan
3. Pilihlah jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya.
4. (*) pilih salah satu.

Bagian I : Data Responden

Nama :

Umur :

Pendidikan :

Lama Bekerja : bulan/tahun*

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Bagian II : Isi Kuesioner

Berikut ini adalah beberapa pernyataan dan pilihlah jawaban yang paling sesuai menggambarkan pendapat Anda.

Alternatif jawabannya adalah:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Dalam bekerja, atasan memberi petunjuk kerja kepada saya.				
2	Atasan memberikan jalan keluar terhadap permasalahan yang saya hadapi.				
3	Atasan memperhatikan prestasi kerja saya.				
4	Atasan membuat saya merasa dibutuhkan dalam perusahaan.				
5	Saya merasakan adanya dukungan dari atasan dalam bekerja.				
6	Atasan melibatkan saya dalam rapat-rapat perusahaan.				
7	Dalam situasi kerja yang mendesak, saya boleh mengambil keputusan kerja sendiri.				
8	Saya merasa bebas melontarkan pendapat dalam rapat perusahaan.				
9	Saya merasa atasan menghargai pendapat saya.				
10	Atasan mendukung atas perbedaan pendapat diantara karyawan lainnya.				
11	Saya merasa dipercaya dalam menjalankan pekerjaan saya.				
12	Saya percaya semua kegiatan dalam perusahaan adalah legal (sah).				
13	Saya percaya pada sumber yang menyampaikan pesan atau informasi yang berkaitan dengan pekerjaan di perusahaan.				
14	Saya percaya pada kebenaran isi pesan yang saya terima.				
15	Saya memiliki kepercayaan terhadap atasan saya.				
16	Atasan mau menerima kritik dari saya.				
17	Atasan bersedia memperbaiki kesalahan yang dilakukannya.				

18	Atasan mau memberikan jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan.				
19	Perusahaan mau memberikan informasi tentang manajemen, sebatas yang perlu diketahui karyawan, secara terbuka.				
20	Saya memiliki akses yang mudah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan saya.				
21	Saya mengetahui tujuan usaha perusahaan				
22	Saya menganggap tujuan tersebut sudah baik dan benar				
23	Menurut saya, atasan sudah memberikan informasi tentang aktifitas dan tujuan perusahaan.				
24	Menurut saya, kegiatan komunikasi telah berlangsung baik dalam perusahaan.				
25	Bagi perusahaan, kesejahteraan karyawan sangat penting artinya untuk meningkatkan kinerja karyawan.				

N o	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5
1	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
5	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	2	2	2
6	3	1	2	4	3	2	4	2	3	4	1	3	2	3	2	2	3	1	4	3	2	4	3	4	3
7	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4
8	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
9	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3
1 0	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
1 1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1 2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
1 3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2
1 4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2
1 5	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3
1 6	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
1 7	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
1 8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1 9	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
2 0	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3
2 1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2 2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2
2 3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
2 4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2
2 5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
2 6	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : M.Reza Ali Haji
NIM : 6662111287
Tempat & Tanggal Lahir : Serang, 23 Mei 1993
Jenis Kelamin : Laki – laki
Agama : Islam
Alamat : Komplek Pasir Indah jl.Apel no 86 D Serang
No. Telp : 087771863735
E-mail : Muhammad_rezaali@yahoo.com

Riwayat Pendidikan :

1. 1998-1999 : TK Artha Kencana
2. 1999-2005 : SDN Cinanggung
3. 2005-2008 : SMPN 1 Serang
4. 2008-2011 : SMAN 3 Kota Serang

5. 2011- 2016 : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. (Ilmu Komunikasi)

Pengalaman Organisasi :

1. DIYA Organizer





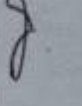
Pengalaman Bekerja :

1. Magang di RRI Banten, Divisi Humas

2. Bekerja di PT.Tristan

Serang, November 2015

M.Reza Ali Haji

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
	26/10-15	Pembahasan hasil Penelitian	
	8/11-15	Pengajaran Bab I - IV	
	17/11-15	Supremasi Bab I - V, alijisya fessiya hbl dip x lujis	
	30/11-15	Ace sdy smpr	
	24-15 12	Ace sdy	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).

Pembimbing I

Pembimbing II

CATATAN BIMBINGAN
Dr. Kahmi Winangsih, M.Si
Darwis Sagita, S.ikom

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF DOSEN
	02-12-2015	1. Uraikan secara umum temuan masalah. 2. Spasi konsisten. 3. Arus kom. ke motivasi 4. Kekaitan arus kom. dengan motivasi	J. 12/15
	03-12-2015	- Bentuk Motivasi Kerja -	A.
	10/3-15	Konsep bab I - III	J.
	24/3-15	Perbedaan s.d. bab III	A.
	23/4-15	Konsep bab I - III	J.
	2/5-15		
	4/6-15	Per variabel Y	A.
	24/6-15	Are outline	J.
	19/7-15	Acc kuisisioner	A.
	19/7-15	Acc kuisisioner	J.

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 kali (total dengan 2 pembimbing sebanyak 14 kali tatap muka).