

**PENGARUH KEPUASAN KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI  
KERJA KARYAWAN**

**(Survey pada karyawan PT. Aseli Dagadu Djokdja)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Irkhas Febri Pranyoto**

**NIM: 17107030068**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
YOGYAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Irkhas Febri Pranyoto

Nomor Induk : 17107030068

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 18 Agustus 2021

yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Irkhas Febri Pranyoto

17107030068



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
**FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
**Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Irkhas Febri Pranyoto  
NIM : 17107030068  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**PENGARUH KEPASAN KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI**  
**KERJA KARYAWAN**  
**(Survey Pada Karyawan PT. Aseli Dagadu Djokdja)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.  
*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 10 Agustus 2021  
**Pembimbing**

  
**Drs. Bono Setvo, M.Si.**  
**NIP. 19690317 2008001 1 013**





## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-731/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH KEPUASAN KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Survey pada karyawan PT. Aseli Dagadu Djokdja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IRKHAS FEBRI PRANYOTO  
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030068  
Telah diujikan pada : Senin, 30 Agustus 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 615b06d18251e



Penguji I

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 615524be34483



Penguji II

Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.  
SIGNED

Valid ID: 61551d3cc56dc



Yogyakarta, 30 Agustus 2021

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 61613faa4cacf

## MOTTO

**“Yang kau pelajari hari ini, akan jadi bekal untuk menghadapi masa depan”**

**Irkhas Febri Pranyoto**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntut manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Pengaruh Terpaan Tayangan Film Kartun Spongebob Squarepants Terhadap Perilaku Agresif Anak (Survey pada siswa Madrasah Ibtidaiyah Qurrota A’yun Sleman)”. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus penguji 1 yang telah membantu proses kegiatan akademik saya.
3. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Niken Puspitasari, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membantu kegiatan akademik selama perkuliahan.
5. Drs. Bono Setyo M.Si, Dosen Pembimbing Skripsi saya yang selalu menyempatkan waktu dan sabar membimbing peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

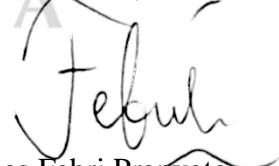
6. Dr. Fatma Dian Pratiwi, M.Si. selaku penguji 2 yang telah membantu proses kegiatan akademik saya.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orangtua saya, F. Sunyoto dan Parsilah, yang selalu memberikan doa dan dukungan tiada henti.
9. Bapak Hadi Sulistyono, selaku HR Manager PT. Aseli Dagadu Djokdja dan Desti yang telah menerima dan membantu saya dengan baik untuk melakukan penelitian.
10. Seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi B 2017 yang telah berbaik hati membantu saya jika mengalami kesulitan selama penelitian berlangsung dan terus mendukung peneliti dari semester pertama hingga sekarang.
11. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, Agustus 2021

Peneliti,



Irkhas Febri Pranyoto

17107030068



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8

2. Manfaat Praktis .....	8
E. Telaah Pustaka .....	9
F. Landasan Teori.....	10
1. Teori Hubungan Manusia.....	10
2. Kepuasan Komunikasi Organisasi .....	12
3. Motivasi Kerja.....	14
G. Kerangka Pemikiran.....	17
H. Hipotesis .....	20
I. Metodologi Penelitian .....	20
1. Metode Penelitian.....	20
2. Populasi dan Teknik Sampling.....	20
3. Definisi Operasional.....	22
4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
5. Skala Pengukuran.....	26
6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	27
7. Uji Reliabilitas.....	28
8. Uji Analisis Data .....	30
<b>BAB II GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>32</b>
A. Sejarah PT Aseli Dagadu Djokdja .....	32
B. Gerai Dagadu .....	34

C. Visi dan Misi.....	34
D. Sumber Daya Manusia.....	35
E. Filosofi Logo Dagadu .....	35
F. Struktur Organisasi .....	37
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Deskripsi Penelitian .....	38
B. Karakteristik Responden.....	39
C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas.....	43
D. Penyebaran Data Per Variabel .....	44
E. Uji Asumsi .....	69
1. Uji Normalitas .....	69
2. Uji Linieritas .....	70
F. Uji Analisis Data.....	71
1. Regresi Linier Sederhana .....	71
2. Uji Hepotesis.....	74
G. Pembahasan.....	75
<b>BAB IV KESIMPULAN.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81

B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Telaah Pustaka .....	9
Tabel 2. Operasional Variabel Independen.....	22
Tabel 3. Operasional Variabel Dependen. ....	23
Tabel 4. <i>Blue print</i> . ....	24
Tabel 5. Skala Likert.....	27
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. ....	39
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja. ....	40
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir. ....	40
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel X (Kepuasan Komunikasi Organisasi).....	41
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	42
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Kepuasan Komunikasi Organisasi).....	43
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Motivasi Kerja). ....	43
Tabel 14. Mendapatkan intruksi kerja yang jelas. ....	44
Tabel 15. Mendapatkan informasi kebijakan dan tujuan di bidang kerja. ....	45
Tabel 16. Mendapatkan informasi mengenai sistem penilaian kerja.....	46
Tabel 17. Mendapatkan informasi lingkungan kerja dengan mudah. ....	47
Tabel 18. Mendapatkan akses untuk bertanya mengenai informasi pekerjaan.....	48
Tabel 19. Mendapatkan informasi mengenai kondisi perusahaan. ....	48
Tabel 20. Mendapatkan kesempatan untuk memberi masukan. ....	49
Tabel 21. Atasan selalu terbuka dengan ide yang dikemukakan. ....	50
Tabel 22. Mendapatkan kesempatan untuk memberi kritik.....	50



Tabel 23. Mengerti dengan baik jika ada intruksi ataupun pemberitahuan kerja secara tertulis..	51
Tabel 24. Selalu ada rapat atau evaluasi rutin untuk memberikan laporan pekerjaan.....	52
Tabel 25. Mengajukan cuti dengan surat atau media lainnya.....	52
Tabel 26. Dibimbing oleh atasan ketika melakukan kesalahan .....	53
Tabel 27. Dapat menanyakan hal-hal yang kurang jelas kepada atasan.....	54
Tabel 28. Mendapatkan apresiasi ketika menyelesaikan pekerjaan dengan baik.....	54
Tabel 29. Semua fasilitas pertemuan dan rapat mendukung sehingga pesan pertemuan bisa dimengerti.....	55
Tabel 30. Atasan mengatur pertemuan atau rapat dengan baik .....	56
Tabel 31. Pengarahan verbal dan non verbal yang diberikan dapat dimengerti dengan baik.....	56
Tabel 32. Berkomunikasi dan bekerja sama mengenai pekerjaan dengan rekan kerja.....	57
Tabel 33. Kelompok kerja memiliki hubungan yang harmonis dan saling terbuka.....	58
Tabel 34. Konflik selalu dapat teratasi secara kekeluargaan.....	58
Tabel 35. Mendapatkan informasi mengenai visi perusahaan.....	59
Tabel 36. Mendapatkan informasi mengenai misi perusahaan.....	59
Tabel 37. Memahami kelebihan dan kekurangan perusahaan.....	60
Tabel 38. Informasi mengenai perusahaan selalu disampaikan kepada seluruh karyawan dengan baik.....	61
Tabel 39. Dipercaya oleh rekan kerja dalam menyelesaikan pekerjaan.....	61
Tabel 40. Mendapatkan dukungan dari perusahaan ketika menjalankan pekerjaan.....	62
Tabel 41. Bekerja untuk memenuhi kebutuhan sandang, pangan, papan.....	63
Tabel 42. Bekerja dengan giat karena gaji yang layak.....	64
Tabel 43. Bekerja dengan giat karena ada jaminan kesehatan yang memadai.....	64

Tabel 44. Semangat bekerja karena terdapat rasa saling menghormati dan menghargai antara rekan kerja.....	65
Tabel 45. Semangat bekerja karena dianggap penting oleh rekan kerja.....	66
Tabel 46. Semangat bekerja karena merasa diterima dengan baik oleh rekan kerja. ....	66
Tabel 47. Bekerja untuk dapat mengembangkan diri dan memperoleh pengalaman. ....	67
Tabel 48. Bekerja keras karena ada peluang untuk dapat dipromosikan.....	68
Tabel 49. Bekerja dengan giat agar dihargai atas prestasi kerja yang dilakukan. ....	68
Tabel 50. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	69
Tabel 51. Uji Linieritas.....	70
Tabel 52. Koefisien.....	71
Tabel 53. Interpretasi terhadap Hasil Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 54. Uji Signifikansi.....	72
Tabel 55. Koefisien Regresi Sederhana.....	73
Tabel 56. Uji Hipotesis.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 2. Logo PT. Aseli Dagadu Djokdja.....	35
Gambar 3. Struktur organisasi PT. Aseli Dagadu Djokdja.....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	86
Lampiran 2. Jawaban Responden .....	101
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas .....	104
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	119
Lampiran 5. Uji Normalitas .....	120
Lampiran 6. Uji Linieritas.....	121
Lampiran 7. Hasil Regresi Linier Sederhana.....	122
Lampiran 8. Surat Ijin Penelitian.....	123
Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian PT. Aseli Dagadu Djokdja.....	124
Lampiran 10. Curriculum Vitae.....	125
Lampiran 11. Dokumentasi.....	127

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*Organizational communication satisfaction felt by employees has a significant impact. The higher the level of perceived satisfaction, the higher the work motivation of existing employees. As a company, PT. Aseli Dagadu Djokdja is part of the Yogyakarta tourism icon. Dagadu builds its organizational communication with Smile, Smart, & Djokdja values with more flexible and harmonious communication outputs. The perceived communication satisfaction is certainly relatively high so that it can increase employee motivation in the company.*

*This study aims to explain the effect of organizational communication satisfaction on employee motivation at PT. Aseli Dagadu Djokdja. This study uses human relations theory with quantitative methods and simple regression analysis techniques. Involving a sample of 75 respondents with total sampling technique. The results showed that organizational communication satisfaction had an effect on employee motivation. The percentage influence of organizational communication satisfaction variable is 51.7% and 48.3% is caused by other factors.*

**Keyword:** *human relations theory, organizational communication satisfaction, employee motivation, PT. Aseli Dagadu Djokdja*





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi menjadi salah satu unsur penting dalam organisasi. Komunikasi adalah bagian integral dalam organisasi karena tidak ada organisasi yang dijalankan tanpa komunikasi. Sumber daya manusia didalam organisasi itulah yang mengharuskan organisasi dibangun diatas komunikasi yang efektif. menurut perspektif ilmu komunikasi, terbentuknya sebuah organisasi karena adanya interaksi atau komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang ingin berkelompok. Maka komunikasi merupakan hal yang tak bisa dipisahkan dari organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan menukar pesan dalam hubungan orang-orang yang saling bergantung. Juga menjadi salah satu instrumen pengembangan organisasi. Maka dalam hal ini, komunikasi organisasi memiliki tujuan yaitu guna memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya kegiatan organisasi (Muhammad, 2001:87). Selain itu, komunikasi organisasi juga berfungsi sebagai sarana menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat, menyatakan perasaan dan emosi, serta melakukan kordinasi dalam memenuhi tujuan-tujuan organisasi yang ingin dicapai.

Wirawan menjelaskan bahwa organisasi dalam masyarakat modern terdapat beragam jenis mulai dari organisasi formal dan informal sampai organisasi profit dan nonprofit (Wirawan, 2008). Semua jenis organisasi ini dijalankan dengan satu tujuan yang dikomunikasikan terhadap seluruh anggota sehingga dapat berjalan sesuai dengan visi dan misinya.

Organisasi dengan sumber daya manusia didalamnya tentu sangat memerlukan komunikasi untuk melakukan berbagai aktifitas keorganisasian. Begitu pula dengan organisasi perusahaan. Perusahaan yang juga merupakan sebuah organisasi tentu memiliki karyawan yang banyak. Maka salah satu tantangan yang dihadapi oleh perusahaan adalah bagaimana menyampaikan pesan ke seluruh bagian organisasi untuk menyamakan visi agar organisasi mencapai tujuan.

Dalam sebuah perusahaan, komunikasi memiliki peran yang sangat penting. Komunikasi bagaikan sebuah sistem yang dapat menghubungkan antara satu bagian perusahaan ke bagian yang lain, antara satu karyawan, ke karyawan yang lainnya. Karena komunikasi merupakan salah satu hal yang mengikat seluruh elemen manajemen perusahaan. Manajemen tersebut diisi oleh berbagai sumber daya manusia yang memiliki tingkat tanggung jawab dan kinerja yang berbeda, ada yang menjadi pemimpin tingkat atas, menengah, bawah, sampai pada tingkat karyawan. Seluruh tingkat manajemen dalam perusahaan tersebut tentu memerlukan komunikasi dalam menjalankan operasional perusahaan.

Organisasi dapat dikatakan berhasil ketika hubungan komunikasi antar seluruh elemen terjalin dengan harmonis. Hubungan yang harmonis tersebut dapat mengikat individu dalam organisasi agar selalu dapat berkontribusi positif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terjalin sangat baik juga akan menghilangkan hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi. Jika komunikasi organisasi sudah terjalin dengan harmonis, maka akan memudahkan organisasi dalam menjalankan tugas keorganisasian. Hubungan komunikasi tersebut sangat berhubungan dengan kepuasan komunikasi organisasi yang dirasakan oleh anggota-anggotanya.

Kepuasan komunikasi organisasi sangat bergantung dengan rasa nyaman seseorang terhadap organisasi. Beberapa kenyamanan yang menjadi faktor kepuasan organisasi mencakup lancarnya arus pesan vertikal ataupun horizontal, media komunikasi yang digunakan, serta kedekatan hubungan yang terjalin. Kepuasan ini juga menyangkut tentang kebutuhan seseorang terhadap informasi yang cukup mengenai pekerjaannya dan organisasinya. Komunikasi yang baik mampu memberikan pemahaman yang sama kepada seluruh elemen perusahaan agar memiliki visi & misi yang kuat serta menghindari kesalahpahaman. Selain itu, komunikasi dalam perusahaan juga berperan untuk membangun arus informasi yang supportif, keterbukaan yang menjamin kepuasan komunikasi, serta motivasi yang dapat mempengaruhi kinerja dan produktivitas perusahaan. Hubungan baik yang diciptakan melalui komunikasi antara manajemen dan karyawan tentu akan berdampak pada perusahaan. Hal inilah yang menjadikan kepuasan komunikasi organisasi penting untuk diperhatikan sebagai indikator keberhasilan jalannya organisasi.

Diatas itu semua, Islam juga sangat menjunjung tinggi komunikasi dan menempatkannya sebagai bagian penting dari kehidupan. sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surah Al-Ahzab ayat 70 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab: 70)

Ayat ini menjelaskan mengenai perintah Allah SWT kepada orang-orang beriman untuk terus bertaqwa dan juga mengatakan perkataan yang benar. Disini Allah SWT

memerintahkan untuk mengatakan perkataan yang benar (*Qoulan syadida*) setelah perintah taqwa. Hal ini menunjukkan bahwa *qoulan syadida* menempati kedudukan yang juga tak kalah penting dari taqwa. Thahir Ibn Asyur menjelaskan bahwa perkataan yang benar juga diartikan dengan perkataan yang tepat dan mengenai sasaran tidak lebih dan tidak kurang (Shihab, 2002). Perkataan yang benar, tepat sasaran, dan tidak berlebihan tentu sangat penting dalam menjaga kepuasan komunikasi organisasi.

Melihat begitu pentingnya kepuasan komunikasi untuk mendoongkrak produktifitas, disini peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian ini di PT. Aseli Dagadu Djogdja. PT. Aseli Dagadu Djogja merupakan perusahaan yang bergerak di bidang fashion ini beralamatkan di Yogyatorium jl. Gedongkuning selatan 128. Perusahaan yang lebih dikenal dengan nama Dagadu ini memproduksi kaos oblong yang memiliki ciri khas Jogja. Maka tak heran jika Dagadu memiliki banyak sekali karyawan dalam menjalankan aktivitas perusahaannya. Dagadu membagi karyawannya dengan berbagai tingkat manajemen sesuai dengan bidang kerjanya mulai dari karyawan produksi, karyawan *office*, serta karyawan *Direct Selling* yang disebut GarDep (Garda Depan). Bidang kerja ini pun masih diklasifikasikan, seperti karyawan *office* dibagi menjadi 3 bagian yaitu marketing, HRD (*Human Resources Development*), dan GA (*General Affair*). Dengan banyaknya bidang karyawan tersebut, maka dibutuhkan komunikasi organisasi yang efektif untuk tetap menjaga alur komunikasi dari satu bagian ke bagian lainnya agar tujuan perusahaan tercapai.

Dalam konteks ini, komunikasi organisasi yang terjadi dalam PT. Aseli Dagadu Djogja melalui banyak tahap tingkat manajemen. Komunikasi vertikal dengan tingkat manajemen yang terlampau jauh menjadikan arus pesan tidak semuanya tersampaikan

dengan baik atau paling tidak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator. Dalam mengkordinasikan tugas-tugas keorganisasian PT. Aseli Dagadu Djogja paling tidak melalui tiga tingkat manajemen. Hal itupun belum sampai pada elemen paling bawah yang dalam PT. Aseli Dagadu Djogja disebut Gardep (garda depan). Gardep merupakan karyawan yang melakukan hardselling dan promosi langsung kepada pembeli di PT. Aseli Dagadu Djogja.

Jadi, pesan instruksi dan arahan kerja yang dibuat oleh pihak manajemen atas akan mengalir ke manajemen menengah sampai kebawah sampai berakhir pada karyawan produksi dan gardep. Kemudian belum ketika menyoal komunikasi horizontal yang terjadi antara para karyawan. Sistem *shift* yang berlaku di PT. Aseli Dagadu Djogja membuat seluruh karyawan harus saling bertukar instruksi saat saling menggantikan.

Kompleksitas alur komunikasi yang terjadi dalam PT. Aseli Dagadu Djogja ini sangat rentan dan justru dapat memicu beragam hambatan. Hambatan tersebut menjadi akar permasalahan komunikasi organisasi yang kerap dihadapi mulai dari kurang terbukanya atasan saat memberikan intruksi, kesenjangan pesan komunikasi horizontal yang diterima, sampai kurangnya informasi mengenai organisasi yang diterima oleh karyawan.

Ketiga masalah ini terjadi ditingkat manajemen yang berbeda. Antara manajemen atas dan bawah atau masih dalam satu tingkat manajemen. Permasalahan kurang terbukanya atasan kepada karyawan sangat rentan terjadi pada karyawan garda depan dan produksi terhadap pihak manajemen atas. Sedangkan kurangnya informasi kerja yang diterima oleh karyawan sangat rentan terjadi pada level manajemen bawah seperti Gardep dan juga produksi. Hal ini tentu bisa mengakibatkan hubungan yang kurang baik sehingga



dapat mempengaruhi bagaimana kualitas kerja dan motivasi karyawan tersebut dalam menyelesaikan berbagai macam tugas organisasi.

Padahal hubungan baik antar pribadi yang terjalin akan meminimalisir kesenjangan informasi yang terjadi antara berbagai pihak dan juga dapat memperkecil resiko timbulnya sikap yang kurang suportif di lingkungan kerja seperti kuriga dan saling tidak percaya. Maka keterbukaan dalam proses komunikasi juga penting demi terciptanya kepuasan komunikasi organisasi.

Lebih jauh, jika tidak segera ditangani masalah-masalah tersebut nantinya dapat memicu beragam masalah yang lebih besar dikemudian hari. Karena komunikasi organisasi menjadi sebuah tolak ukur bagaimana hubungan antara sumber daya manusia dalam organisasi tersebut berjalan dengan efektif dan efisien.

Motivasi kerja sendiri sangat dipengaruhi oleh bagaimana kondisi kerja yang dirasakan karyawan dalam perusahaan. Kondisi-kondisi kerja tersebut salah satunya adalah kondisi sosial lingkungan kerja. Kondisi sosial punya pengaruh penting dalam menjaga dan mempertahankan motivasi kerja karyawan. Salah satu faktor utama dalam kondisi sosial lingkungan kerja adalah komunikasi yang terjadi antara seluruh anggota organisasi atau perusahaan.

PT. Aseli Dagadu Djogja sebagai salah satu perusahaan fashion tertua di Yogyakarta tentu memiliki konteks komunikasi organisasi yang kompleks. Apalagi, PT. Aseli Dagadu Djogja merupakan perusahaan yang sangat terkenal dan memiliki reputasi yang sangat baik. Bahkan, saat ini Dagadu disebut sebagai salah satu ikon pariwisata yang ada di Yogyakarta (Kholisdinuka, 2020). Hal ini tentu mengokohkan Dagadu sebagai pusat

merchandise khas Yogyakarta, sehingga ada ungkapan “Tak lengkap jika berwisata ke Yogyakarta namun tak membeli oleh-oleh dari Dagadu”.

Hal ini menjadi semakin menarik untuk melihat bagaimana PT. Aseli Dagadu Djogja menjaga komunikasi organisasinya terutama dalam menciptakan kepuasan komunikasi. Apalagi komunikasi organisasi yang terus dibangun sejak awal adalah nilai *Smart, Smile & Djogdja*. Nilai ini berusaha menggambarkan bahwa Dagadu merupakan representasi dari Yogyakarta itu sendiri yang dikenal sebagai kota pelajar dengan berbagai keramahannya.

Selain itu, krisis pandemi COVID-19 yang terjadi ternyata juga berdampak pada PT. Aseli Dagadu Djogja. Pada puncak krisis Maret 2020 lalu, Dagadu mengambil kebijakan untuk mengurangi produktifitas yang awalnya memproduksi 10.000 pcs kaos dalam satu bulan, kini hanya 1000 pcs saja. Hal ini tentu punya konsekuensi, Dagadu harus mengurangi jumlah karyawan regular (tetap) maupun non regular (kontrak). kemudian, Dagadu juga mengambil kebijakan prosedur jam kerja yang sesuai dengan protokol kesehatan. Beberapa kebijakan ini tentu dapat berpengaruh pada kepuasan komunikasi organisasi yang terjadi terhadap motivasi kerja karyawan PT. Aseli Dagadu Djogja.

Berdasarkan keadaan tersebut serta eratnya hubungan mengenai pentingnya kepuasan komunikasi organisasi yang dirasakan karyawan dalam perusahaan dalam menunjang produktifitas organisasi, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Aseli Dagadu Djogja dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Aseli Dagadu Djogja”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini:  
Seberapa besar pengaruh kepuasan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja pegawai PT. Aseli Dagadu Djogja?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur besaran pengaruh kepuasan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja pegawai PT. Aseli Dagadu Djogja

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat serta mampu menambahkan dan mengembangkan kajian mengenai komunikasi organisasi.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan yang berguna untuk pengambilan keutusan serta menjadi bahan referensi dan evaluasi bersama dalam memahami kepuasan komunikasi organisasi yang terjadi di PT. Aseli Dagadu Djogja.

## E. Telaah Pustaka

Dalam melakukan persiapan penelitian maka peneliti melakukan kajian pustaka dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.. Adapun beberapa penelitian yang dijadikan referensi peneliti, antara lain:

Tabel 1  
Telaah Pustaka

No	Judul Artikel	Nama Sumber	Persamaan	Perbedaan
1	Hubungan Kepuasan Komunikasi Organisasi Dengan Motivasi Kerja Karyawan di PT. Srikandi Plastik Sidoarjo	Fendi Tahjudin Nor, Jurnal e-Komunikasi Vol. 1 No. 1 Tahun 2013 ( <a href="http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/117">http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/117</a> )	1. menggunakan metode kuantitatif 2. membahas tentang kepuasan komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan	1. objek penelitian adalah PT. Srikandi Plastik Sidoarjo 2. menggunakan teori iklim organisasi
2	Pengaruh Kepuasan Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PD BPR Bank Pasar Bogor	Taufiq Azhary Siregar, Aida Vitayala S Hubies dan Nurmala Katrina Panjaitan, Jurnal Manajemen IKM Vol. 10, No. 1, 2015 ( <a href="http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/">http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/</a> )	1. menggunakan metode kuantitatif 2. Membahas kepuasan komunikasi organisasi dan motivasi kerja	1. objek penelitian adalah Kantor BPR Bank Pasar Bogor 2. menggunakan teori transisional organisasi sedangkan peneliti teori hubungan manusia
3	Pengaruh Kepuasan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja	Agus Triyono dan Kurnia Riyanti, Jurnal Informasi Vol. 46, No. 2, 2016	1. membahas tentang kepuasan komunikasi organisasi	1. objek penelitian adalah Sekertariat DPRD Kota Singkawang

	Pegawai di Sekretariat DPRD Kota Singkawang	( <a href="http://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/search/search?">http://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/search/search?</a> )	2. menggunakan metode kuantitatif	2. menggunakan teori klasik sedangkan peneliti teori hubungan manusia
--	---	---	-----------------------------------	---

Sumber: Olahan Peneliti

## F. Landasan Teori

### 1. Teori Hubungan Manusia

Guna menjawab permasalahan penelitian yang diangkat, peneliti menggunakan salah satu teori mengenai hubungan sosial, yaitu teori hubungan manusia. Teori ini diperkenalkan oleh Elton Mayo pada tahun 1930-an. Teori ini bermula dari publikasi laporan Bernard, Roethlisberger dan Dickson (1939) mengenai penelitian berskala besar yang membahas hubungan sosial dan produktivitas di kompleks Hawthorne yang dimiliki perusahaan *Western Electric Company* (Pace, R. Wayne, 2013:59). Kemudian dalam buku yang sama, Elton Mayo dan dibantu oleh Fritz Roethlisberger mengkonsep sebuah studi yang dinamai “Manajemen dan Pekerja” (*Management and The Worker*). Namun penelitian ini lebih dikenal dengan sebutan *The Hawthorne Studies*.

Mayo memulai penelitiannya dengan melakukan percobaan terhadap pengaruh perbedaan tingkat penerangan dalam pekerjaan terhadap produktivitas kerja atau efisiensi para karyawan. Dari beberapa percobaan, ternyata dapat diambil kesimpulan bahwa naiknya tingkat penerangan juga berpengaruh terhadap naiknya produktivitas kerja. Ternyata produktivitas juga naik pada kelompok-kelompok kerja yang diawasi secara langsung, walaupun tidak ada tambahan penerangan. Kemudian, pencahayaan terus dikurangi namun hasilnya produktivitas tetap naik. Percobaan tersebut terus dilakukan untuk menemukan faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja.



Penemuan Hawthorne pertama kali menunjukkan fakta bahwa ada variabel-variabel *physis* disamping kondisi-kondisi kerja yang mungkin mempengaruhi perilaku karyawan dan tingkat produktivitas.

Dari hasil penelitian tersebut maka Mayo berkesimpulan bahwa produktivitas meningkat tak hanya karena kondisi kerja. Terlepas dari bagaimana kondisi kerja, produktivitas dapat bertambah. Hal ini karena anggota-anggota dalam organisasi tersebut memiliki hubungan yang kuat sehingga dapat meningkatkan sikap moral dan produktivitas terlepas dari bagaimana keadaan kerja yang mereka rasakan baik atau buruk.

Teori hubungan manusia ini berasumsi bahwa hubungan sosial yang dilakukan antara para pekerja dan penyelia (*Supervisors*) lebih penting dalam menentukan produktivitas dari pada keadaan ataupun kondisi kerja (Abdullah, 2010:149). Kualitas moral pekerja yang baik akan menaikkan produktivitas. Maka teori ini menyarankan aktifitas penyempurnaan organisasi dengan meningkatkan kepuasan sosial anggota organisasi.

Studi tersebut menjadi sebuah permulaan dari teori hubungan manusia yang menolak prinsip-prinsip teori klasik dan pandangan mekanis mengenai organisasi yang tidak sensitif terhadap kebutuhan sosial anggota organisasi. Teori hubungan manusia ini merupakan teori yang mengkaji aspek psikologis dan humanis yang berorientasi pada hubungan manusia sebagai makhluk sosial. Teori ini menyadarkan bagaimana pentingnya kebutuhan sosial para pekerja dan memperkenalkan gagasan bahwa organisasi merupakan sebuah sistem terbuka yang mengkaitkan sistem-sistem teknis dengan hubungan manusia didalamnya.

Keith Davis dalam bukunya *Human Relations at Work* menyatakan bahwa *human relations* merupakan interaksi yang dilakukan dalam suasana kerja dengan motivasi. Melalui interaksi yang dibangun, mereka akan bekerja secara produktif dan kooperatif dengan kepuasan dari aspek ekonomi, psikologi, dan juga sosial (Hasan, 2010:52).

Ketika kebutuhan interaksi tersebut sudah terpenuhi, maka akan timbul “*Succesful group effort*” yang dirasakan seluruh karyawan. Motivasi yang timbul dari kebutuhan berhubungan menjadi kunci kegiatan yang dilakukan.

Selain itu, beberapa anggapan dasar dari teori hubungan manusia adalah apresiasi sangat penting dalam meningkatkan motivasi karyawan serta komunikasi sebagai fasilitator penting dalam proses pembuatan keputusan (Rohim, 2009:122).

Pada dasarnya, teori ini menekankan pada pentingnya individu dan hubungan sosial yang terjalin dalam organisasi. Teori ini berasumsi bahwa komunikasi interpersonal dilakukan untuk mengubah perilaku seseorang melalui interaksi intensif guna membangun keakraban suasana kerja sehingga dapat memberikan motivasi dalam bekerja dengan perasaan puas (Muhammad, 2001:39). Perasaan puas akan terus menjaga etos kerja yang dimiliki seluruh anggota organisasi sehingga secara tidak sadar menjadi ikatan yang menjalin seluruh anggota organisasi.

## **2. Kepuasan Komunikasi Organisasi**

Kepuasan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya. Adapun istilah

kommunikasi organisasi menurut Redding adalah semua tingkat kepuasan karyawan mempersepsikan lingkungan komunikasi secara menyeluruh.

Down & Hazen (1977) memberikan definisi mengenai kepuasan komunikasi sebagai kepuasan individu terhadap berbagai aspek komunikasi yang ada di dalam organisasinya. Selain itu, Redding (dalam Pace & Faules, 2013) menjelaskan yang dimaksud sebagai kepuasan komunikasi organisasi adalah seluruh tingkat kepuasan karyawan yang dirasakan dalam lingkungan komunikasinya secara menyeluruh.

Dari sini, kepuasan komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai kepuasan yang dirasakan anggota organisasi terhadap berbagai macam aspek komunikasi yang terjadi dalam lingkungan komunikasi organisasi tersebut. Hal ini membuat kepuasan komunikasi organisasi sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap organisasi karena berhubungan erat dengan seluruh anggota organisasi yang ada.

Konsep kepuasan ini kemudian memperkaya kajian iklim komunikasi. Iklim komunikasi mencakup kepuasan komunikasi anggota terhadap informasi yang tersedia. Kepuasan komunikasi menunjukkan bagaimana baiknya informasi yang tersedia memenuhi syarat permintaan anggota organisasi yang menuntut terdistribusinya informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskannya, bagaimana diterima, sampai apa respon yang diberikan. Kepuasan komunikasi adalah fungsi dari apa yang anggota dapatkan dengan apa yang anggota harapkan. Efektifitas komunikasi tidak selalu menjamin kepuasan komunikasi. Maka apabila pengalaman komunikasi organisasi memenuhi persyaratan tertentu, walaupun komunikasi yang dilakukan tidak efektif, anggota dapat mengharapkan sesuatu selain ketepatan pesan seperti penyampaian

pesan yang konsisten dengan yang diharapkan maka anggota dapat merasakan kepuasan.

Down dan Hazen (dalam Pace & Faules, 2013:164) mengembangkan sebuah instrumen untuk mengukur kepuasan komunikasi. Menurut mereka, paling tidak ada delapan dimensi kepuasan komunikasi yang dapat dijadikan indikator: (1) sejauh mana komunikasi organisasi dapat memotivasi dan merangsang para pegawai untuk memenuhi tujuan dan selalu memihak kepada organisasi; (2) sejauh mana keterbukaan penyelia terhadap gagasan; (3) sejauh mana individu menerima informasi lingkungan kerja saat itu; (4) sejauh mana pertemuan diatur dengan baik, pengarahan tertulis yang jelas, dan jumlah komunikasi organisasi yang cukup; (5) sejauh mana desas-desus mengalir bebas; (6) sejauh mana informasi mengenai organisasi secara keseluruhan sebagai informasi yang memadai; (7) sejauh mana para bawahan responsif terhadap komunikasi ke bawah dan memperkirakan kebutuhan penyelia; (8) sejauh mana pegawai merasa kinerja nya dihargai dan beri penghargaan.

### **3. Motivasi Kerja**

Motivasi berasal dari bahasa latin yaitu "*Motive*" yang berarti dorongan atau daya penggerak yang menyebabkan seseorang untuk bertindak. Selanjutnya kata ini diserap oleh bahasa Inggris menjadi *motivation* yang berarti motif yang menimbulkan dorongan. Fremout E. Kast dan James E. Rosenzweig (1970) telah mendefinisikan motif (Pandji, 1992). Menurut mereka motif adalah apa yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan, atau mengarahkan seseorang untuk melakukan hal tertentu. Dorongan ini dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal.

Secara umum, motivasi diartikan sebagai kebutuhan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan kepada tujuan tertentu. *Motive* dan *needs* diartikan sebagai dorongan atau kebutuhan yang keduanya memiliki makna yang tak jauh berbeda yaitu sebagai sebuah proses dimana tindakan terus dijaga dan diarahkan. Dari kesamaan ini, dapat disimpulkan bahwa motif merupakan sesuatu yang melatarbelakangi individu melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.

Motivasi dapat muncul karena adanya suatu kebutuhan. Kebutuhan tersebut menunjukkan bahwa adanya kekurangan yang dialami oleh individu (Usmara, 2006). Kekurangan-kekurangan yang dialami tersebut, dapat bersifat fisiologis (kebutuhan dasar manusia), psikologis (kebutuhan akan harga diri), atau sosiologis (kebutuhan interaksi sosial). Sehingga ketika seseorang sadar terhadap kekurangan tersebut, dia cenderung akan terdorong untuk melakukan sesuatu.

Motivasi dalam organisasi, memiliki peran untuk menggerakkan fungsi sumber daya manusia agar bertindak dengan cara-cara tertentu. Memotivasi individu dalam organisasi dilakukan untuk mengarahkan karyawan untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Motivasi ini sangat erat kaitannya dengan kebutuhan dan harapan manusia.

Motivasi yang ada dalam diri manusia dapat ditimbulkan melalui dorongan faktor *extrinsic* yaitu motivasi yang ditimbulkan oleh dorongan perbuatan dan juga faktor *intrinsic* yaitu motivasi yang ditimbulkan dari dalam diri (Ruliana, 2014). Pada umumnya motivasi *intrinsic* lebih kuat pengaruhnya dari pada motivasi *ekstrinsic*. Hal ini disebabkan karena faktor *ekstrinsic* memungkinkan untuk

mengurangi daya motivasi individu saat faktor *ekstrinsic* itu mengecewakan individu.

Dari beberapa definisi diatas, motivasi kerja dapat diartikan sebagai dorongan yang muncul dalam diri individu, baik berasal dari faktor *intrinsic* maupun *ekstrinsic* untuk melakukan suatu tindakan dengan semangat tinggi yang bertujuan untuk mendapatkan hasil tertentu.

Secara umum, proses terbentuknya motivasi kerja dimulai melalui adanya kebutuhan yang dirasakan oleh individu. Kebutuhan tersebut timbul karena adanya ketidakseimbangan antara realitas fisik maupun psikis. Ketika seseorang sudah merasakan ketidakseimbangan tersebut, maka ia akan bertindak untuk mengurangi ketidakseimbangan tersebut. Tercapainya motivasi kerja itu diharapkan mampu mendorong individu menghasilkan efektivitas, produktivitas, serta kinerja yang efisien.

Teori hirarki kebutuhan Maslow menjadi titik tolak dalam pengembangan dan peningkatan teori kebutuhan manusia. Melalui teori Maslow, Clayton Alderfer telah mengembangkan teori eksistensi – hubungan – pertumbuhan atau dapat disebut *Existence – Relatedness – Growth* (ERG). Teori ini merupakan perluasan dari teori Maslow, Aldefer merumuskan suatu model penggolongan kebutuhan segaris dengan bukti-bukti empiris. Menurut Aldefer, ada tiga golongan kebutuhan, yaitu:



a. Kebutuhan akan keberadaan (*Existence Need*)

Kebutuhan keberadaan merupakan kebutuhan manusia untuk terus hidup. Kebutuhan ini mencakup seluruh bentuk keinginan jasmaniah dan fisik. Hal ini sama halnya dengan kebutuhan fisiologis Maslow

b. Kebutuhan berhubungan (*Relatedness Need*)

Kebutuhan berhubungan merupakan kebutuhan untuk menjalin hubungan terhadap orang lain. Kebutuhan ini sama halnya dengan kebutuhan untuk selalu berinteraksi.

c. Kebutuhan untuk berkembang (*Growth Need*)

Kebutuhan berkembang merupakan suatu kebutuhan yang bersifat intrinsik dari diri seseorang untuk selalu berkembang. Kebutuhan ini setara dengan kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri pada teori Maslow.

## G. Kerangka Pemikiran

Dalam menyusun kerangka berpikir, ada 3 tahapan proses pemikiran *logical construt*, yaitu:

1. *Conceptioning*: dari asumsi teori yang telah didapatkan, maka teori tersebut dibangun oleh variabel-variabel teori.

Teori Hubungan Manusia

“Hubungan sosial yang dilakukan oleh pekerja dan penyelia dapat meningkatkan produktivitas”

Varibel teori: hubungan sosial >> produktivitas

2. *Jugement*: mengkaitkan antara variabel-variabel utama teori dengan variabel-variabel utama masalah.

Variabel-variabel utama teori: hubungan sosial >> produktifitas

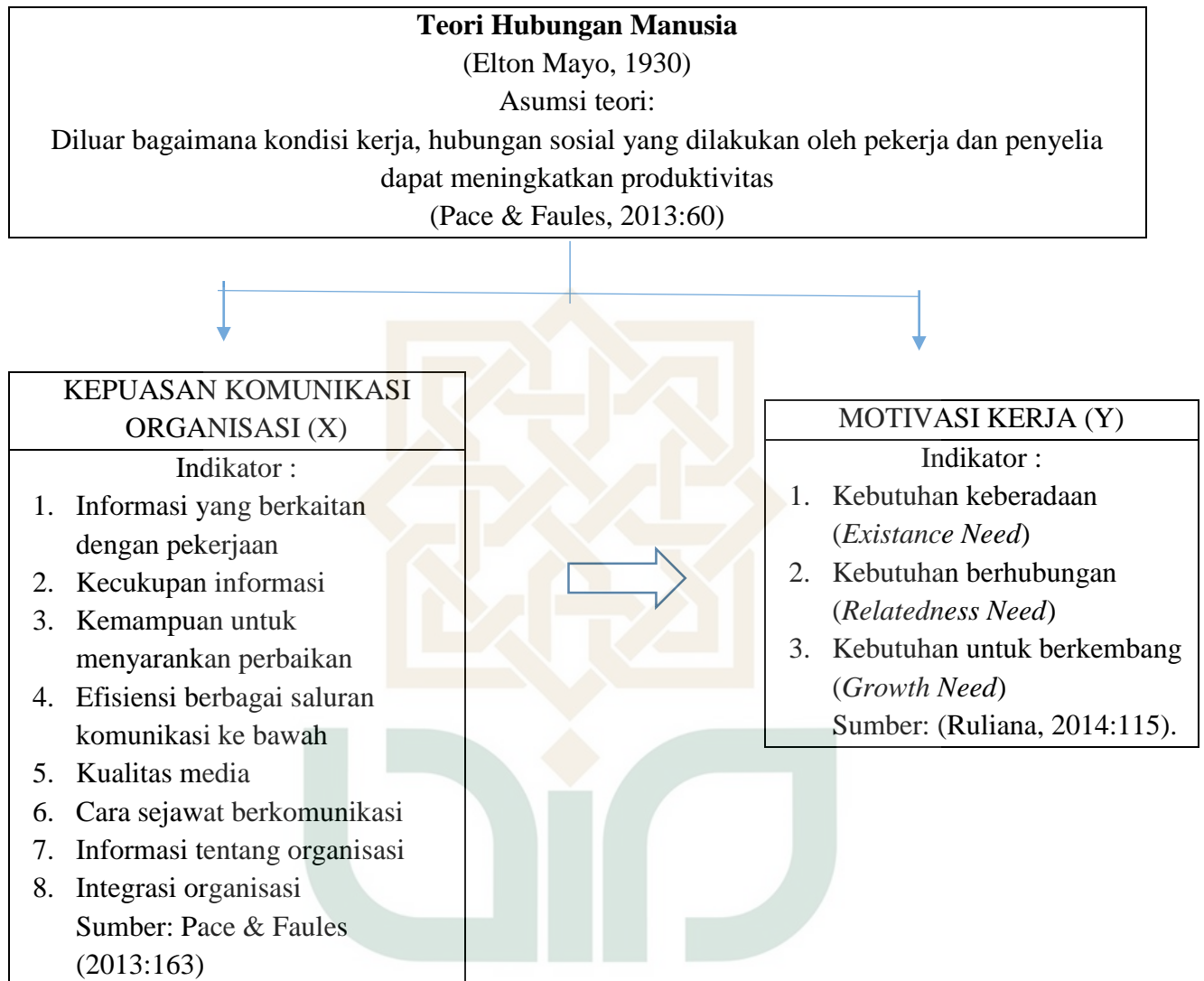
Variabel-variabel utama masalah: Kepuasan Komunikasi >> motivasi kerja

3. *Reasoning*: adanya keselarasan antara variabel utama di level teori dengan variabel utama di level masalah, dibuat kesimpulan logis akan membentuk proposisi

Rumusannya: apabila kepuasan komunikasi organisasi dirasakan baik maka motivasi kerja karyawan meningkat.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **H. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pikir yang dijelaskan diatas, maka dapat ditarik suatu hipotesis yaitu:

Ho: Tidak terdapat besaran pengaruh kepuasan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Aseli Dagadu Djogja.

H1: Terdapat besaran pengaruh kepuasan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT. Aseli Dagadu Djogja.

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Dalam metode ini proses pengumpulan data akan dilakukan dari responden melalui kuisisioner (Effendy, 2014). Secara umum, survey dibatasi pada jumlah data yang dikumpulkan melalui sampel yang dapat mewakili populasi. Dengan kata lain metode survey merupakan metode yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakannya sebagai pokok alat pengumpulan data.

### **2. Populasi dan Teknik Sampling**

#### **a. Populasi**

Populasi merupakan generalisasi dari objek atau subjek yang sudah ditetapkan untuk dipelajari dan diteliti sehingga dapat ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan (Darmawan, 2013:137). Dengan kata lain, siapa saja yang akan diteliti dan berapa banyaknya adalah generalisasi dari populasi.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah karyawan PT. Aseli Dagadu Djogja yang berjumlah 90 karyawan regular dan non regular. Data ini diperoleh peneliti melalui HRD (Human Resource Development) PT. Aseli Dagadu Djokja Hadi Sulistiyo.

b. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling*, yaitu proses pengambilan seluruh anggota populasi yang ada digunakan sebagai sampel (Sugiono, 2001:142). Teknik ini digunakan ketika jumlah populasi relatif kecil yaitu kurang dari 100 orang.

Merujuk pendapat Sugiyono, karena populasi yang ada di PT Aseli Dagadu Djokdja berjumlah 90 karyawan, maka penelitian ini menggunakan total sampling sebagai teknik pengambilan sampel.

Pada saat proses pengambilan data dilapangan, terdapat 15 data responden yang mengalami error sehingga tidak bisa diikutkan pada proses pengolahan data berikutnya. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah 75 responden.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### 3. Definisi Operasional

Tabel 2.  
Operasional Variabel Independen

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1	Kepuasan Komunikasi Organisasi	Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan	-Saya selalu mendapatkan intruksi kerja yang jelas -Saya selalu mendapatkan informasi kebijakan dan tujuan di bidang kerja -saya selalu mendapatkan informasi mengenai sistem penilaian kinerja
		Kecukupan informasi	-Saya selalu mendapatkan informasi lingkungan kerja dengan mudah -saya selalu mendapatkan akses untuk bertanya mengenai informasi pekerjaan -saya selalu mendapatkan informasi mengenai kondisi perusahaan
		Kemampuan untuk menyarankan perbaikan	-Saya selalu mendapat kesempatan untuk memberi masukan -atasan selalu terbuka dengan ide yang saya kemukakan -saya selalu mendapatkan kesempatan untuk memberi kritik
		Efisiensi berbagai saluran	-Jika ada intruksi ataupun pemberitahuan kerja secara tertulis, saya dapat mengerti dengan baik -selalu ada rapat rutin untuk memberikan laporan pekerjaan -saya dapat mengajukan cuti melalui surat atau media lainnya
		komunikasi ke bawah	-saya selalu dibimbing oleh atasan ketika melakukan salah -saya dapat menanyakan hal-hal yang kurang jelas kepada atasan - saya selalu mendapatkan motivasi kerja dari atasan -saya selalu mendapatkan apresiasi ketika menyelesaikan pekerjaan dengan baik
		Kualitas media	-semua fasilitas pertemuan dan rapat mendukung sehingga pesan pertemuan bisa dimengerti -atasan mengatur pertemuan atau rapat dengan baik -pengarahan verbal dan nonverbal dari atasan selalu dapat dimengerti
		Cara sejawat berkomunikasi	-saya selalu berkomunikasi dan bekerja sama mengenai pekerjaan dengan rekan kerja - kelompok kerja saya memiliki hubungan yang harmonis dan saling terbuka - konflik selalu dapat teratasi secara kekeluargaan
		Informasi tentang organisasi	-Saya mendapatkan informasi mengenai visi perusahaan -Saya mendapatkan informasi mengenai misi perusahaan -saya memahami kelebihan dan kekurangan perusahaan



		Integrasi organisasi	-informasi mengenai perusahaan selalu disampaikan kepada seluruh karyawan dengan baik -saya selalu dipercaya oleh rekan kerja dalam menyelesaikan pekerjaan -saya selalu mendapatkan dukungan dari perusahaan ketika menjalankan pekerjaan
--	--	----------------------	--

Tabel 3.

Operasional Variabel Dependen

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1	Motivasi Kerja	Kebutuhan akan keberadaan	-saya bekerja untuk memenuhi kebutuhan Sandang, Pangan, Papan -saya bekerja dengan giat karena gaji yang layak -saya bekerja dengan giat karena ada jaminan kesehatan yang memadai
		Kebutuhan berhubungan	-saya semangat bekerja karena terdapat rasa saling menghormati dan menghargai antara rekan kerja -saya semangat bekerja karena dianggap penting oleh rekan kerja -saya giat bekerja karena merasa diterima dengan baik oleh rekan kerja
		Kebutuhan untuk berkembang	-saya bekerja untuk dapat mengembangkan diri dan memperoleh pengalaman -saya bekerja keras karena ada peluang untuk dapat dipromosikan -saya bekerja dengan giat untuk mendapatkan pengakuan atas prestasi kerja

Adapun blue print pernyataannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.

*Blue Print*

No.	Kepuasan Komunikasi Organisasi (X)	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1.	Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan	1,2,3	-	3
2.	Kecukupan informasi	4,5,6	-	3
3.	Kemampuan untuk menyarankan kebaikan	7,8,9	-	3
4.	Efisiensi berbagai saluran	10,11,12	-	3
5.	Komunikasi ke bawah	13,14,15,16	-	4
6.	Kualitas media	17,18,19	-	3
7.	Cara sejawat berkomunikasi	20,21,22	-	3
8.	Informasi tentang organisasi	23,24,25	-	3
9.	Integrasi organisasi	26,27,28	-	3
No.	Motivasi Kerja (Y)	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1.	Kebutuhan akan keberadaan	29,30,31	-	3
2.	Kebutuhan berhubungan	31,32,33	-	3
3.	Kebutuhan untuk berkembang	34,35,36	-	3

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah prosedur sistematis yang ditempuh guna memperoleh data yang diperlukan dalam melakukan penelitian (Nazir, 2005:174). Teknik pengumpulan data juga dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Angket/Kueisioner

Kueisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden mengenai tema penelitian. Kuisisioner dalam penelitian ini merupakan metode utama yang digunakan. Dengan menggunakan kuisisioner diharapkan responden dapat memberikan tanggapannya mengenai masalah dalam penelitian yang dilakukan.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung. Metode ini digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari lokasi penelitian. Metode ini sangat memungkinkan bagi peneliti untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas serta memberikan petunjuk-petunjuk yang dapat mendukung data yang akan diolah lebih lanjut.

c. Dokumentasi

Metode ini merupakan cara pengumpulan data dari sumber informasi berupa bahan-bahan tertulis atau tercetak, yang dianggap relevan dan dapat mendukung penelitian ini berupa buku-buku terkait kepuasan komunikasi organisasi dan motivasi kerja serta sumber lain dari lokasi penelitian seperti keadaan geografis, visi, misi, tujuan, data pegawai, tugas dan fungsi, struktur organisasi, foto PT. Aseli Dagadu Djogja, foto kegiatan penelitian dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

## 5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan salah satu bentuk instrument pengumpulan data pada penelitian. Instrument tersebut menjadi alat bantu yang digunakan dalam kegiatan mengumpulkan data sehingga lebih sistematis dan mudah (Arikunto, 2005:101). Instrumen pengumpulan data ini juga berfungsi untuk mengukur berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran.

Skala likert merupakan sebuah metode penskalaan pernyataan sikap menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan nilai (Azwar, 2003:139). Dalam pengertian lain, Skala likert juga diartikan sebagai skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang mengenai suatu obyek atau fenomena tertentu (Siregar, 2011:138). Dalam penelitian ini, bentuk skala yang digunakan yaitu empat katogori penilaian yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Dalam penelitian ini, peneliti tidak menggunakan kategori jawaban Netral (N). Hal ini mengacu pada kekhawatiran responden ragu-ragu sehingga tidak bisa memutuskan memberikan jawaban pasti. Jawaban Netral (N) pada penelitian hanya akan menimbulkan kecenderungan jawaban aman antara jawaban setuju ataupun tidak setuju. peniadaan jawaban Netral (N) ini juga mengacu pada tiga alasan (Azwar, 2003:27):

- a) Kategori undecided mempunyai arti ganda. Hal ini menunjukkan bahwa responden belum dapat memutuskan ataupun memberikan jawaban

- b) Tersedianya jawaban Netral (N) menimbulkan kecenderungan jawaban tengah (*central tendency effect*) terutama bagi mereka yang ragu antara jawaban setuju dan tidak setuju.
- c) Maksud kategori jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) untuk melihat bagaimana kecenderungan responden kearah setuju atau tidak setuju.

Dalam pemberian Skor, pada setiap respon positif (SS, S, TS, STS) pada item favorabel akan diberi bobot yang lebih tinggi dari pada respon negatif. Sebaliknya, setiap respon positif untuk item pernyataan pada item unfavorabel akan diberikan skor lebih rendah dari pada respon negatif. Untuk pernyataan favorabel, penilaian bergerak dari angka 4 hingga 1, dan untuk pernyataan unfavorabel penilaian bergerak dari angka 1 hingga 4 (Azwar, 2003:27).

Tabel 5.  
Skala Likert

No	Respon	Skor	
		Favorable	Unfavorable
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

## 6. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah cara untuk mengetahui apakah instrument alat ukur telah berfungsi dengan baik. Validitas menunjukkan sebuah ketetapan dan

kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Sebuah skala pengukuran dapat dikatakan valid apabila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016:179). Ada beberapa macam metode yang dapat digunakan untuk menguji validitas, salah satunya adalah korelasi *Product Moment Pearson* (metode analisis korelasi).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

Rumus: 
$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:  $r_{xy}$  = koefisien korelasi suatu butir/item  
 $N$  = jumlah subyek  
 $X$  = skor suatu butir/item  
 $Y$  = skor total (Arikunto, 2005)

Nilai  $r$  kemudian dikonsultasikan dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{kritis}$ ). Bila  $r_{hitung}$  dari rumus di atas lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir tersebut valid, dan sebaliknya.

## 7. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sangat erat kaitannya dengan masalah kepercayaan terhadap instrument penelitian. Reliabilitas diartikan sebagai sifat dapat dipercaya. Suatu instrument dapat dikatakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian instrument tersebut menunjukkan hasil yang konsisten (Rakhmat, 2001:17). Maka, masalah reliabilitas sangat berhubungan dengan masalah ketepatan hasil



penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur yang dipakai. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila saat digunakan dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang sama.

Uji Reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

Rumus = 
$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma^2$  = jumlah varians skor tiap-tiap item  $\sigma^2$  = varians total

Jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakkannya sebagai berikut:

Jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel: Segera identifikasi dengan prosedur analisis per item. Item Analysis adalah kelanjutan dari tes Alpha sebelumnya guna melihat item-item

tertentu yang tidak reliabel. Lewat Item Analysis ini maka satu atau beberapa item yang tidak reliabel dapat dibuang sehingga Alpha dapat lebih tinggi lagi nilainya.

Reliabilitas item diuji dengan melihat Koefisien Alpha dengan melakukan Reliability Analysis dengan SPSS ver. 16.0 for Windows. Akan dilihat nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom Corrected Item Total Correlation. Nilai tiap-tiap item sebaiknya  $\geq 0.40$  sehingga membuktikan bahwa item tersebut dapat dikatakan punya reliabilitas Konsistensi Internal. Item-item yang punya koefisien korelasi  $< 0.40$  akan dibuang kemudian Uji Reliabilitas item diulang dengan tidak menyertakan item yang tidak reliabel tersebut. Demikian terus dilakukan hingga Koefisien Reliabilitas masing-masing item adalah  $\geq 0.40$ .

#### 8. Uji Analisis Data

Uji Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Sederhana. Regresi Linier Sederhana dapat digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dirubah-rubah. Analisis regresi, selain digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel, juga dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan membuat persamaan regresi sederhananya, dan menguji keberartian dan kelinieran regresi.

Rumus yang digunakan yaitu:

$$Y = \alpha + \beta X$$

keterangan:

Y= Variabel terikat ( variabel yang diduga)

$X$  = Variabel bebas

$\alpha$  = Konstanta, yaitu besarnya nilai  $Y$  ketika nilai  $X = 0$

$\beta$  = Koefisien regresi, ang menyatakan perubahan nilai  $Y$  apabila terjadi perubahan nilai  $X$ . Bila (+) maka arah garis akan naik, dan bila (-) maka nilai garis akan turun



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari data yang diperoleh dan diolah peneliti dalam uji regresi linier sederhana, diketahui bahwa nilai korelasi dari kedua variabel adalah 0,719. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki hubungan yang kuat. Selain itu, dari koefisien determinasi juga didapatkan nilai sebesar 0,517 yang berarti bahwa variabel kepuasan komunikasi organisasi memiliki pengaruh sebesar 51,7% terhadap variabel motivasi kerja karyawan sedangkan 48,3% disebabkan oleh faktor-faktor lain seperti promosi, prestasi kerja, kondisi pekerjaan, tanggung jawab, keberhasilan dalam bekerja, dan material insentif. Kemudian, uji regresi linier yang dilakukan juga mendapatkan model regresi  $Y = 0,231 + 8,102X$ .

Terakhir, dalam uji hipotesis diperoleh nilai Sig sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima atau bisa diartikan terdapat pengaruh yang signifikan dari kepuasan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan.

Kesimpulan juga menjadi bukti bahwa asumsi teori hubungan manusia masih relevan. Motivasi kerja karyawan tak hanya dipengaruhi oleh kondisi kerja saja, namun hubungan sesama karyawan dan penyelia justru memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Aseli Dagadu Djokdja.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran berikut:

1. Bagi PT Aseli Dagadu Djokdja, diharapkan untuk dapat lebih memperhatikan kepuasan komunikasi yang dilakukan oleh karyawan dengan memberikan berbagai akses, fasilitas, kebijakan dan informasi organisasi yang cukup sehingga karyawan lebih termotivasi dalam bekerja.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk memperluas gagasan penelitian sehingga dapat memperoleh informasi sehingga menghasilkan penelitian sejenis dengan lebih detail.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Masmuh. (2010). *Komunikasi Organisasi: Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press.
- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Sofian. (2014). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Hasan, E. (2010). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT. Rifka Aditama.
- Kholisdinuka, A. (2020, April 24). 26 Tahun Berkiprah, Ini Kisah Sukses Dagadu Jadi Ikon Yogyakarta. *Www.News.Detik.Com*, 1. <https://news.detik.com/berita/d-4994510/26-tahun-berkiprah-ini-kisah-sukses-dagadu-jadi-ikon-yogyakarta>
- Muhammad, Arni. (2001). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pace, R. Wayne, D. F. F. (2013). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pandji, Anoraga. (1992). *Psikologi Kerja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Purba, Iwan, Nita Asnika Tambun. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan Pada Grand Selera Hotel & Conventio Medan*. Jurnal Bisnis Administrasi Volume 04
- Rakhmat, Jalaludin. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohim, Syaiful. (2009). *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka



Cipta.

Ruliana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Shihab, Quraish. (2002). *Tafsir Al-Mishab: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.

Siregar, Sofiyan. (2011). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2001). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. PT. Bandung: Alfabet.

Usmara. (2006). *Motivasi Kerja: Proses, Teori, dan Praktik*. Yogyakarta: Amara Books.

Wirawan. (2008). *Budaya dan Iklim Organisasi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.

