

BAB II

PEMBAHASAN

A. Landasan Teori

1. Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Grand Theory yang melandasi penelitian ini adalah teori atribusi, dimana teori ini mempelajari mengenai proses bagaimana seseorang menginterpretasikan sebuah peristiwa, alasan maupun sebab perilakunya (Luthans, 2006). Fritz Heider pada tahun 1958 memberikan argumentasi bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam serta faktor serta faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar (Suartana, 2010).

Pada teori ini menjelaskan sebuah situasi di sekitar yang menyebabkan perilaku seseorang dalam persepsi sosial disebut dengan *dispositional attributions* dan *situational attributions*. *Dispositional attributions* merupakan penyebab internal yang mengacu pada aspek perilaku individual seseorang. Sedangkan *situasional attributions* merupakan penyebab eksternal yang mengacu pada lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi perilaku. Dengan kata lain, setiap tindakan atau ide yang akan dilakukan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Penelitian ini menggunakan teori Atribusi sebagai *grand theory*, untuk menjelaskan dan memprediksi pengaruh intensitas penggunaan media sosial sebagai faktor eksternal perusahaan dan budaya organisasi serta komunikasi organisasi sebagai faktor internal perusahaan, yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

2. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan Syariah merupakan salah satu lembaga intermediasi dimana lembaga tersebut menyediakan jasa keuangan yang bekerja berdasarkan pada etika dan sistem nilai Islam. Maksud dari keterangan tersebut adalah, perbankan syariah bebas dari praktik-praktik yang bersinggungan dengan riba, terbebas dari praktik yang bersifat spekulatif serta nonproduktif seperti perjudian, terbebas pula dari hal yang meragukan, bank syariah harus berprinsip pada keadilan, dan diperbolehkan hanya melakukan praktik usaha yang sifatnya halal (Ascarya & Yumanita, 2015).

Sesuai dengan yang tertera pada UU No. 21 tahun 2008, bank syariah merupakan bank yang dalam melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip hukum dalam Islam serta diatur pula dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan, kemaslahatan (*maslahah*), prinsip keseimbangan (*'adl wa tawazun*), universalisme (*alamiyah*), dan tidak pula bersinggungan dengan gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Pada undang-undang juga tertera amanah bagi perbankan syariah yaitu untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

b. Landasan Hukum Perbankan Syariah

1) Landasan Hukum Islam

a) Surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi⁵ :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَاً لَا يَقُولُونَ إِلَّا كَمَا يَفْعُمُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَنُ مِنَ الْمُسِنِ دِلْكَ
 بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَاٰ وَأَحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبَاٰ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَمَّا مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ الْتَّارِخُ هُمْ فِيهَا
 خَلُوْنَ

Pada tafsir Dalam tafsir Ibnu Katsir (Abdullah 2004) dijelaskan bahwa orang yang melakukan muamalah dengan cara riba (tambahan modal pokok) mereka tidak akan bangkit berdiri di akhirat kelak dari kubur, kecuali seperti orang yang berdiri namun dirasuki setan karena penyakit gila. Hal dikarenakan mereka mengatakan, “Jual beli itu sama halnya dengan praktek ribawi dalam kehalalan keduanya, karena keduanya menyebabkan bertambahnya kekayaan.” Maka Allah mendustakan mereka dan menjelaskan bahwa Allah menghalalkan melakukan jual beli dan mengharamkan transaksi ribawi, karena dalam jual beli terdapat manfaat secara individual dan masyarakat, namun di dalam praktek riba

⁵ “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual-beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al-Baqoroh : 275)

terkandung unsur pemanfaatan kesempatan dalam kesempitan, karena hilangnya harta dan kehancuran.

- b) Surat Ar-Rum ayat 39 yang berbunyi⁶ :

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رِبًا لِيَرْبُو فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُو عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ ثُرِيدُونَ
وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعَفُونَ

Pada tafsir Dalam tafsir Ibnu Katsir (Abdullah 2004) dijelaskan bahwa riba atau tambahan yang diberikan seumpama sesuatu yang diberikan atau dihadiahkan kepada orang lain agar orang lain memberikan balasan yang lebih banyak dari yang telah ia berikan. Maksud tambahan di sini adalah harta, maka riba itu tidak akan bertambah banyak di sisi Allah Dan jika mereka melakukan zakat atau sedekah, maka itulah yang bernilai tambah di mata Allah SWT.

2) Landasan Hukum Negara

- a) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998

Undang-undang ini hadir sebagai pengganti undang-undang no.7 tahun 1992. Undang-undang ini hadir untuk dapat

⁶ “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia. Maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah SWT. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).” (Q.S Ar-Rum: 39)

memberikan kesempatan bagi bank syariah untuk melaksanakan fungsi-fungsi sebagaimana mestinya. Fungsi tersebut diantaranya menghimpun serta menyalurkan dana.

b) Undang-undang No. 21 Tahun 2008

Undang-undang ini mengatur mengenai bank syariah, UUS (Unit Usaha Syariah). Didalamnya mencangkup segala hal yang berhubungan dengan kelembagaan tata cara, usaha, serta proses pelaksanaan usaha.

c. **Fungsi dan Peran Perbankan Syariah**

Fungsi serta peran bank syariah adalah sebagai berikut (Arifin, 2007) :

- 1) Sebagai wadah penghimpunan dana, bank syariah dapat dijadikan tempat penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat dalam bentuk tabungan, yang dalam ekonomi Islam disebut dengan *wadiyah* dan *mudhorobah*, selain itu bank syariah juga menyalurkan dana kepada sektor rill yang membutuhkan.
- 2) Sebagai wadah berinvestasi, bank syariah juga salah satu tempat untuk berinvestasi bagi sebuah usaha (baik berupa dana modal atau rekening investasi) dengan mempergunakan alat investasi yang cocok dengan prinsip syariah.
- 3) Memberikan sebuah tawaran sebagai jasa keuangan berdasarkan pada upah berupa kontrak perwakilan atau penyewaan.

- 4) Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat serta dana sosial lainnya yang juga harus sesuai dengan ajaran dan prinsip Islam.

3. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)

a. Pengertian BPRS

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau biasa disebut BPRS merupakan salah satu lembaga keuangan yang bentuk pengoperasiannya mengikuti prinsip serta muamalah dalam Islam. Berdirinya BPRS merupakan aksi restrukturisasi perekonomian negara yang dituangkan dalam berbagai paket keuangan, moneter, serta perbankan secara umum. Tidak hanya itu, lebih khusus BPRS mengisi peluang terhadap kebijakan bank konvensional dalam penetapan tingkat suku bunga (*rate of interest*) (Sholahuddin & Muhammad, 2008). Lebih luasnya lagi BPRS dikenal sebagai sistem perbankan bagi hasil atau sistem perbankan Islam.

b. Tujuan BPRS

Tujuan dari BPRS adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, maksudnya adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat golongan bawah yang umumnya berada di daerah pedesaan.
- 2) Meningkatkan semangat ukhuwah islamiah, hal tersebut dilakukan melalui berbagai macam kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan perkapita agar kualitas hidup lebih memadai.

- 3) Meningkatkan percepatan peraturan aktivitas perekonomian pada sektor rill.
- 4) Menambah lapangan pekerjaan.

c. Fungsi BPRS

Berdasarkan pada UU Perbankan Syariah No.21 tahun 2008, usaha-usaha yang dapat dilaksanakan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah :

- 1) Menghimpun dana, simpanan yang dimaksud berupa :
 - a) Simpanan dalam bentuk tabungan, akad *wadiyah* biasanya digunakan dalam simpanan ini .
 - b) Simpanan berbentuk deposito atau tabungan yang dipersamakan dengan itu. Simpanan tersebut menggunakan akad *mudhorobah* atau akad lainnya.

4. Kinerja Karyawan

a. Pengertian Kinerja

Pengertian kinerja menurut Abdullah adalah hasil dari pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan petunjuk, arahan yang diberikan oleh pemimpin (manajer), kompetensi dan kemampuan karyawan mengembangkan nalarnya dalam bekerja (Abdullah, 2013). Kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis atau organisasi,

penjelasan tersebut merupakan pengertian kinerja menurut Moeherino (Moeheriono, 2012).

Menurut Perawirosentono, kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seseorang maupun organisasi atau lembaga sesuai dengan wewenang dan kewajiban yang diberikan atasnya dalam upaya mencapai tujuan bersama dengan legal, tanpa melanggar hukum atau menghalalkan segala cara (Sutrisno, 2010). Menurut Mangkunegara, kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun kuantitas yang yang dicapai sumberdaya manusia dalam melaksanakan tugas kinerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan (Mangkunegara, 2005).

Berdasarkan pada pendapat ahli di atas, penulis akan menyimpulkan pengertian dari kinerja karyawan. Kinerja karyawan dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan prestasi kerja yang berhubungan dengan hasil dari implementasi rencana kerja yang dibuat oleh suatu institusi yang dilaksanakan oleh pimpinan dan karyawan (SDM) yang bekerja di instansi tersebut baik pemerintah maupun perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Faktor yang mempengaruhi kinerja dilatar belakangi oleh tiga hal menurut Gibson dalam (Sinadia, 2014), yaitu:

1) Faktor Individu

Faktor individu merupakan faktor yang meliputi kemampuan seseorang. Sementara kemampuan seseorang itu sendiri di latar belakangi oleh lingkungan dalam keluarga, pengalaman kerja seseorang serta tingkat sosial.

2) Faktor Psikologis

Faktor psikologis ini meliputi persepsi seseorang, peran atau sikap seseorang, kepribadian yang dimiliki, motivasi dan lain sebagainya.

3) Faktor Organisasi

Faktor organisasi yang dimaksud adalah dasar pekerjaan, kepemimpinan, sistem penghargaan (*reward system*) yang diberikan.

Berdasarkan pengertian di atas penulis menarik kesimpulan bahwa kinerja merupakan kualitas dan kuantitas dari suatu hasil kerja (output). Hasil tersebut dilihat dari seseorang didalam kelompok maupun kelompok secara keseluruhan dalam suatu aktivitas yang diperoleh dari proses belajar serta keinginan untuk berprestasi.

c. Indikator Kinerja yang Baik

Terdapat tujuh indikator kinerja yang baik menurut Hersey, Blanchard dnan Johnson dalam (Wibowo, 2013)adalah:

1) Tujuan (*goals*)

Tujuan menunjukkan arah yang seharusnya dicapai oleh kinerja. Atas dasar arah tersebut, kinerja dilakukan untuk

mencapai sebuah tujuan. Ketika tujuan itu tercapai, maka kinerja individu maupun organisasi dapat dikatakan tercapai.

2) Standar (*standar*)

Maksud dari standar adalah suatu ukuran pencapaian tujuan.

Jika standar tidak ada, maka sulit untuk mengetahui kapan sebuah tujuan dapat tercapai. Jika sudah memenuhi standar yang ditentukan atau disepakati bersama antara atasan dan bawahan, maka kinerja seseorang dapat dikatakan berhasil.

3) Umpam Balik (*Feedback*)

Umpam balik yang dimaksud adalah masukan-masukan yang digunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, standar kinerja, dan pencapaian tujuan. Dengan umpan balik dibutuhkan untuk mempermudah pelaksanaan evaluasi terhadap kinerja dan sebagai hasilnya dapat dilakukan perbaikan kinerja.

4) Alat atau sarana

Pencapaian sebuah tujuan juga dirunjang oleh alat atau sarana yang tersedia. Tanpa adanya alat atau sarana, tugas pekerjaan spesifik sulit untuk dilakukan dan tujuan yang seharusnya diselesaikan sebagaimana seharusnya menjadi terhambat.

5) Kompetensi

Kemampuan seseorang dalam menjalankan atau menyelesaikan pekerjaan dengan baik disebut kompetensi.

Kompetensi memungkinkan tugas yang berkaitan dengan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan dapat terwujud.

6) Motif (*Motive*)

Asalan atau pendorong seseorang melakukan sesuatu dinamakan motif. Tanpa adanya dorongan motif untuk mencapai tujuan, kinerja tidak akan berjalan.

7) Peluang (*Opportunity*)

Kesempatan perlu diberikan untuk menunjang atau menunjukkan prestasi kerja seseorang. Tugas mendapatkan prioritas lebih tinggi, mendapat perhatian lebih banyak, dan mengambil waktu yang tersedia.

5. Intensitas Penggunaan Media Sosial

a. Pengertian Intensitas

Pembahasan intensitas pada Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan keadaan yang berkenaan dengan keadaan tingkatan atau ukuran intensnya⁷. Caplin menjelaskan intensitas berasal dari bahasa Inggris (*intencity*) yaitu sesuatu yang kuantitatif dari sebuah alat penginderaan dan berhubungan juga dengan intensitas perangsangnya. Caplin juga menjelaskan bahwa suatu kekuatan tingkah laku atau sebuah pengalaman berkaitan erat dengan intensitas (Chaplin, 2009). Dalam (Akbari, 2016), Chaplin menjelaskan bahwa intensitas terbagi

⁷ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Kamus Online (28 Desember 2019)

menjadi tiga yaitu ; 1. suatu sikap yang dinyatakan dalam kuantitatif dari suatu pengindraan yang berkaitan dengan intensitas penggunanya, 2. kekuatan tingkah laku maupun pengalaman penggunanya, 3. serta kekuatan yang dapat mendukung pada suatu sikap. Menurut (Fishbein & Ajzein, 2010), intensitas merupakan merupakan determinan terdekat dengan perilaku dan merupakan prediktor tunggal terbaik bagi perilaku yang dimaksud.

Menurut Kartono dalam (Yuni & Pieewan, 2016) intensitas merupakan kekuatan perilaku, banyaknya energi yang keluar untuk membuat salah satu indra terangsang, ukuran fisik dari sebuah energi dalam indra tersebut. Berkaitan dengan penelitian ini, penggunaan media sosial dijadikan sebagai perilaku spesifik yang dimaksud. Menurut Horrigan dalam (Akbari, 2016) menjelaskan bahwa dalam mengetahui intensitas penggunaan media sosial seseorang terdapat dua hal yang mendasar. Dua hal tersebut adalah frekuensi penggunaan internet serta lama penggunaan tiap kali mengakses media sosial. Banyak sekali ahli yang berpendapat mengenai intensitas. Untuk meringkasnya, dapat disimpulkan intensitas merupakan suatu keadaan yang menjadikan sikap maupun tingkah laku seseorang terhadap sesuatu yang dinyatakan dalam kuantitatif.

b. Pengertian Media Sosial

Menurut Kotler dan Keller dalam buku mereka yang berjudul *Marketing Management*, pengertian *Social media* merupakan media

yang digunakan dalam bentuk teks, suara, serta video informasi baik dengan orang lain atau dengan perusahaan (Kotler, Philips & Keller, 2016). Menurut (Watie, 2016) media sosial merupakan media yang menawarkan *digitisation, interactivity, convergence, dan development of network* yang berkaitan dengan pembuatan pesan dan penyampaian pesannya.

Menurut Van Djk dalam bukunya Nasrullah media sosial merupakan media yang fokus pada eksistensi si pengguna serta memfasilitasi mereka dalam melakukan sebuah aktivitas atau sebuah kolaborasi(Nasrullah, 2015). Hal tersebut yang menjadikan media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang dapat memperkuat hubungan antar pengguna dan sekaligus menciptakan sebuah ikatan sosial. Menurut Meike dan Young yang penjelasannya juga terdapat pada buku karya Nasrullah menyatakan media sosial sebagai konvergensi antar komunikasi personal. Pada hal individu saling berbagi antara satu dengan yang lain (*to be share one-to-one*) (Nasrullah, 2015).

Sedangkan menurut Carr & Hayes, *social media* merupakan sebuah media yang menggunakan basis internet yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi serta mempresentasikan diri, baik dengan seketika atau berjangka waktu dengan orang banyak (Carr,Celeb, dan Hayes,2015). Pada intinya, menurut Puntoadi dengan menggunakan media sosial dapat dilakukan berbagai aktivitas dua arah.

Penggunanya dapat terjadi berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan baik dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual (Puntoadi, 2011). Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan media sosial merupakan media yang membutuhkan koneksi internet sebagai alat untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain, mengakses informasi dalam berbagai bentuk serta memperoleh berita dalam waktu yang singkat tanpa harus bertatap muka.

c. Klasifikasi dan Contoh Media Sosial

Kaplan dan Haenlein dalam artikel Horizons Bisnis pada tahun 2010 dalam (Cahyono, 2016) membuat skema klasifikasi berbagai jenis media sosial yaitu :

1) *Collaborative Project* (Proyek Kolaborasi)

Merupakan media sosial yang dalam pembuatannya dapat diakses dalam cangkupan global oleh khalayak. *Collaborative Project* dibedakan menjadi dua sub kategori media sosial yaitu :

a) Wiki

Merupakan sebuah situs yang memungkinkan pengguna agar dapat menambah, menghilangkan, serta mengubah konten yang berbasis teks.

Contoh : Wakakapedia, Wiki Ubuntu-Id, Wikipedia, dll.

b) Aplikasi Bookmark Sosial

Memungkinkan adanya pengumpulan yang berbasis pada kelompok serta rating dari link yang berasal dari internet maupun konten media.

Contoh :

Social Bookmark : StumbleUpon, Digg Reddit, Del.icio.us, Lintas Berita, Infogue, dll.

Writing : Kemudian.com, Cerpenista.

Reviews: GoodReads, Amazon, Yelp.

2) *Blog and Microblog* (Blog dan Mikroblog)

Microblog Merupakan sebuah aplikasi yang dapat membantu pengguna untuk memposting sebuah argumen apapun hingga orang lain dapat memahaminya. Sedangkan blog adalah sebuah website yang dapat menyampaikan prihal penulis maupun kelompok penulis baik berupa opini, pengalaman, atau sebuah kegiatan.

Contoh :

Blog :WordPress, LiveJournal, Blogspot (Blogger).

Microblog :Tumblr, Twitter, Posterous, Koprol, dll.

Forum :Warez-bb, Indowebster.web.id, Forumdetik.

Q/A (*Question/Answer*) :TanyaLinux, Yahoo!Answer, dll.

3) *Content* (Konten)

Konten disini merupakan konten untuk masyarakat berupa aplikasi dengan tujuan untuk saling berbagi baik dalam jarak jauh maupun dekat seperti vidio, ebook, gambar, dll.

Contoh :

Vidio Sharing: Mediafire, YouTube, dll.

Image: Photobucket, DevianArt, dll.

4) Situs Jejaring Sosial

Situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil kemudian dapat dengan mudah dihubungkan dengan pengguna lain.

Situs ini memungkinkan seseorang terhubung melalui profil.

Contoh: LinkedIn, Facebook, Instagram, Friendster, Twitter,dll.

5) *Virtual Game World*

Virtual Game World mereplikasikan lingkungan dalam bentuk 3D.

Penggunanya dapat muncul dalam karakter yang diinginkan serta dapat berinteraksi dengan orang lain.

Contoh : Game online.

6) *Virtual Social World*

Sebuah aplikasi yang dapat menstimulasi sebuah kehidupan nyata menggunakan internet. Menjadikan penggunanya untuk berkomunikasi atau berinteraksi dalam platform tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata.

Contoh :

Map : Wikimedia ,GoogleEarth, GoogleMap,dll.

e-Commerce: alibaba, juale.com, abay, dll.

d. Dampak Penggunaan Media Sosial

1) Dampak pada Bidang Ekonomi

a) Dampak Positif

Manfaat dari menggunakan media sosial diantaranya adalah menciptakan komunikasi, kolaborasi, komunitas, dan kesepakatan untuk kecerdasan kolektif. Tidak hanya itu, banyak sekali situs dan aplikasi yang dapat diakses secara gratis oleh setiap orang. Hal ini lah yang pada akhirnya menciptakan suatu solusi bisnis yang *costeffective* (Sinadia,2014). Tidak hanya bagi perusahaan, media sosial juga dapat membantu masyarakat yang baru merintis usahanya untuk mempromosikan bisnisnya, yang pada akhirnya hal tersebut dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan pertumbuhan ekonomi (Saputri, 2019). Dengan menggunakan media sosial, perusahaan dapat melancarkan strategi bisnisnya dengan mempromosikan perusahaannya dengan khalayak umum (Willmot, 2006). Selain itu, media sosial juga sebagai *the new buzz* pada bidang marketing yang meliputi bisnis, organisasi, dan merek dagang, serta membantu pencapaian berita.

b) Dampak Negatif

Karena kemudahan akses dan informasi, hal tersebut membuat setiap orang dengan mudah mengetahui informasi dan berkomentar melalui media sosial terhadap sebuah perusahaan.

Jika ini terjadi, maka akan menciptakan citra buruk bagi perusahaan terkait. Banyak pula kejahanan yang berkedok ekonomi melalui media sosial, diantaranya adalah penipuan, dan hacker yang mencari korban melalui sosial media(Rustiana, 2018). Karena komunikasi menjadi mudah, intensitas bertatap muka menjadi berkurang hal tersebut akan menimbulkan celah-celah penipuan dapat dengan mudah terjadi (Cahyono, 2016). Game virtual juga masuk ke dalam golongan media sosial, dan terkadang untuk menggunakan game virtual ini banyak orang yang perlu mengeluarkan biaya yang tidak sedikit sehingga menyebabkan pemborosan (Aljawi & Muklason, 2012)

2) Dampak di Bidang Sosial

a) Dampak Positif

Dampak positif di bidang sosial adalah media sosial dapat membuat penggunanya memperluas jaringan, pertemanan pun dapat terjalin luas walaupun tidak saling bertatap muka (Cahyono, 2016). Menurut Power dan Phillips dalam dampak positif dari penggunaan media sosial pada bidang sosial adalah sebagai alat koneksi antara dua/lebih orang, antar kelompok/organisasi (Power & Phillips-Wren, 2011). Selain itu, media sosial juga dapat membantu sebuah organisasi maupun komunitas untuk membagikan kegiatan-kegiatan positif mereka dapat pula memposting berupa

kegiatan sosial yang dapat memotivasi orang banyak(Aljawi & Muklason, 2012).

b) Dampak Negatif

Seseorang yang kecanduan menggunakan media sosial akan terasa nyaman, saking merasa nyamannya seseorang terkadang merasa semuanya cukup hanya lewat media sosial(Aljawi & Muklason, 2012). Tergantung pada media sosial dalam berkomunikasi juga dapat merusak sosial di masyarakat karena akan terjadi kesalah pahaman. Hal tersebut dikarenakan ekspresi atau cara penyampaian suatu hal menggunakan media sosial dan langsung jelas berbeda.

Penggunaan media sosial juga dapat menimbulkan kecemburuan sosial di kalangan masyarakat(Rustiana, 2018). Timbulnya akun-akun palsu sebagai bentuk penyamaran seseorang untuk mengelabuhi orang lain (Nasrullah, 2015).

3) Dampak di Bidang Politik

a) Dampak Positif

Dampak positif dari penggunaan media sosial adalah dapat membantu memperlancar kegiatan kampanye seseorang. Selain itu masyarakat juga dapat mengenal tokoh dalam politik (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Masyarakat jadi mudah menyampaikan aspirasi mereka kepada para pemimpin dan elit

politik (Cahyono, 2016). Segala macam kabar yang terjadi di politik akan mudah diketahui oleh masyarakat. Dengan menggunakan media sosial, para pelaku politik dengan mudah dapat menarik hati simpatisan dan membuat relawan dari masyarakat untuk memperlancar kegiatan perpolitikannya (Saputri, 2019).

b) Dampak Negatif

Terjadinya perseteruan di media sosial akibat dua kubu politik yang saling bersaing hingga berseteru. Dari sana timbulah berbagai berita-berita bohong (*hoax*) untuk menjatuhkan lawan politik. Selain itu, masyarakat juga akan teracun oleh berita-berita tersebut dampak lebih lanjut akan terjadi kebencian di antara masyarakat yang berbeda pilihan politiknya (Cahyono, 2016).

e. Teori S-O-R

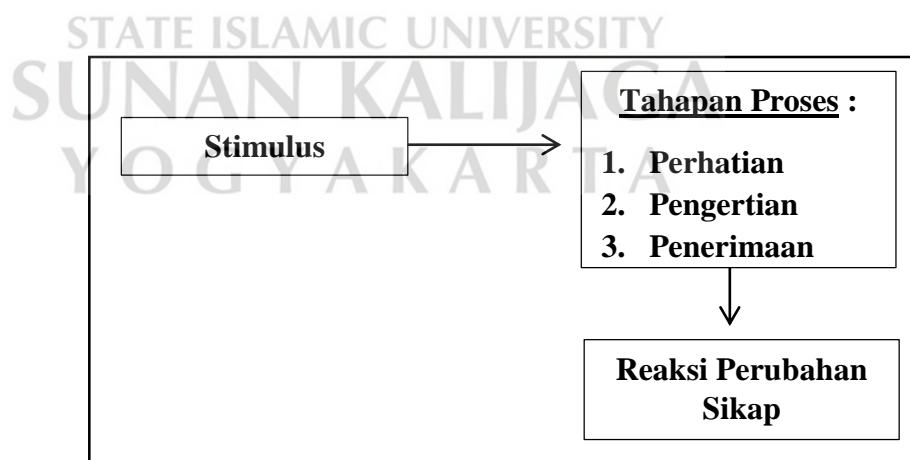
Kepanjangan S-O-R adalah (*Stimulus Organisme Respond*), teori ini dikemukakan oleh Houlard, et. al pada tahun 1953, yang menurut Effendy dalam (Pranata & Amri, 2017) teori S-O-R ini merupakan berasal dari psikologi. Jiwa manusia meliputi beberapa komponen berupa sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Hal tersebut merupakan objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi. Sehingga, menurut teori S-O-R ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, hal

tersebut akan membuat seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Menurut teori S-O-R yang diungkapkan oleh Carl I. Ho land, proses perubahan sikap merupakan sebuah peroses pembelajaran. Perhatian, pengertian, dan penerimaan yang ada di dalam organisme khalayak merupakan tiga variabel yang dapat dipelajari dalam perubahan sikap. Pada teori ini terdapat beberapa unsur yaitu pesan (stimulus), komunikasi (organisme), dan efek (respon) (Kholili, 2009). Jika terjadi perhatian dari komunikan, lalu setelah itu komunikan mengolah dan menerimanya, dan pada akhirnya terjadi kesediaan untuk mengubah sikap dari pihak komunikan, maka disitulah sebuah komunikasi baru akan berlangsung.

Gambar 2.1

**Skema Proses Perubahan Sikap Menurut Hosland,
Jenid dan Kelly**



Sumber : Onong Uchjana Efendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : Citra Aditya Bakti. 2003, hal 253.

Skema di atas menunjukkan bahwa :

- 1) Pesan dalam media sosial dapat diterima atau tidak oleh khalayak.

Jika pesan dalam media sosial terjadi penolakan berarti pesan tersebut tidak efektif mempengaruhi khalayak dan berhenti di sini.

Namun, jika pesan dalam media sosial dapat diterima, maka terdapat perhatian yang timbul dari khalayak tersebut dan pesan media massa dinyatakan efektif.

- 2) Setelah pesan dalam media sosial tersebut mendapat perhatian, maka ia mengerti pesan di dalamnya dan melanjutkan ke tahap selanjutnya.

- 3) Setelah pesan dalam media sosial tersebut mendapatkan perhatian orang lain maka, akan terjadi proses selanjutnya. Proses lebih lanjut pada media sosial yang telah diperhatikan antara lain penerimaan informasi, lalu terjadi perubahan sikap dan perubahan perilaku.

- 4) Teori S-O-R mendukung efek komunikasi massa yang dikemukakan Steven M Chaffe, yang berbunyi : “Dalam melihat komunikasi dalam media tidak cukup hanya membatasi efek yang berkaitan dengan pesan maupun media itu sendiri, tetapi juga harus diperhatikan jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa-penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain perubahan kognitif, afektif, dan behavioral”. Dalam hal tersebut, sikap atau perilaku seseorang yang telah mendapatkan stimulus dari suatu

media yang berujung pada kinerja seseorang dalam bekerja dapat dipengaruhi oleh komunikasi massa, perhatian dan penerimaan informasi. Dalam penelitian ini, SOR dipakai untuk mengetahui bagaimana pengaruh *social media* terhadap sikap dan perilaku seseorang yang pernah atau sedang menggunakan *social media* sehingga kemudian dapat mempengaruhi kinerja karyawan hingga lingkungan kerja.

f. Indikator Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Nuraini pada tahun 2011 dalam (Iqomaddin & Muhajir, 2015) intensitas penggunaan media sosial adalah adalah sebagai berikut (Nuraini, 2011):

1) Motivasi

Motivasi merupakan suatu keadaan internal organisme, dimana kegiatan tersebut dapat mendorong untuk dapat melakukan suatu tindakan atau sikap. Motivasi dapat disebut sebagai penyulut daya untuk dapat melakukan atau bertindak secara terarah. Asal motivasi sendiri terbagi menjadi dua yakni motivasi intrinsik serta motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah motivasi yang berasal dari dalam diri. Sedangkan motivasi yang berasal dari luar atau dari ranah eksternal seseorang sehingga dapat mendorong seseorang melakukan sebuah tindakan merupakan motivasi eksternal.

2) Durasi Kegiatan

Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mencapai sebuah target atau untuk melakukan suatu kegiatan merupakan pengertian dari durasi kegiatan. Perilaku yang dilakukan oleh seseorang secara berulang-ulang akan membentuk sebuah durasi waktu yang berulang pula. Lalu, seseorang yang melakukan sesuatu dengan durasi yang cukup lama akan membentuk *habits* atau kebiasaan. Dalam penggunaan media sosial berarti seseorang membutuhkan lamanya selang waktu. Seberapa sering orang tersebut bersinggungan dengan media sosial setiap harinya. Serta seberapa lama durasi waktunya dalam menggunakan media sosial dalam satu hari.

3) Frekuensi

Banyaknya pengulangan perilaku yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok merupakan pengertian dari frekuensi. Ukuran seseorang maupun kelompok dalam melakukan sesuatu tentu memiliki kadar pengulangan yang berbeda-beda. Begitupun juga dalam penggunaan media sosial dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda.

4) Presentasi

Timbulnya sebuah gairah, keinginan, maupun harapan yang keras dari rencana maupun sasaran serta target yang hendak diraih merupakan pengertian dari presentasi.

5) Arah Sikap

Arah sikap disini menentukan seseorang untuk condong memilih hal yang bersifat positif maupun negatif. Seseorang cenderung mendekat, menyenangi serta mengharapkan objek tertentu bila memihak pada hal positif pada sesuatu. Sedangkan seseorang akan cenderung untuk membenci, menjauh, serta menghindari sesuatu bila memihak pada hal negatif.

6) Minat

Minat dapat muncul dari diri seseorang bila orang tersebut memiliki rasa ketertarikan pada suatu hal. Hal tersebut dikarenakan adanya rasa yang timbul dari diri ketika menggelutinya sehingga suatu hal tersebut memiliki makna bagi dirinya. Di dalam minat, terkandung unsur afektif, kognitif, serta kemauan sehingga minat sangat erat keterkaitannya dengan kepribadian. Hal tersebut memberikan pengertian bahwa individu tertarik serta memiliki rasa kecenderungan pada suatu objek secara terus menerus, sehingga pengalaman psikis yang lainnya akan terabaikan.

Pendapat dari ahli tersebut dapat menjadi gambaran mengenai indikator intensitas diantaranya berupa motivasi, durasi kegiatan, frekuensi kegiatan, dan presentasi. Melalui definisi tersebut, intensitas dapat disimpulkan sebagai suatu ukuran yang

bersifat kuantitatif dari sebuah indra, serta untuk mengukur sebuah ukuran fisik dari energi tersebut.

6. Budaya Organisasi

a. Pengertian Budaya Organisasi

Menurut (Darodjat, 2015) seperangkat sistem yang berupa nilai (values) , keyakinan, asumsi maupun yang telah berlaku lama merupakan pengertian dari budaya organisasi. Norma atau asumsi tersebut disepakati serta ditiru oleh para anggota di dalam organisasi sebagai suatu pedoman perilaku dan pemecahan suatu masalah dalam organisasi. Irfam Fahmi menyatakan budaya organisasi merupakan tindakan yang menjadi kebiasaan serta sudah berlangsung secara lama kemudian digunakan serta diterapkan dalam beragam aktivitas, selain itu juga digunakan untuk mendorong peningkatan kualitas kerja para karyawan dan juga atasan di dalam perusahaan (Fahmi, 2013).

Kast dalam (Hakim & Kusdiyanto, 2010) menjelaskan budaya organisasi merupakan sistem nilai yang menjadi sebuah keyakinan dan dianut secara bersama untuk dapat berinteraksi dengan orang lain dalam sebuah perusahaan yang memiliki struktur organisasi serta sistem pengawasan agar menghasilkan norma perilaku. Dasar pola asumsi yang telah ditentukan atau dikembangkan untuk mempelajari berbagai cara berintegrasi, dimana pola tersebut telah berfungsi dengan baik sehingga perlu adanya pembelajaran bagi anggota baru merupakan penjelasan

dari budaya organisasi, hal tersebut dijelaskan oleh Schein dalam (Hakim & Kusdiyanto, 2010).

Menurut Riani, menjelaskan budaya organisasi sebagai sebuah inti untuk menyelesaikan sebuah permasalahan yang terjadi, baik dari eksternal maupun internal, yang pelaksanaannya konsisten dilakukan oleh sebuah kelompok untuk diwariskan kepada kolompok yang baru di kemudian hari (Riani, 2011). Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan oleh para ahli mengenai budaya organisasi, dapat ditarik kesimpulan mengenai budaya organisasi yaitu, sebuah pola kebiasaan yang dianut bersama pada sebuah organisasi.

b. Karakteristik Budaya Organisasi

Robbin dan Judges (2009) dalam (Yulianti, 2018), menyatakan bahwa hakikat dalam budaya organisasi memiliki tujuh karakteristik :

- 1) *Innovation and risk taking* (Inovasi dan pengambilan resiko), yang dimaksud adalah bagaimana para karyawan dapat berinovatif dalam mengambil sebuah resiko.
- 2) *Attention to detail* (perhatian dan perincian), yaitu bagaimana karyawan dapat memperlihatkan kekuatan analisis, kecermatan serta perhatian pada hal-hal yang bersifat rincian.
- 3) *Outcome orientation* (Orientasi hasil), yaitu sejauh mana manajemen dapat berfokus kepada hasil, berdasarkan pada teknik serta proses yang digunakan untuk mencapai hasil tertentu.

- 4) *People orientation* (Orientasi pada orang), yaitu sejauh mana manajemen dapat memperhitungkan beragam efek yang timbul dari hasil keputusan terhadap orang-orang di dalam organisasi.
- 5) *Team orientation* (Orientasi pada tim), yaitu sejauh mana kegiatan kerja di dalam organisasi dilakukan secara tim dan bukan individu.
- 6) *Agressiveness* (Keagresifan), seberapa jauh anggota dalam organisasi menunjukkan sikap agresif dan kompetitif.
- 7) *Stability* (Stabilitas), yaitu seberapa jauh status quo dipertahankan dalam kegiatan organisasi sehingga kontras dengan pertumbuhan.

c. Teori Jaring Laba-laba

Teori ini dikemukakan oleh Clifford James Geertz ia merupakan seorang antropolog sosial asal Amerika, serta dua tokoh lainnya yang juga berperan dalam teori ini yaitu Michael Pacannowsky dan Nick O'donel Trujillo. Teori yang dikemukakan oleh Geertz ini menyatakan bahwa manusia diibaratkan seperti hewan laba-laba yang tergantung pada jaring kepentingan, dalam kata lain, manusia membuat sendiri jaringnya sebagaimana laba-laba membangun sendiri sarangnya (Jubaiddah, Mantasiah & Juffri, 2017).

Teori ini menyatakan bahwa “Orang-orang adalah seperti laba-laba yang tergantung di dalam jaring yang mereka ciptakan di tempat kerja”, budaya organisasi diumpamakan seperti laba-laba yang membuat sarang

berupa jaring dan mendesain dengan bentuk nya sendiri. Artinya, jaring dipintal ketika orang sedang menjalankan bisnis mereka sehingga membuat dunia mereka menjadi dapat dipahami. Dengan kata lain, budaya-budaya di dunia itu berbeda-beda tergantung siapa saja yang memintal. Begitupun juga di dalam suatu organisasi, maka penerapannya pun juga berbeda.

Jika dikaitkan dengan kinerja seseorang, setiap orang pasti berasal dari latar belakang budaya dan kepribadian yang berbeda. Ketika ia masuk ke dalam suatu organisasi atau perusahaan, mau tidak mau orang tersebut juga berkecimpung dan menyelami budaya organisasi yang ada di dalamnya. Bila orang tersebut merasa nyaman, maka hal tersebut dapat berpengaruh positif terhadap kinerjanya. Namun bila tidak, kinerja orang tersebut juga akan berpengaruh dan berkurang.

d. Indikator Budaya Organisasi

Indikator Budaya Organisasi untuk menunjang kinerja menurut (Edison, 2016) adalah sebagai berikut:

1) Kesadaran Diri

Tingginya kesadaran diri yang dimiliki oleh anggota organisasi dalam bekerja akan membuat mereka puas dengan pekerjaan mereka, akan membuat mengembangkan dalam diri serta memberikan pelayanan yang tinggi.

2) Keagresifan

Anggota organisasi yang bersikap agresif akan menetapkan tujuan menantang namun tetap mengedepankan sikap realistik.

3) Kepribadian

Kepribadian yang dimaksud adalah anggota bersikap saling menghormati, ramah, terbuka, dan peka terhadap kelompok.

4) Performa

Anggota organisasi memiliki nilai mutu, kreativitas, memenuhi kuantitas dan tentu saja efisien.

5) Orientasi Tim

Setiap anggota di dalam organisasi maupun perusahaan akan melakukan kerjasama yang baik serta melakukan komunikasi serta koordinasi.



7. Komunikasi Organisasi

a. Pengertian Komunikasi Organisasi

Seorang ahli Sosiologi asal Amerika bernama Forsdale dalam (Arini, 2015) mengatakan bahwa “*Communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”. Dalam hal ini, komunikasi merupakan proses dari individu yang mengirimkan stimulus yang biasanya berbentuk verbal dengan tujuan mengubah tingkah laku orang lain. Mereka beranggapan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses. Brent D. Ruben dalam (Arini, 2015) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana individu memilih jalur dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan sebuah informasi untuk mengkoordinasi lingkungan dan orang lain.

Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa hingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pemikirannya yang serupa dengan yang dimaksud komunikator merupakan penjelasan komunikasi menurut Raymond S.Ross,. Menurut James A.F.Stoner, Komunikasi merupakan proses dimana seseorang yang sedang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Sedangkan menurut Kreitner dan Kinicki, komunikasi merupakan pertukaran informasi antara

pengirim dan penerima, dan kesimpulan (presepsi) makna antara individu-individu yang terlibat.

Zelko dan Dance mengungkapkan suatu sistem yang saling tergantung yang mencangkup komunikasi internal dan eksternal merupakan pengertian dari komunikasi organisasi. Sementara 3 sistem komunikasi dalam organisasi diperkenalkan oleh Raymond S.Ross, yakni ; a. berkenaan dengan kerja organisasi seperti data prihal tugas-tugas atau beroprasinya organisasi, b. suatu hal yang berkenaan dengan pengaturan organisasi seperti perintah, aturan dan petunjuk, c. hal yang berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi (Arni, 2014).

Sementara menurut Goldhaber pada tahun 1998 menyatakan bahwa “*Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty.*” Yang artinya, komunikasi organisasi adalah sebuah proses menciptakan serta saling bertukar pesan dalam sebuah jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lainnya untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

b. Saluran Komunikasi Organisasi

1) Komunikasi Formal

Hidayanti menjelaskan bahwa saluran komunikasi formal adalah sebuah informasi yang mengalir melalui jalur resmi serta

ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan (Evaluasi,2014). Beberapa saluran media yang digunakan oleh komunikasi tersebut adalah melalui perintah (lisan maupun tulisan), laporan, rapat, saran, keluhan, dan sebagainya.

Saluran komunikasi formal terdiri dari berbagai macam menurut Menurut Pace dan Faules, :

a) Komunikasi ke bawah

Komunikasi ke bawah merupakan sebuah komunikasi yang yang terhubung dari jabatan yang lebih tinggi kepada yang lebih rendah. Dalam hal ini, komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi dari atasan ke bawahan.

b) Komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas merupakan komunikasi yang terhubung dari tingkat yang lebih rendah ke pada tingkat yang lebih tinggi.

Tipe dari komunikasi ini biasanya berupa laporan-laporan, penjelasan gagasan, dan permintaan untuk diberikan penjelasan, keritikan, dan juga keluhan.

c) Komunikasi lintas saluran

Komunikasi ini terjalin melewati batasan fungsional atau batas unit kerja. Dengan kata kata lain adalah hubungan yang terjadi bukan antara atasan dengan bawahan atau sebaliknya. Mereka terlintas melintasi jalur fungsional dan berkomunikasi

dengan orang-orang yang diawasi dan yang mengawasi tetapi bukan antara atasan maupun bawahan mereka.

d) Komunikasi horizontal

Komunikasi ini adalah komunikasi dengan penyampaian informasi yang disampaikan antar rekan-rekan dalam unit kerja yang sama dan pada tingkat dalam organisasi yang sama. Informasi-informasi ini biasanya berhubungan dengan tugas, seperti koordinasi, pemecahan suatu masalah dan pertukaran informasi.

2) Komunikasi informal

Komunikasi informal merupakan komunikasi yang didalamnya mengandung laporan rahasia tentang orang-orang dan peristiwa yang tidak mengalir melalui saluran-saluran perusahaan yang formal.

c. Distorsi Pesan dalam Komunikasi Organisasi

Terdapat sejumlah prinsip yang merefleksikan faktor personal yang ikut memberikan kontribusi pada distorsi pesan. Menurut Arini, hal-hal yang berkenaan dengan persepsi yang ikut dalam mempengaruhi proses komunikasi dalam organisasi adalah sebagai berikut (Arini 2015):

1) Orang Mengamati Sesuatu Secara Seleksi

Manusia memiliki panca indra yang terbatas, oleh karena itu, informasi dibatasi oleh persepsi pilihan yang dibuat dengan

ketelitian dan ketepatan. Pemilihan yang dimaksud adalah memusatkan perhatian pada beberapa stimulus dan mengabaikan stimulus yang lain. Dari penyeleksian pesan tersebut lah yang pada akhirnya menjadikan pesan yang seharusnya dapat diterima atau sampai secara utuh tidak terjadi.

2) Orang Melihat Suatu Konsisten dengan Apa yang Mereka Percaya

Persepsi seseorang dapat dipengaruhi oleh cara orang tersebut berbicara tentang orang lain, benda-benda, maupun kejadian-kejadian yang pernah terjadi. Pendapat maupun pandangan tersebut merupakan fungsi dari konsep kepercayaan yang telah dipercaya, yang mungkin akan menangkap sesuatu secara selektif.

3) Bahasa yang Digunakan Kurang Tepat

Dalam komunikasi, sebuah bahasa digunakan dalam menyatakan persepsi. Melalui bahasa, kita dapat membuat sebuah persepsi yang umum sehingga orang lain kemungkinan akan memperoleh ide tentang apa yang dimaksudkan.

d. Indikator Komunikasi Organisasi

Terdapat tujuh indikator komunikasi organisasi menurut Anggraini (Anggraini, 2014) adalah :

1) Keterbukaan

Terdapat keterbukaan manajemen perusahaan terhadap para karyawan.

2) Sikap Saling Menghormati

Sikap saling menghormati terjadi di dalam organisasi serta terjadi antara pimpinan dan bawahan maupun sebaliknya demi tercapainya tujuan utama perusahaan.

3) Kesadaran dan Pengakuan

Arti penting suatu komunikasi timbal balik antara karyawan dengan atasan menjadi kesadaran dan pengakuan dari pihak perusahaan.

4) Media Komunikasi yang Baik

Perusahaan memiliki media komunikasi yang baik dalam perusahaan baik sesama karyawan maupun dengan atasan.

B. Telaah Pustaka

Acuan penelitian-penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti sebagai referensi penelitian . Penelitian-penelitian yang digunakan sebagai referensi penelitian adalah :

1. Penelitian dengan judul *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten* yang dilakukan oleh Yuzi Akbari Vindita Riyanti pada tahun 2016. Seluruh siswa kelas XI Jasa Boga di SMK Negeri 3 Klaten tahun ajaran 2015/2016 yang berjumlah 88 siswa. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis *product moment*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan dan signifikan antara intensitas mengakses sosial media terhadap

perilaku belajar matapelajaran produktif pada siswa kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 dengan korelasi sebesar 0,305.

2. Penelitian dengan judul *Media Sosial terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau* yang dilakukan oleh Arif Marsal dan Fitri Hadayati pada tahun 2018. Pegawai dilingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau menjadi objek dalam penelitian tersebut dengan jumlah sampel sebanyak 83 orang. Metode dalam penelitian tersebut merupakan metode kuantitatif dengan menggunakan data pengolahan kuisioner. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kinerja Pegawai dipengaruhi oleh penggunaan media sosial sebesar 9,6% dan sebesar 90,4% kinerja pegawai dipengaruhi oleh faktor lain (Marsal & Hidayati, 2018).
3. Penelitian yang dilakukan oleh Mellyna Eka Yan Fitri, Prima Yulianti, dan Imran Agus pada tahun 2018, dengan judul *Penggunaan Media Sosial di Lingkungan Kerja di Perguruan Tinggi XYZ*. Objek dalam penelitian tersebut adalah karyawan serta dosen yang bekerja pada perguruan tinggi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 54 responden yang menggunakan *social media*. Metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif dengan penjelasan X1 adalah penggunaan media sosial, Y adalah kinerja, serta lingkungan kinerja sebagai variabel intervening. Hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel penggunaan media sosial dan variabel lingkungan kerja secara simultan terhadap variabel kinerja. Selanjutnya pengaruh langsung

penggunaan medsos terhadap lingkungan kerja tidak signifikan(Weik & Weik, 2000).

4. Penelitian dengan judul *The Effect of Use of Social Media on Employee Job Performance*, yang dilakukan oleh Ali Sukru dan Muhammad Rashid. Objek dalam penelitian tersebut adalah karyawan yang bekerja di Konya yaitu salah satu kota di Turki, sebanyak 300 kuisioner disebar pada karyawan yang dipilih secara acak yang bekerja di sepuluh organisasi yang berbeda. Namun, hanya 236 (68%) kuisioner yang diterima dan 205 kuisioner yang diperiksa valid. Jadi, data survei yang digunakan hanya sebanyak 205 responden melalui teknik simple random sampling. Metode yang digunakan berupa kuantitatif dengan menggunakan media kuisioner. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dan kinerja pekerjaan karyawan (Sukru & Muhammad, 2018).
5. Penelitian yang dilakukan pada tahun dengan judul *Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Karyawan di PT. X*, yang dilakukan oleh Anita Novialumi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada perusahaan tersebut. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel majemuk yaitu sebanyak 78 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan *mixed method* (kombinasi). Strategi metode kombinasi yang digunakan adalah pendekatan dengan model *exploratory sequential mixed methods*. Hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa

social media sangat signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan dengan besar pengaruh 2,35 % (Novialumi, 2019).

6. Penelitian yang dilakukan oleh Herta Manurung dan Delviana pada April 2018 dengan judul *The Influence of Organizational Culture on Employees Performance at CV. Putra Saleh Anugrah in District Samosir*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan perusahaan tersebut, sampel yang digunakan merupakan sampel majemuk yaitu sebanyak 25 karyawan pada perusahaan tersebut. Data yang diperoleh menggunakan teknik observasi dan quisioner. Penelitian tersebut menandakan bahwa budaya organisasi (X) berpengaruh positif dan signifikan pada CV. Putra Saleh Anugrah District Samosir(Manurung & Sihombing, 2018).
7. Penelitian dengan judul *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pt.Surya Sahabat Utama (Delaer Suzuki) Bandung* yang dilakukan oleh Denti Yulianti pada tahun 2018. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berjumlah 50 orang. Sampel yang digunakan menggunakan sampel majemuk, yaitu menggunakan seluruh populasi yang ada. Metode dalam penelitian tersebut merupakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuisioner. Hasil dari penelitian tersebut adalah Hasil dari penelitian tersebut adalah secara bersama-sama budaya organisasi dan lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Surya Sahabat Utama (Dealer Suzuki) Bandung. Hasil dari hipotesis X1 mengenai budaya organisasi,

terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya organisasi dengan kinerja karyawan di perusahaan tersebut (Yulianti, 2018).

8. Penelitian yang dilakukan oleh Intan Maharani dan Suryono Efendi yang dilakukan pada tahun 2017, dengan judul penelitian *Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi, Kompensasi, Dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia*. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Biro Organisasi dan Kepegawaian Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia yang terdiri dari 162 pegawai. Dengan menggunakan rumus Slovin, sampel dalam penelitian ini terdiri dari 115 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi, komitmen organisasi, kompensasi, dan etos kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Biro Organisasi dan Kepegawaian Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (Maharani & Efendi, 2017).
9. Penelitian yang dilakukan oleh Andres Gunaldo Raf Desmiyawati, SE, M.Si, dan Ak Meilda Wiguna SE, M.Sc pada tahun 2014 dengan judul *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Akuntan Pemerintah (Studi Empiris Pada Perwakilan Bpkp Provinsi Riau)*. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 110 orang, dan sampel yang digunakan merupakan jumlah keseluruhan dari populasi yaitu sebanyak 110 orang. Hasil dari penelitian ini adalah hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa hasil uji

hipotesis membuktikan bahwa gaya kepemimpinan, budaya organisasi, motivasi dan lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja akuntan pemerintah (Rafe, 2014).

10. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 oleh Jui Chen-Chen, Colin Silverthorne, Jung-Yao Hung dengan judul *Organization Communication, Job Stress, Organizational Commitment, and Job Performence of Accounting Professionals in Taiwan and America*. Data dikumpulkan dari perusahaan di Amerika Serikat dan Taiwan. Sampel ditetapkan dari karyawan yang bekerja dalam kapasitas akutansi. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 300 responden dengan pembagian di Taiwan sebanyak 87 kuisioner lengkap dikembalikan dengan tingkat pengembalian sebesar 29%. Sedangkan di Amerika, 57 kuisioner lengkap dikembalikan untuk tingkat pengembalian sebesar 19 %. Variabel yang digunakan adalah Variabel independen yaitu; X1 (*Organization Communication*), X2 (*Job Stress*), X3 (*Organizational Commitment*), dan variabel dependen (Y) berupa *Job Performance*. Hasil dari penelitian tersebut adalah di Taiwan dan Amerika menunjukkan hal yang sama yaitu adanya hubungan yang positif dan signifikan pada variabel komunikasi organisasi terhadap kinerja pekerja. Sedangkan pada stres kerja tidak ditemukan hubungan yang signifikan dengan variabel manapun termasuk pada kinerja pekerja. Sedangkan pada komitmen organisasi memiliki hubungan yang signifikan (Chen, 2018).

11. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2014 oleh Hairy Anshari, H.Masjaya, dan H.Jamal Amin dengan judul *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur*. Populasi penelitian tersebut adalah seluruh pegawai bagian sosial sekretariat daerah Kabupaten Kutai Timur, sedangkan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan sampel majemuk. Variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu komunikasi organisasi (X1) dan budaya Organisasi (X2), serta Variabel Dependen berupa Kinerja Pegawai (Y). Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel X1 dan X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y, secara simultan juga saling mempengaruhi.
12. Penelitian Shinta Vesmagita, yang dilakukan pada tahun 2015 dengan judul *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Tetap Pada Pt. Mah Sing Indonesia*. Populasi penelitian tersebut adalah karyawan jumlah seluruh karyawan tetap PT. Mah Sing Indonesia sebanyak 361 orang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *convinience purposive sampling*, yaitu sejumlah 100 responden. Hasil dari penelitian tersebut adalah komunikasi organisasi dan lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai (Vesmagita, 2015).
13. Penelitian yang dilakukukan oleh Ega Anggraini dalam sekripsinya yang berjudul *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Disiplin Kerja Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan, Studi Pada Karyawan Pt. Enggal Mumbul*,

Kudus. Populasi penelitian ini adalah karyawan PT. Enggal Mumbul yang bekerja pada bagian produksi berjumlah 215 karyawan, dengan sampel 140 karyawan dan 10 supervisor sebagai triangulasi data. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Komunikasi Organisasi (X1), Disiplin Kerja (X2), dan variabel dependen berupa Kinerja Karyawan (Y). Hasil penelitian ini adalah Komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Disiplin kerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Anggraini, 2014).



Tabel 2. 1**Telaah Pustaka**

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Sumber Referensi	Variabel	Ringkasan Hasil	
					Signifikan	Tidak Signifikan
1.	Yuzi Akbari Vindita Riyanti, 2016	<i>Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK 3 Klaten</i>	Skripsi Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta	Penggunaan Media Sosial (X), Kinerja Pegawai (Y)	Variabel X berpengaruh signifikan	-

2.	Arif Marsal dan Fitri Hidayati, 2018	<i>Media Sosial terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau</i>	Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, Vol. 4, No. 1, Februari 2018, Hal. 91-98 e- ISSN 2502-8995, p- ISSN 2460-8181	Penggunaan Media Sosial (X), Kinerja Pegawai (Y)	Variabel X berpengaruh signifikan	-
3.	Mellyna Eka Yan Fitri, Prima Prima Yulianti, dan Imran Agus, 2018	<i>Penggunaan Media Sosial Di Lingkungan Kerja Di Perguruan Tinggi XYZ.</i>	Menara Ekonomi, ISSN: 2407-8565; E- ISSN: 2579- 5295 Volume IV No. 1	Media Sosial (X1), Lingkungan Kerja (Variabel Intervening), Kinerja (Y)	Variabel X berpengaruh signifikan	Variabel intervening tidak signifikan

4.	Ali Sukru dan Muhammad Rashid, 2019	<i>The Effect of Use of Social Media on Employee Job Performance.</i>	<i>Jurnal of Internet Application and Management</i> , 2018 / 9(2)	Variabel eksogen sosial media. Kinerja pekerjaan variabel adat Variabel adat daristruktur organisasi.	Struktur organisasiberpengaruh positif signifikan terhadap kinerja	Dalam efek tidak langsung, Media tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pekerjaan
5.	Anita Novialumi, 2019	<i>Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Karyawan di PT X</i>	Jurnal Ekonomi Manajemen “Jurnal Ilmiah Multi Science” Vol. 10 No.	Variabel X (media sosial) dan Variabel Y (kinerja karyawan)	Variabel X berpengaruh positif signifikan	-

			01 Bulan Juli Tahun 2019 Hal: 71 - 79 ISSN Cetak: 2087- 0434 e-ISSN 2599- 0810			
6.	Herta Manarung dan Delviana, 2018	<i>The Influence of Organizational Culture on Employee Performance at CV. Putra Saleh Anugrah in District Samosir</i>	International Journal of Advanced Engineering Research and Science [IJAERS] Vol-5, Issue-4, Apr- 2018]	<i>Organizational Culture (X) dan Employee Performance (Y)</i>	Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y	-.

7.	Denti Yulianti, 2018	<i>Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt.Surya Sahabat Utama (Delaer Suzuki) Bandung.</i>	Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA) Vol. 2 No. 1/ April 2018	Budaya organisasi (X1), Lingkungan Kerja (X2), dan Kinerja Karya Karyawan (Y)	Variabel X1 dan X2 berpengaruh secara signifikan terhadap Y	-
8.	Intan Maharani dan Suryono Efendi, 2017	<i>Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi, Kompensasi, Dan Etos Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kementerian</i>	Jurnal Ilmu Manajemen, Oikonomia, Volume 13, No. 2, Juli 2017	Budaya Organisasi (X1), Komitmen Organisasi (X2), Kompensasi (X3), Etos Kerja (X4), Kinerja Karyawan (Y)	Variabel X1, X2, X3, dan X4 berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan	-

		<i>Ketenagakerjaan Republik Indonesia.</i>				
9.	Andres Gunaldo Raf Desmiyawati, SE, M.Si, dan Ak Meilda Wiguna SE, M.Sc, 2014	<i>Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Akuntan Pemerintah (Studi Empiris Pada Perwakilan Bpkpt Provinsi Riau).</i>	Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi, Vol 1, No 2 (2014): wisuda oktober 2014	Gaya Kepemimpinan (X1), Budaya Organisasi (X2), Motivasi Kerja (X3), Lingkungan Kerja (X4), dan Kinerja (Y)	Variabel X1,X2, X3, X4, berpengaruh signifika terhadap variabel	-
10.	Jui Chen- Chen, Colin	<i>Organization communication, job</i>	Leadership & Organization	<i>OrganizationalCommu nication (X1), Job</i>	Variabel X1 dan X2	Variabel X2 tidak

	Silverthorne, Jung-Yao Hung	<i>stress, organizational commitment, and job performance of accounting professionals in Taiwan and America</i>	Development Journal, Vol. 27 Issue: 4, pp.242-249	<i>Stress (X2), Organizational Commitment (X3), dan Job Performance (Y)</i>	berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Y	berpengaruh signifikan
11.	Hairy Anshari, H.Masjaya,da n H.Jamal Amin, 2014	<i>Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur Devision).</i>	Jurnal Administrative Reform, Vol.2 No.3, September 2014	Komunikasi Organisasi (X1), Budaya Organisasi (X2), dan Kinerja Pegawai (Y)	Variabel X1 dan X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, serta	-

					secara simultan saling berpengaruh	
12.	Shinta Vesmagita, 2015	<i>Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Tetap Pada Pt. Mah Sing Indonesia</i>	Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 1, Nomor 1, Maret 2015	Komunikasi Organisasi (X1), Lingkungan Kerja (X2), dan Kinerja Karyawan (Y)	Variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y	-
13.	Ega Anggraini, 2014	<i>Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Disiplin Kerja Karyawan</i>	Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi	Komunikasi Organisasi (X1) dan Disiplin Kerja (X2)	Variabel X1 dan X2 berpengaruh	-

		<i>Terhadap Kinerja Karyawan, Studi Pada Karyawan Pt. Enggal Mumbul, Kudus.</i>	Universitas Negeri Yogyakarta		positif dan signifikan terhadap variabel Y	
--	--	---	----------------------------------	--	---	--

Berdasarkan pada penelitian terdahulu tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah variabel independen yang digunakan merupakan gabungan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Waktu serta objek yang menjadi penelitian ini pun juga berbeda dengan penelitian sebelumnya.



C. Pengembangan Hipotesis

Setelah mengemukakan telaah pustaka dan landasan teori, langkah ke tiga dalam penelitian adalah hipotesis dan pengembangannya. Hipotesis berisikan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti. Perumusan hipotesis berdasarkan pada rumusan masalah, landasan teori dan telaah pustaka yang telah dipaparkan di atas, maka dari itu rumusan hipotesis penulis adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Qi Song,dkk. pada tahun 2019, *Social media* berdampak pada kinerja karyawan (Song, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Arif dan Marsal pada tahun 2018 (Marsal & Hidayati, 2018) juga menunjukkan hasil signifikan bahwa media sosial dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Penelitian lain dilakukan oleh Mellyna Eka Yan Fitri,dkk. juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi kinerja secara signifikan (Fitri, 2018) .

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Soliha pada tahun 2015, selain mempermudah dalam berkomunikasi dan bertukar informasi, nyatanya penggunaan media sosial justru dapat menimbulkan ketergantungan dan membuat kecemasan sosial bagi penggunanya (Soliha, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wanarko terhadap anggota militer dijelaskan bahwa melalui pendekatan teori S-O-R (*Stimulus Organisme Respond*) penggunaan media sosial dapat merubah perilaku dan kebiasaan seseorang.

Penelitian yang dilakukan oleh *We Are Sosial*, kadar rata-rata normalnya orang Indonesia menggunakan sosial media adalah selama 3 ½ jam perhari. Hasil wawancara yang dilakukan oleh Warkonah terhadap Wadanyon 512/QY, Mayor Inf Yudo Harianto menunjukkan hasil bahwa Bintara yang masih bujang menggunakan media sosial selama 3-5 jam per hari, bahkan ada pula yang lebih dari 5 jam per hari ketika mereka sedang libur. Oleh karena intensnya subjek penelitian dalam menggunakan media sosial, hasil penelitian tersebut banyak menemukan dampak yang negatif dari menggunakan media sosial. Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa ketidaksiapan pengetahuan dan mentalitas yang hanya mengikuti trand yang berkembang akan cenderung menimbulkan dampak yang kurang baik.

Jika dikaitkan dalam sebuah perusahaan maka, jika penggunaan media sosial yang secara intens dapat mempengaruhi kinerja dari karyawan, maka media sosial merupakan bagian dari faktor eksternal dalam perusahaan. Perkembangan zaman dan perubahan dunia luar menjadikan kebiasaan orang juga berubah seuai dengan jaman dan kondisinya (Radhakrishnan, 2018). Hal tersebut merupakan pendalaman dari *grand theory* yang digunakan pada teori ini yaitu teori Atribusi. Dimana faktor internal dan eksternal dapat menjadi faktor perubahan perilaku seseorang (dalam hal ini adalah karyawan). Faktor eksternal perusahaan yang dapat merubah perilaku seseorang karyawan pada teori tersebut dinamakan *situasional attributions*.

Dari penjelasan di atas, dapat kita tarik benang merah bahwa penggunaan media sosial memang memiliki dampak yang positif dan dampak negatif. Dampak positif yang ditimbulkan hanya sebatas mempermudah komunikasi, menambah relasi dan informasi. Namun, dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaannya yang relatif intens justru lebih beragam dan kompleks seperti yang dijelaskan dalam teori dan hasil dari penelitian terdahulu. Oleh karena itu, merujuk pada hasil penelitian yang dijadikan reverensi dan teori yang digunakan maka hipotesis peneliti adalah :

H1 = Intensitas Penggunaan Media Sosial memiliki Pengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

2. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja

Penjelasan dari Koesmono di dalam bukunya menjelaskan budaya organisasi adalah merupakan sebuah falsafah, ideologi, nilai-nilai, anggapan, keyakinan, harapan, sikap dan norma-norma yang dimiliki secara bersama serta mengikat dalam suatu komunitas tertentu (Koesmono, 2017). Budaya dalam organisasi secara spesifik akan ditentukan oleh kondisi *team work, leaders* dan *characteristic of organization* serta *administration process* yang berlaku. Penjelasan lebih detail dijelaskan juga pada *grand theory* yang digunakan pada penelitian ini. Budaya organisasi merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Dalam teori Atribusi yang digunakan sebagai *grand theory* menjelaskan bahwa faktor internal merupakan faktor yang berpengaruh besar terhadap perubahan

suatu hal. Pada teori Atribusi, faktor internal disebut juga dengan *Dipositional attributions*.

Penelitian yang dilakukan oleh Andres Gunaldo Raf Desmiyawati, SE, M.Si, dan Ak Meilda Wiguna SE, M.Sc, pada tahun 2014 dengan judul “*Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Akuntan Pemerintah (Studi Empiris Pada Perwakilan Bpkp Provinsi Riau)*”, juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel budaya organisasi dengan kinerja karyawan . Adanya pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja juga dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Herta Manarung dan Delviana pada tahun 2018 dengan judul *The Influence of Organizational Culture on Employee Performance at CV. Putra Saleh Anugrah in District Samosir* (Manurung & Sihombing, 2018). Oleh karena itu, merujuk pada hasil penelitian yang dijadikan referensi tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 = Budaya Organisasi memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

3. Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja

Menurut Wibowo, faktor yang dapat mempengaruhi kinerja adalah faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal yang dimaksud salah satunya adalah komunikasi organisasi (Wibowo, 2007). Pada teori Atribusi yang digunakan sebagai *Grand Theory* menjelaskan hal yang sama mengenai faktor internal yang dapat mempengaruhi suatu kondisi.

Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Jui Chen-Chen, Colin Silverthorne, Jung-Yao Hung tahun 2018 dengan judul *Organization Communication, Job Stress, Organizational Commitment, and Job Performence of Accounting Professionals in Taiwan and America*, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan (Chen et al., 2018). Penelitian mengenai komunikasi organisasi juga dilakukan oleh Hairy Anshari,H.Masjaya, dan H.Jamal Amin pada tahun 2014 juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi organisasi terhadap kinerja (Anshari et al., 2014). Pengaruh signifikan komunikasi organisasi terhadap kinerja juga dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Shinta Vesmagita, yang dilakukan pada tahun 2015 (Vesmagita, 2015). Oleh karena itu, merujuk pada hasil penelitian yang dijadikan reverensi tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 = Komunikasi Organisasi memiliki Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

4. Pengaruh Bersama-sama (Simultan) Intensitas Penggunaan Sosial Media, Budaya Organisasi dan Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan

Penggunaan sosial media yang memiliki intensitas yang terlalu sering dapat mempengaruhi kinerja karwan. Penelitian yang dilakukan oleh Arif Marsal dan Fitri Hadayati pada tahun 2018 menyatakan adanya pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja karyawan pada perusahaan yang

diteliti, dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh negatif penggunaan media sosial dengan kinerja karyawan Anshari (Marsal & Hidayati, 2018).

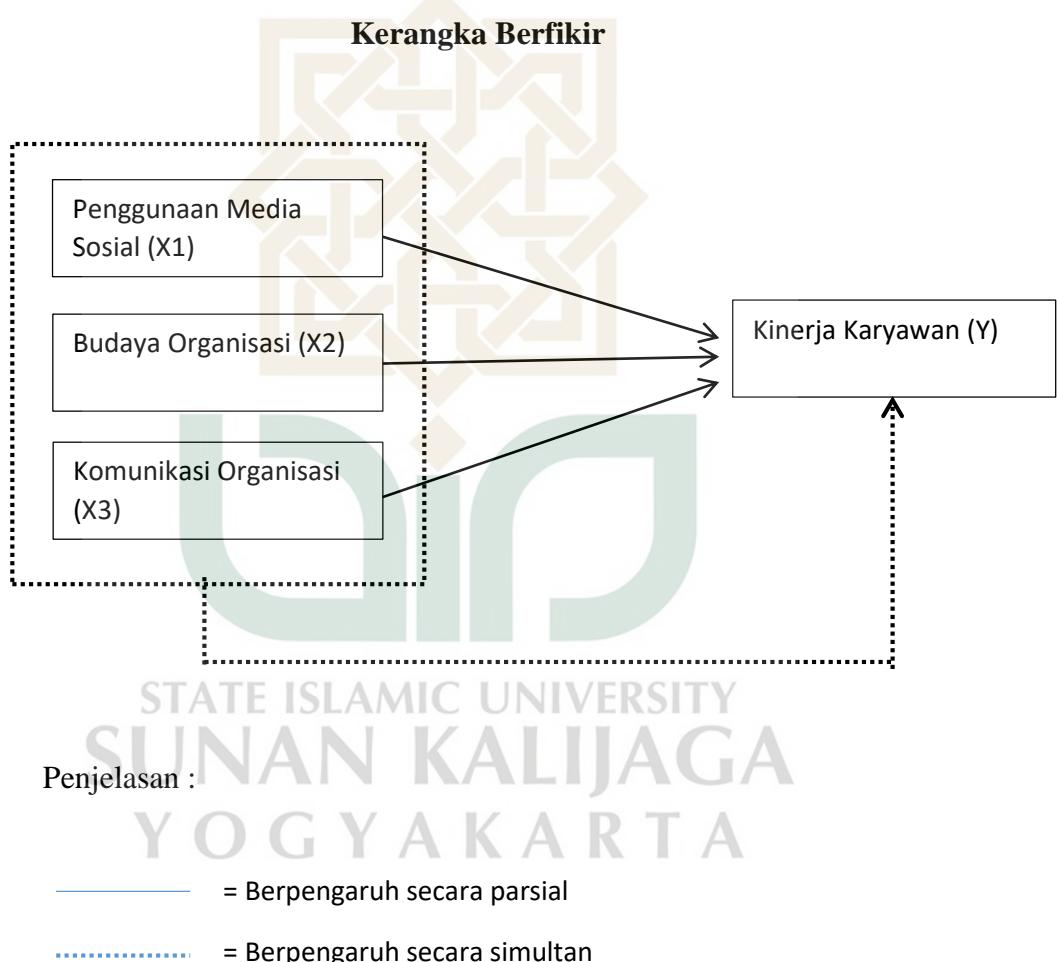
Penelitian yang dilakukan pada tahun 2014 oleh Andres Gunaldo Raf Desmiyawati, SE, M.Si, dan Ak Meilda Wiguna SE, M.Sc judul *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Akuntan Pemerintah (Studi Empiris Pada Perwakilan Bpkp Provinsi Riau)*, menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel budaya organisasi terhadap kinerja karyawan (Raf,2014). Hairy Anshari,H.Masjaya, dan H.Jamal Amin telah melakukan penelitian pada tahun 2014 dengan judul *Pengaruh Komunikasi Organisasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur* menyatakan terdapat pengaruh positif serta signifikan antara komunikasi organisasi dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan (Anshari et al., 2014). Serta, secara simultan kedua variabel tersebut mempengaruhi kinerja karyawan. Oleh karena itu, merujuk pada hasil penelitian yang dijadikan referensi tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H4 = Intensitas Penggunaan Media Sosial, Budaya Organisasi, dan Komunikasi Organisasi Bersama-sama (Simultan) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan rujukan penelitian terdahulu maka, gambaran model penelitian yang menjelaskan hubungan variabel dependen dan variabel independen dapat dilihat melalui kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2



Keterangan :

1. Variabel terikat (Variabel Dependent) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat

dalam hal ini adalah Kinerja Karyawan yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut sebagai (Y).

2. Variabel bebas (Variabel Independent) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam hal ini adalah Intensitas Penggunaan Media Sosial (X1), Budaya Organisasi (X2) dan Komunikasi Internal (X3).



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini juga merupakan penelitian kuantitatif, yakni pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka serta melakukan analisis data dengan prosedur statistic(Indriantoro & Supomo, 2014). Penelitian ini menggunakan uji statistik, teknik perhitungan pada penelitian ini dilakukan secara kuantitatif matematik sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter(Sugiyono, 2012).

2. Sumber Penelitian

a. Data Primer

1) Penyebaran Kuisioner

Penelitian ini salah satunya menggunakan data primer. Data primer yang diperoleh merupakan data yang berasal dari hasil pengisian kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden yaitu karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.

2) Wawancara

Hasil dari wawancara juga merupakan sumber data primer penelitian. Wawancara dilakukan sebagai pendukung yang memperkuat penjelasan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian terhadap narasumber yakni HRD PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder juga digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder mengenai info keuangan secara umum peneliti ambil dari web OJK (Orotiras Jasa Keuangan). Sedangkan data mengenai informasi PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera peneliti peroleh dari web PT. BPRS Madina Mandiri.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu disebut populasi (*population*). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu dimana karakteristik tersebut ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono,2016). Sedangkan Populasi dalam penelitian ini merupakan keseluruhan dari karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel (*sample*) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Dalam menentukan sampel pada penelitian ini memilih metode berupa *nonprobability sampling* maksudnya adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan atau peluang bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. BPRS Madina Syariah Yogyakarta.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Angket (Kuisisioner)

Angket (kuisisioner) adalah sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan secara tertulis. Angket dalam sebuah penelitian dapat menggunakan media kertas maupun dengan bantuan *Google Form*. Pada penelitian ini, penulis menggunakan pengumpulan data secara tertulis yang berupa kuisisioner menggunakan kertas yang dibagikan kepada karyawan secara langsung.

Di dalam angket (kuisisioner) berisikan pertanyaan dimana pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan yang akan dijawab oleh responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Dalam penelitian ini menggunakan angket bermediakan kertas dengan menggunakan metode skala likert. Skala likert sendiri merupakan skala yang digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial tertentu.

Dalam penelitian ini terdiri dari 4 alternatif untuk jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (Setuju), Tidak Setuju (TS) dan (Sangat Tidak Setuju).

Alasan peneliti hanya menggunakan 4 alternatif adalah karena ; 1) adanya arti ganda dalam kategori, atau responden kemungkinan memiliki jawaban lebih dari satu, 2) tersedianya jawaban di tengah menimbulkan kecenderungan menjawab di tengah, 3) kategori SS,S,TS, dan STS adalah untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau ke arah tidak setuju. Skala likert yang digunakan memiliki gradasi dari tingkatan sangat positif sampai sangat negatif , dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 3. 1

Skor pada Skala Likert

Alternatif Jawaban	Sekor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Penjelasan Kuisisioner

Kuesisioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian: bagian pertama merupakan pertanyaan yang berisi karakteristik demografis atau pengukuran responden di antaranya adalah: nama, jenis kelamin,

pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Bagian kedua merupakan bagian yang berisikan pertanyaan maupun pernyataan yang berkaitan dengan pengukuran variabel penelitian.

Semua variabel akan diisi oleh seluruh karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta. Hal tersebut dikarenakan yang akan dinilai adalah pengaruh penggunaan media sosial, budaya organisasi dan komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan bank tersebut.

D. Devinisi Oprasil Variabel Penelitian

1. Keterangan Variabel

- a. Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Sebagai varaiel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Karyawan Bank Madina Syariah Yogyakarta.
- b. Variabel independen atau Variabel bebas (X) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas: Intensitas Penggunaan Media Sosial, Budaya Organisasi, dan Komunikasi Organisasi.

2. Instrumen Penelitian

Tabel 3. 2

Instrumen Penelitian

No.	Nama Variabel	Keterangan

1.	<p>Variabel Dependen :</p> <p>Kinerja Karyawan</p>	<p>Menurut Hersey dalam(Wibowo, 2013), mengemukakan indikator dari kinerja yang baik dilihat dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan 2. Standar 3. Umpan Balik 4. Alat / Sarana 5. Kompetensi 6. Motif <p>Peluang</p>
2.	<p>Variabel Independen :</p> <p>Intensitas Penggunaan Media Sosial</p>	<p>Melalui penggunaan media sosial yang responsif, dapat membantu perusahaan dalam menjalin komunikasi dua arah atau lebih. Pnggunaan media sosial memberikan dampak negatif bagi totalitas kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Penggunaan <i>social media</i> dapat menjadi kelemahan bagi organisasi ketika secara negatif</p>

		<p>mempengaruhi produktifitas karyawan (Çetinkaya & Rashid, 2018). Yang menjadi indikator intensitas penggunaan media sosial menurut Nuraini adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi 2. Durasi Kegiatan 3. Frekuensi 4. Prestasi 5. Arah Sikap 6. Minat
3.	Budaya Organisasi	<p>Budaya organisasi pada suatu perusahaan timbul akibat adanya kesamaan persepsi dan aktifitas yang dilakukan secara berulang. Karyawan yang berasal dari latar belakang yang berbeda diharapkan memiliki kesamaan pandangan dalam memahami budaya organisasinya. Menurut Edison dalam (Hendra 2019) terdapat 5 indikator budaya organisasi :</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran Diri 2. Keagresifan 3. Kepribadian 4. Performa 5. Orientasi tim
4.	Komunikasi Organisasi	<p>Dengan adanya komunikasi yang baik tersebut suasana kerja menjadi nyaman dan akhirnya karyawan dapat menjalankan tugasnya dengan baik, jika hasil kerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi suatu harapan.</p> <p>Indikator komunikasi organisasi menurut Ruslan dalam (Anggraeni, 2014) ada 4 yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan 2. Saling Menghormati 3. Kesadaran dan Pengakuan 4. Terdapat Media Komunikasi

E. Metode Analisis Data

1. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji kehandalan merupakan uji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuisioner (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
 σ_t^2 = varians total

Keterangan :

r_i = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

Cara mengetahui uji Reliabilitas, jika diperoleh nilai r -hitung
 $> r$ -tabel dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan

atau pernyataan tersebut reliabel. Sedangkan jika diperoleh nilai r -hitung $<$ r -tabel dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

b. Uji Validitas

Uji validitas menyangkut instrumen. Instrumen mengukur apa yang hendak kita ukur. Sugiyono mengatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang diperoleh dengan apa yang terjadi pada objek penelitian serta dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012). Untuk mengetahui apakah kuisioner valid

atau tidak maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai). Dalam penelitian ini valid atau tidaknya data diuji dengan menggunakan *Product Moment*. Data tersebut dinyatakan valid apabila korelasi tiap butir memiliki nilai positif dimana $r_{hitung} > r_{table}$. Rumus *Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *pearson product moment*

N = Banyaknya subjek

X = Nilai pembanding

Y = Nilai dari instrumen yang akan dicari validitasnya

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk menguji kesahihan nilai dari parameter yang dihasilkan oleh model yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang yang digunakan untuk melihat apakah data residual terdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas dapat dilakukan dengan cara uji Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal,

sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika hubungan itu mendekati 1 artinya hubungan mendekati sempurna syarat lolos uji Multikolinearitas biasanya nilai kolerasinya harus $< 0,80$. Dapat juga dengan melihat jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF (Varience inflation Factor) < 10 , maka tidak ada multikorelitas (Ghozali, 2005).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan varience dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji Glajser.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan alat analisis untuk mengetahui nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Alasan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antara penggunaan media sosial, budaya kerja,

dan komunikasi organisasi BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

Berikut adalah rumus nya :

$$Y = a + b_1X_1 + b_3X_3 + b_{22} + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja karyawan

X_1 = Motivasi

X_2 = Lingkungan Kerja

X_3 = Budaya Organisasi

b_1 = Koefisien regresi variabel antara X_1 dan Y

b_2 = Koefisien regresi variabel antara X_2 dan Y

b_3 = Koefisien regresi variabel antara X_3 dan Y

a = Konstanta

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X_1, X_2 , dan X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

3) Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variasi variabel dependen atau terikat. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel

independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel independent nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi ini menentukan besar hubungan variabel terkait yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dengan adanya regresi linier Y atas X. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografis

PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera atau yang terkenal dengan nama Bank Madina Syariah merupakan salah satu bank pembiayaan rakyat syariah yang berada di Jl. Parangtritis KM 3,5 No. 184, Pedukuhan Salakan, Desa Bangunharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 5581. Bank ini berada di sebelah Selatan berbatasan langsung dengan Surya Fotocopy, sebelah Barat bank ini merupakan perkampungan penduduk, sebelah selatannya merupakan jalan Parangtritis Yogyakarta.

2. Sejarah

PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera didirikan pada tanggal 3 Desember 2007. Akta No : 24, tanggal 24 Februari 2007. Notarisnya adalah Wahyu Wiryono,SH. SK Menhumkan RI No. W22-00151 HT.01.01-TH.2007. Keputusan dewan gubernur Bank Indonesia tentang ijin Usaha PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera No. 9/57/KEP.GBI/2007 tanggal 8 November 2007.

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi BPRS terdepan dalam membangun ekonomi umat.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan produk perbankan syariah berdasarkan asas prudential banking.
- 2) Berperan aktif dalam sektor usaha kecil dan menengah.
- 3) Menyebarluaskan pelaksanaan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

4. Penghargaan

Sejak tahun berdirinya PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera pada tahun 2007 hingga kini, sudah beberapa prestasi yang diperoleh. Penghargaan yang berhasil diperoleh oleh PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera adalah :

- a. PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera berhasil memperoleh predikat “SANGAT BAGUS” atas kinerja keuangan selama 2011.
- b. PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera berhasil memperoleh predikat “SANGAT BAGUS” atas kinerja keuangan selama tahun 2012.
- c. PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera berhasil memperoleh predikat “SANGAT BAGUS” atau kinerja keuangan selama tahun 2017.

B. Analisis Deskriptif Responden

Analisis karakteristik responden dalam penelitian bertujuan untuk menguraikan identitas responden. Hal tersebut guna menggambarkan kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Karakteristik responden yang diteliti adalah :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh dari data mengenai jenis kelamin karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4. 1
Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	18	58,1 %
Perempuan	13	41,9 %
Total	31	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera yang berjenis kelamin laki-laki terdapat 18 orang atau sebesar 58,1%, sedangkan karyawan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 13 orang atau sebesar 41,9 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan yang bekerja di sana merupakan perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data hasil penelitian diperoleh keterangan kisaran usia karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera dapat dilihat di tabel.

Tabel 4. 2
Data Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
20 - 29	14	45,2 %
30 - 39	12	38,7 %
40 - 49	5	16,1 %
≥ 50	0	0%
Total	31	100 %

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan pada data tabel 4.2 diketahui bahwa responden/ karyawan yang memiliki usia kisaran 20 – 29 tahun sebesar 45,2% dengan jumlah karyawan sebanyak 14 orang. Karyawan yang memiliki usia 30-39 tahun sebesar 38,7% dengan jumlah karyawan sebanyak 12 orang, sedangkan untuk karyawan dengan kisaran umur 40-49 tahun sebesar 16,1% dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang. Lalu, untuk usia kisaran 50 tahun hingga lebih, tidak terdapat di bank tersebut. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh karyawan yang terdapat di bank tersebut merupakan karyawan dengan usia produktif, dimana hal tersebut merupakan keuntungan bagi bank tersebut. Semakin produktif SDM yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka nantinya akan berdampak baik bagi kinerja mereka. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan aset dengan lebih maksimal dibanding jika SDM yang sudah bukan usia produktif lagi.

3. Karakteristik Berdasarkan Lama Bekerja

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penelitian mengenai lama bekerja karyawan di PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera maka diperoleh hasil berikut :

Tabel 4. 3
Lama Bekerja Karyawan

Usia	Jumlah	Presentase
1 – 2 th	9	29,00 %
3 – 4 th	18	58,1 %
5 – 6 th	2	6,5 %
>60	2	6,5 %
Total	31	100 %

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan data yang tertera pada tabel pada 4.3 menunjukkan bahwa karyawan yang berusia 20 - 29 tahun berjumlah 14 orang atau sebesar 45,2 %. Karyawan yang berusia 30 - 39 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 38,7 %. Untuk karyawan yang memiliki usia 40 - 49 orang berjumlah 5 dengan presentase sebesar 16,1%. Sedangkan di bank tersebut tidak memiliki karyawan yang usianya 50 tahun atau di atasnya.

4. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data mengenai pendidikan karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera yang tertera dalam tabel.

Tabel 4. 4
Data Pendidikan Terakhir Karyawan

Usia	Jumlah	Presentase
SMA	3	9,7 %
DIPLOMA	7	22,6 %
S1	21	67,7 %
Total	31	100 %

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa pendidikan yang ditempuh oleh karyawan bank tersebut sebagian besar adalah strata 1 (S1) yaitu sebanyak 21 orang dengan presentase sebesar 67,7 %. Hal tersebut dapat dilihat dari latar belakang pendidikan terakhir karyawan bank tersebut sebanyak 3 orang dengan presentase sebesar 9,7 %. Untuk karyawan yang mengenyam pendidikan akhir setara Diploma sebanyak 7 orang dengan presentase sebesar 22,6%.

5. Karakteristik Berdasarkan Klasifikasi Media Sosial yang Paling Sering Digunakan

Variabel yang diteliti salah satunya adalah membahas prihal Media Sosial. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai klasifikasi sosial media yang paling sering digunakan oleh karyawan dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4. 5
Klasifikasi Media Sosial yang Sering Digunakan

Klasifikas	Jumlah	Presentase
Blog dan Microblog	1	3,2 %
Situs Jejaring Social	24	77,4 %
Virtual Game World	4	12,9 %
Virtual Social World	2	6,5 %
Total	31	100 %

--	--	--

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa karyawan yang menggunakan sosial media dengan klasifikasi Blog dan Microblog adalah sebanyak 1 orang sebesar 3,2 % dengan keterangan soisial media yang digunakan adalah berupa Blogspot. Karyawan yang menggunakan sosial media dengan klasifikasi Situs Jejaring Social merupakan klasifikasi yang paling banyak digunakan yaitu sebanyak 24 orang dengan presentase sebesar 77,4 % dengan keterangan sosial media yang digunakan adalah Twitter, Facebook, Instagram, dan Linked. Untuk karyawan yang menggunakan media sosial dengan klasifikasi Virtual Game World adalah sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 12,9 %, untuk sosial media yang digunakan adalah berupa game online yang dapat terhubung dan berkomunikasi tanpa bertatap muka. Karyawan yang menggunakan media sosial dengan klasifikasi Virtual Social World adalah sebanyak 2 orang dengan presentase sebesar 6,5 % sosial media yang digunakan adalah alibaba.

6. Klasifikasi Berdasarkan Banyaknya Media Sosial yang Digunakan

Variabel yang diteliti salah satunya adalah membahas prihal Media Sosial. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data mengenai banyaknya media sosial yang digunakan oleh karyawan dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4. 6
Banyaknya Media Sosial yang Digunakan

Banyak Penggunaan	Jumlah	Presentase
1	12	38,7 %
2-3	15	48,4 %
>3	4	12,9 %
Total	31	100 %

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.6, karyawan yang menggunakan hanya 1 sosial media sebanyak 12 orang dengan presentasi sebanyak 38,7 %. Sedangkan Karyawan yang memiliki 2-3 media sosial adalah sebanyak 15 orang dengan presentase sebanyak 48,4 %. Untuk karyawan yang memiliki sosial media lebih dari 3 sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 12,9 %.

C. Hasil Pengujian

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuisioner. Penggunaan uji validitas dilakukan dengan membandingkan koefisien hasil r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika nilai koefisien (r_{hitung}) > nilai r_{tabel} maka kuisioner atau pertanyaan yang diajukan dapat dikatakan valid dengan ketentuan $df = n-2$ dengan signifikan 5% sehingga $(31-2) = 29$ dalam kolom *two tail* (dua ekor) jadi, didapat nilai $r_{tabel} 0,3550$. Sedangkan untuk hasil uji validitas dari setiap item pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel Kinerja Karyawan				
No.	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,569	0,3550	Valid
2.	Item 2	0,726	0,3550	Valid
3.	Item 3	0,764	0,3550	Valid
4.	Item 4	0,810	0,3550	Valid
5.	Item 5	0,670	0,3550	Valid
6.	Item 6	0,690	0,3550	Valid
7.	Item 7	0,469	0,3550	Valid
8.	Item 8	0,469	0,3550	Valid
9.	Item 9	0,615	0,3550	Valid
10.	Item 10	0,421	0,3550	Valid
11.	Item 11	0,381	0,3550	Valid
12.	Item 12	0,655	0,3550	Valid
13.	Item 13	0,613	0,3550	Valid
14.	Item 14	0,714	0,3550	Valid
Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial				
1.	Item 1	0,413	0,3550	Valid
2	Item 2	0,561	0,3550	Valid

3	Item 3	0,763	0,3550	Valid
4	Item 4	0,790	0,3550	Valid
5	Item 5	0,693	0,3550	Valid
6	Item 6	0,698	0,3550	Valid
7	Item 7	0,738	0,3550	Valid
8	Item 8	0,412	0,3550	Valid
9	Item 9	0,367	0,3550	Valid
10	Item 10	0,874	0,3550	Valid
11	Item 11	0,603	0,3550	Valid
12	Item 12	0,384	0,3550	Valid
Variabel Budaya Organisasi				
1	Item 1	0,512	0,3550	Valid
2	Item 2	0,673	0,3550	Valid
3	Item 3	0,756	0,3550	Valid
4	Item 4	0,847	0,3550	Valid
5	Item 5	0,652	0,3550	Valid
6	Item 6	0,577	0,3550	Valid
7	Item 7	0,564	0,3550	Valid
8	Item 8	0,465	0,3550	Valid
9	Item 9	0,670	0,3550	Valid
10	Item10	0,756	0,3550	Valid
Variabel Komunikasi Organisasi				
1	Item 1	0,599	0,3550	Valid
2	Item 2	0,783	0,3550	Valid
3	Item 3	0,588	0,3550	Valid

4	Item 4	0,778	0,3550	Valid
5	Item 5	0,575	0,3550	Valid
6	Item 6	0,721	0,3550	Valid
7	Item 7	0,646	0,3550	Valid
8	Item 8	0,646	0,3550	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam indikator yang digunakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,3550 (dengan N=29).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden atas pertanyaan yang terdapat pada kuisioner. Pengujian reliabilitas dapat dinilai berdasarkan nilai *Combach Alpha*. Jika nilai *Combach Alpha* $> 0,6$ dapat dikatakan reliabel sedangkan apabila nilai *Combach Alpha* $< 0,6$ maka dapat dikatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Combach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kinerja Karyawan	0,868	$>0,6$	Reliabel
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,859	$>0,6$	Reliabel
Budaya Organisasi	0,848	$>0,6$	Reliabel
Komunikasi Organisasi	0,809	$>0,6$	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.8 menunjukkan hasil uji reliabilitas konstruk variabel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh nilai *Combach Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Hasil ini menunjukkan seluruh instrumen dalam penelitian reliabel, sehingga butir pertanyaan dapat dipercaya serta dapat dipergunakan dalam penelitian selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas residual dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil $Kolmogorov-Smirnov > 0,05$ maka dapat dikatakan terdistribusi normal. Namun sebaliknya, jika $Kolmogorov-Smirnov < 0,05$ maka tidak terdistribusi normal. Berikut adalah tabel hasil uji normalitas :

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

<i>One Sample Kolmogorov – Smirnov Test</i>	
	<i>Unstandardized Recidual</i>
<i>Test Statistik</i>	0,107
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,871
c. <i>Liliefors Significance Correction.</i>	
d. <i>This is a lower bound of the true significance.</i>	

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Pada hasil uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,871 sedangkan tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan

bahwa data yang digunakan adalah data yang berdistribusi normal, karena nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih dari 0,05 ($0,871 > 0,05$).

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dipaksa menggunakan *Variance Inflation Factor (VIP)* untuk masing-masing variabel independen dengan melihat *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Hasil multikolinearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficient ^a</i>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constants)		
Intensitas Penggunaan Medsos	0,730	1,371
Budaya Organisasi	0,543	1,841
Komunikasi Organisasi	0,569	1,757
Dependen Variabel :Kinerja Karyawan		

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Pada hasil uji multikoleniaritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* antar variabel lebih dari 0,10 dan seluruh VIF dari variabel independen

kurang dari 10,00. Hal tersebut menandakan bahwa tidak adanya multikoleniaritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $> 0,05$. Berikut ini tabel uji heteroskedastisitas :

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficient</i>		
Model	Sig.	Keterangan
(Constants)	0,772	
Intensitas Penggunaan Medsos	0,121	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Budaya Organisasi	0,930	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Komunikasi Organisasi	0,629	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan uji park pada tabel 4.11 dengan pengujian heteroskedastisitas terlihat bahwa semua nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Linear Berganda

Tujuan dari analisis linier berganda dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen Intensitas Penggunaan Media Sosial (IPMS), Budaya Organisasi (BO), Komunikasi Organisasi (KO) terhadap Kinerja Karyawan (KK). Adapun bentuk umum persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y : a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Tabel 4.12

Hasil Uji Analisis Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig
Model	B	Std.Error	Beta		
(Constan)	5,999	4,486		1,337	0,192
Intensitas Penggunaan Medsoc	0,072	0,096	0,081	0,752	0,459
Budaya Organisasi	0,488	0,161	0,381	3,039	0,005
Komunikasi Organisasi	0,831	0,189	0,537	4,394	,000

a. Dependen Variabel : Kinerja Karyawan

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan hasil *output* pada tabel 4.12 diperoleh persamaan sebagai berikut :

$Y (\text{Kinerja Karyawan}) = 5,999 + 0,072 (\text{Intensitas Penggunaan Medsoc}) + 0,488 (\text{Budaya Organisasi}) + 0,831 (\text{Komunikasi Organisasi})$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) adalah menunjukkan besarnya nilai kinerja karyawan (Y). Variabel intensitas penggunaan media sosial, budaya organisasi, komunikasi organisasi dinyatakan konstan dengan dengan nilai kerja 5,999.
- b. Nilai koefisien regresi (β) variabel intensitas penggunaan media sosial sebesar 0,072. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel intensitas penggunaan media sosial sebesar satuan, maka kinerja karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera akan meningkat sebesar 0,072.
- c. Nilai koefisien regresi (β) variabel budaya organisasi sebesar 0,844. Hal tersebut menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel budaya organisasi sebesar satu satuan maka kinerja karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera akan meningkat sebesar 0,488.
- d. Nilai koefisien regresi (β) variabel komunikasi organisasi sebesar 0,831. Hal tersebut menyatakan bahwa setiap peningkatan variabel komunikasi organisasi sebesar satu satuan, maka kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera akan mengkat sebesar 0,831.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terkait. Nilai R^2 yang sempurna dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model, dimana $0 < R^2 < 1$ yang

artinya nilai R^2 yang kecil berarti bahwa kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terkait amat terbatas.

Tabel 4.13
Hasil Koefisien Determinasi R^2

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of
1	0,878 ^a	0,770	0,745	2,067
a. Predictors : (<i>constant</i>) : Intensitas Penggunaan Medsos, Budaya Organisasi, Komunikasi Organisasi.				
b. Dependent Variabele : Kinerja Karyawan				

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.13 menjelaskan bahwa nilai koevisien *Adjusted R Square* sebesar 0,745 yang berarti bahwa seluruh variabel bebas atau independen (intensitas penggunaan medsos, budaya organisasi, komunikasi organisasi) menjelaskan variabel dependen (kinerja karyawan) sebesar 0,745 atau sebesar 74,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 25,5 % diluar penelitian.

b. Uji t

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individu dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 14**Hasil Uji t (Parsial)**

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	T	Sig.
Model	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	5,999	4,486		1,337	0,1 92
Intensitas Penggunaan Medsos	0,072	0,096	0,081	0,752	0,4 59
Budaya Organisasi	0,488	0,161	0,381	3,039	0,0 05
Komunikasi Organisasi	0,831	0,189	0,537	4,394	0,0 00
a. Dependen Variabel : Kinerja Karyawan					

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Jika nilai t hitung lebih tinggi dari nilai t tabel, hal tersebut berarti hipotesis yang menyatakan variabel independen secara individu dipengaruhi variabel dependen diterima. Hasil hitung t tabel yaitu 2,051 dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$T_{\text{tabel}} = (\alpha : 2 ; n-k-1)$$

$$= (0,05 : 2 ; 31-3-1)$$

$$= (0,025; 27)$$

$$= 2,051$$

Dari hasil uji t (parsial) pada tabel dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Pengujian hipotesis pertama

Terlihat bahwa t hitung untuk koefisien intensitas penggunaan medsos adalah $0,459 < t$ tabel $2,051$ dengan signifikansi $0,459 > 0,05$. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial terhadap kinerja karyawan **ditolak** (Ha ditolak Ho diterima), artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial terhadap kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

2) Pengujian Hipotesis kedua

Terdapat t hitung untuk koefisien budaya organisasi adalah $3,039 > t$ tabel $2,051$ dengan signifikan $0,005 < 0,05$. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan antara budaya organisasi terhadap kinerja karyawan **diterima** (Ha diterima dan Ho ditolak) artinya secara parsial terdapat pengaruh antara budaya organisasi terhadap kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga

Terlihat bahwa t hitung untuk koefisien komunikasi organisasi adalah $4,394 > t$ tabel $2,051$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan

diterima (H_a diterima dan H_0 ditolak), artinya secara parsial terdapat pengaruh antara komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

b. Uji F

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika F hitung $>$ F tabel maka dapat dikatakan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.15

Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Modal	Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig.
Regresion	386,320	3	128,773	30,140	,000 ^b
Residual	115,358	27	4,273		
Total	501,677	30			

a. Dependen Variabel : Kinerja Karyawan
b. Predictors : (*Constant*) Intensitas Penggunaan Medsos, Budaya Organisasi, Komunikasi Organisasi

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari hasil uji F pada tabel 4.15 dapat terlihat bahwa nilai F hitung diperoleh sebesar 30,140 sedangkan F tabel digunakan lampiran statistika tabel F. Menghitung F tabel dengan df pembilang = k (jumlah variabel independen) dan df penyebut = (n-k-1) dengan taraf kesalahan

5%. Dari rumus tersebut diperoleh df pembilang = 3 df penyebut 31-3-1 = 27 dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 maka diperoleh F tabel sebesar 2,96.

Dari hasil uji F (simultan) pada tabel dapat disignifikansikan sebagai berikut : pengujian hipotesis keempat, terlihat bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu $30,140 > 2,96$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya intensitas penggunaan media sosial, budaya organisasi, dan komunikasi organisasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Karyawan pada PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera

Penelitian yang telah dilakukan di BPRS Madina menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari hasil t hitung $< t$ tabel yaitu ($0,752 < 2,051$) dengan nilai signifikansi $0,459 > 0,05$ yang diujikan pada 31 responden karyawan PT BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Dengan demikian, H_1 yang menyatakan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera **ditolak**. Berikut hasil kuisioner responden variabel intensitas penggunaan media sosial :

Tabel 4.16
Jawaban Kuisioner Responden Variabel X1

Variabel	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
Intensitas Penggunaan Media Sosial (X1)	X1.1	10	21	0	0	31
	X1.2	11	20	0	0	31
	X1.3	12	15	4	0	31
	X1.4	12	14	5	0	31
	X1.5	10	14	5	0	31
	X1.6	9	14	8	0	31
	X1.7	11	16	4	0	31
	X1.8	2	29	0	0	31
	X1.9	10	21	0	0	31
	X1.10	11	4	16	0	31
	X1.11	9	21	1	0	31
	X1.12	9	22	0	0	31
Jumlah Keseluruhan		118	211	43	0	372
Presentase		31,7%	56,7%	11,6%	0%	100%

Sumber : Data Perimer Diolah 2020

Berdasarkan table di atas, jawaban kuisioner untuk variable intensitas penggunaan media sosial adalah seberar 31,7% yang menjawab sangat setuju. Sebanyak 56,7% responden menjawab setuju, dan sisanya sebanyak 11,6% menjawab tidak setuju. Pernyataan tidak setuju paling banyak berada pada pertanyaan ke sepuluh yaitu pertanyaan mengenai perasaan canggung mengenai penggunaan penggunaan media sosial. Hal tersebut menunjukkan

bahwa penggunaan media sosial tidak membuat mereka lalai dan merasa candu. Untuk pertanyaan mengenai intensitas pada pertanyaan 3-6, hasilnya menunjukkan bahwa mereka hanya setuju dan cenderung memilih tidak setuju mengenai durasi dan frekuensi penggunaan media sosial.

Terdapat salah satu pertanyaan dalam kuisioner mengenai frekuensi penggunaan media sosial para karyawan. Dalam kuisioner tersebut berusaha meneliti kembali penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* sebuah perusahaan media asal Inggris yang menyatakan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu selama 3 ½ jam untuk menggunakan media sosial. Dari jawaban mengenai pertanyaan frekuensi penggunaan media sosial lebih dari 7 kali dalam sehari, hanya 9 orang yang menjawab sangat setuju. Selebihnya mereka menjawab tidak setuju dan setuju.

Berdasarkan kuisioner yang peneliti sebar mengenai intensitas penggunaan media social pada karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera, sebagian besar karyawan disana setuju menggunakan media sosial hanya selama 3 ½ jam per hari yaitu dengan hasil presentase sebesar 87 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan di sana menggunakan media sosial dalam batas waktu yang wajar dan sesuai dengan rata-rata penggunaan media sosial orang Indonesia. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh perusahaan media asal Inggris *We Are Social* yang bekerja sama dengan Hotsui. Dari hasil penelitian ini, tidak adanya pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kinerja karyawan di sana dikarenakan mereka menggunakan media sosial dengan sewajarnya dan tidak berlebihan.

Berkaitan dengan teori Atribusi sebagai *grand theory* yang digunakan, faktor eksternal memang dapat mempengaruhi kondisi atau kebiasaan seseorang hingga berimbas pada kinerja seseorang karyawan di dalam perusahaan. Namun, dalam mengamati proses perubahan sikap seseorang yang berkaitan dengan intensitas penggunaan media sosial seseorang terdapat hal mendasar yang perlu diperhatikan. Hal tersebut adalah frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses media sosial yang dilakukan oleh pengguna internet (Horrigan, 2000). Benang merahnya adalah, kinerja seorang karyawan dapat terpengaruh oleh intensitas penggunaan media sosial jika penggunaannya dilakukan secara intens. Namun, jika penggunaan tidak intens dilakukan maka, pengaruhnya terhadap kinerja dapat dapat terjadi atau bahkan tidak.

Tuntutan pekerjaan yang wajibkan mereka masuk kerja selama 8 jam menjadikan mereka terbatas dalam membuka media sosial pada jam kerja. Oleh karena itu, pengakuan mereka yang menyatakan menggunakan media sosial selama $3\frac{1}{2}$ jam perhari memang benar adanya tetapi hal tersebut kemungkinan juga terjadi diluar jam kerja mereka. Hal tersebut juga diperkuat dari hasil wawancara singkat yang telah peneliti lakukan dengan ibu Sofi selaku HRD Bank Madina Syariah yang menyatakan bahwa selama bekerja karyawan hanya dapat leluasa membuka media sosial saat jam istirahat kantor. HRD Bank tersebut menerangkan bahwa penggunaan media sosial hanya digunakan untuk keperluan pekerjaan. Seperti menghubungi nasabah bagi para marketing, mencari karakter seseorang

untuk kepentingan rekrutmen pekerja dan calon nasabah, serta kebutuhan komunikasi yang dapat membantu kelancaran bekerja.

Berkaitan dengan *Cultural Norms Theory* (Teori Norma Budaya) memang menyatakan bahwa media massa yang bila dikaitkan dengan penelitian ini adalah media sosial, maka pengaruhnya dapat mengubah perilaku maupun kebiasaan seseorang yang telah mapan kepada kebiasaan atau perilaku yang baru. Tetapi, banyak pula yang menentang teori tersebut. Kelemahan dari teori tersebut juga tidak menjelaskan prosesnya secara detail bagaimana media dapat mempengaruhi perilaku seseorang yang telah mapan (Maharani & Efendi, 2017).

Oleh karena itu, perlu juga diperhatikan jenis perubahan apakah yang kiranya terjadi pada diri karyawan sebagai pengguna media sosial dan penerima informasi di dalamnya. Apakah perubahan perasaan atau sikap dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain perubahan kognitif, afektif, atau justru perubahan behavioral yang terjadi pada diri karyawan sehingga mempengaruhi kinerja mereka. Hal tersebut menjadi kendala dalam penelitian ini karena bagi peneliti, untuk mengamati kebiasaan dan perubahan apa saja yang terjadi dalam diri karyawan sehingga dapat mempengaruhi kinerja dalam menggunakan media sosial membutuhkan waktu yang cukup lama.

Hasil mengenai intensitas penggunaan media sosial terhadap kinerja karyawan PT.BPRS Madina Mandiri Sejahtera memang tidak berpengaruh secara signifikan, namun menggunakan media sosial pada saat jam produktif kerja dapat mempengaruhi citra profesionalitas karyawan bank

tersebut. Menurut (Maharani & Efendi, 2017) profesionalitas merupakan sebutan yang mengacu pada sikap mental dalam bentuk komitmen dari para anggota suatu profesi. Orang-orang yang sudah terikat pada suatu profesi sudah menjadi kewajibannya untuk senantiasa mewujudkan dan meningkatkan kualitas profesionalnya. Profesionalitas di sini merupakan sebuah komitmen para anggota suatu profesi untuk mengembangkan strategi dalam melakukan pekerjaan sesuai profesi tersebut.

Jika menggunakan media sosial saat bekerja merupakan strategi yang dilakukan untuk memperoleh informasi atau menunjang pekerjaan maka hal tersebut baik untuk dilakukan. Namun jika menggunakan media sosial hanya untuk hiburan dikhawatirkan karyawan akan terbuai dan menggesampingkan kewajiban pekerjaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Mellyana Eka Yan Fitri dkk. pada tahun 2018 menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel penggunaan media sosial dan lingkungan kerja. Namun, dalam penelitian tersebut menerangkan bahwa penggunaan media sosial dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Oleh karena itu, kebijakan mengenai pembatasan penggunaan media sosial memang sudah sepatutnya dilakukan dan menjadi sebuah perhatian karena hal tersebut tentunya akan mempengaruhi kinerja karyawan pada perusahaan.

2. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera

Penelitian yang dilakukan di BPRS Madina Mandiri Sejahtera menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kinerja karyawan. Berikut hasil kuisioner responden variabel budaya organisasi :

Tabel 4.17 6
Jawaban Kuisioner Responden Variabel X2

Variabel	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
Budaya Organisasi (X2)	X2.1	6	25	0	0	31
	X2.2	14	17	0	0	31
	X2.3	14	17	0	0	31
	X2.4	15	16	0	0	31
	X2.5	14	17	0	0	31
	X2.6	12	19	0	0	31
	X2.7	20	11	0	0	31
	X2.8	10	21	0	0	31
	X2.9	17	14	0	0	31
	X2.10	14	17	0	0	31
Jumlah Keseluruhan		136	174	0	0	310
Presentase		43,9%	56,1%	0%	0%	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Data hasil jawaban responden yang menjawab sangat setuju dari semua kuisioner sebanyak 43,9%. Sedangkan untuk jawaban kuisioner terbanyak adalah jawaban setuju dengan presentase sebesar 56,1%. Sedangkan dari kuisioner untuk pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak dipilih sama sekali oleh responden.

Dari hasil jawaban kuisioner tersebut dapat dikatakan budaya organisasi di dalam perusahaan atau bank tersebut baik. Hal tersebut dikarenakan kuisioner yang peneliti ajukan lebih kepada pertanyaan yang bersifat positif mengenai budaya organisasi. Dari teori yang digunakan dan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa budaya organisasi dapat mempengaruhi kinerja. Sehingga, dari jawaban yang sebesar 100% tersebut sudah jelas bahwa budaya organisasi di tempat tersebut baik menurut karyawan di sana sebagai responden. Dan dari jawaban tersebut pula dapat di lihat bahwa budaya organisasi dapat mempengaruhi kinerja.

Pengolahan hasil kuisioner tersebut ditunjukkan dengan hasil $3,039 > t$ tabel 2,051 dengan signifikansi $0,005 < 0,05$ yang diujikan pada 31 responden karyawan PT BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Dengan hasil tersebut, dinyatakan bahwa H₂ yang menyatakan bahwa variabel budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera **diterima**.

Dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut dikarenakan budaya organisasi merupakan sebuah kebiasaan yang menjadi presepsi bersama yang dianut oleh masing-masing anggota organisasi yang dikemukakan oleh Gareth R. Jones. Budaya organisasi juga merupakan keadaan internal yang terdapat di sebuah perusahaan atau organisasi. Sehingga seseorang akan terbiasa dan terus-terusan berhadapan dengan budaya tersebut selama ia bekerja. Oleh karena itu, budaya di dalam organisasi dapat mempengaruhi kondisi seorang karyawan yang terdapat di dalamnya. Hal tersebut selaras

dengan teori Atribusi yang digunakan sebagai *grand theory*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Irfam Fahmi bahwa budaya organisasi yang menjadi kebiasaan yang telah berlangsung lama dan dipakai serta diterapkan dalam kehidupan aktivitas sebagai salah satu pendorong untuk meningkatkan kualitas kerja para karyawan dan manajer perusahaan (Fahmi, 2013).

Menurut teori jaring laba-laba yang dikemukakan oleh Clifford James Geertz juga menyatakan bahwa budaya organisasi yang tercipta merupakan hasil dari pintalan bersama. Setiap budaya organisasi yang terdapat pada perusahaan juga pasti akan berbeda-beda. Terciptanya sebuah budaya di dalam organisasi merupakan campur tangan dari setiap anggota di dalamnya. Habits yang tercipta serta siklus kerja dan interaksi yang tercipta di dalamnya sangat menggambarkan bagaimana anggota organisasi memenuhi kewajiban mereka dalam bekerja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hairy Anshari,H.Masjaya, dan H.Jama dengan judul *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur Devision*).Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bawa Komunikasi Organisasi dan Budaya Organisasi , berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

Tidak hanya penelitian tersebut, penelitian yang menunjukkan hasil yang positif dan signifikan mengenai pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja sudah banyak sekali dibuktikan. Contoh lain adalah penelitian yang dilakukan oleh Jui Chen-Chen, Colin Silverthone, Jung-Yao Hung pada

tahun 2018 mengenai pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan juga menunjukkan hasil yang positif dan signifikan.

Melalui penelitian ini dapat ditarik benang merah bahwa jika seseorang yang sudah terbiasa dan merasa nyaman dengan budaya organisasi tempat ia bekerja maka hal tersebut akan mempengaruhi kinerja dari karyawan tersebut. Namun, melalui teori jaring laba-laba pula dapat disimpulkan bahwa seseorang yang menemukan budaya yang baru dalam perusahaan lain akan menuntutnya untuk menyesuaikan diri kembali serta akan mempengaruhi kinerja karwan tersebut di tempat kerjanya yang baru.

3. Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT.

BPRS Madina Mandiri Sejahtera

Penelitian yang dilakukan di BPRS Madina Mandiri Sejahtera menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil $4,394 > t \text{ tabel } 2,051$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang diujikan pada 31 responden karyawan PT BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Dengan hasil tersebut, dinyatakan bahwa H₃ yang menyatakan bahwa variabel komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera **diterima**.

Berikut hasil kuisioner responden variabel budaya organisasi :

Tabel 4.18
Jawaban Kuisioner Responden

Variabel	Pertanyaan	Jawaban Responden				Jumlah
		SS	S	TS	STS	
Komunikasi Organisasi (X3)	X3.1	6	25	0	0	31
	X3.2	9	22	0	0	31
	X3.3	10	21	0	0	31
	X3.4	14	17	0	0	31
	X3.5	11	15	5	0	31
	X3.6	10	21	0	0	31
	X3.7	9	22	0	0	31
	X3.8	13	18	0	0	31
Jumlah Keseluruhan		82	161	5	0	248
Presentase		33,1 %	64,9%	2%	0%	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Pada data di atas menunjukkan bahwa responden yang memilih jawaban sangat setuju mengenai komunikasi organisasi adalah sebanyak 33,1 %. Untuk jawaban setuju presentasinya paling tinggi yaitu sebesar 64,9%. Sedangkan 2% responden menjawab tidak setuju.

Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi organisasi yang terdapat pada perusahaan atau bank tersebut baik. Karena, semakin tinggi jawaban responden, maka semakin positif atau baik pula keadaan komunikasi organisasi atau variabel terkait dalam organisasi tersebut. Pertanyaan yang memiliki jawaban tidak setuju merupakan pertanyaan mengenai konsultasi yang dilakukan oleh karyawan terhadap atasan. Hasilnya, 5 karyawan

menjawab tidak mengkonsultasikan atau menyanyakan pekerjaan yang dilimpahkan untuknya kepada atasan.

Komunikasi dalam organisasi pada dasarnya didesain untuk memastikan segala kegiatan organisasi agar dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi organisasi itu sendiri, suatu organisasi merupakan suatu sistem terbuka yang dinamis, yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya sebagai suatu proses (Romli, 2011). Hasil dari komunikasi organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja seseorang selaras dengan *grand theory* yang digunakan berupa teori retribusi. Yang menyatakan bahwa faktor internal pada lingkungan sekitar dapat mempengaruhi seseorang termasuk kinerja seorang karyawan di sebuah perusahaan maupun organisasi.

Dalam hal ini kaitannya dengan kinerja menurut Golhaber dalam (Arni Muhammad, 2014) adalah “*organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of independent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Yang artinya 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. Berdasarkan hal tersebut, komunikasi yang baik akan mempengaruhi karyawan dalam mencapai kinerja yang baik.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shinta Vesmagita pada tahun 2015 dengan judul *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Tetap*

Pada Pt. Mah Sing Indonesia. Hasilnya adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai pengaruh komunikasi organisasi dan lingkungan kinerja terhadap kinerja karyawan. Contoh lain dari penelitian yang dejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Hairy Anshari,H.Masjaya, dan H.Jamal Amin pada tahun 2014 dengan judul *Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur.*

Menurut Dr. Arni Muhammad, dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Organisasi yang diterbitkan pada tahun 2015 mengungkapkan bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan hal yang menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi. Hal tersebut dikarenakan komunikasi organisasi ikut campur dalam mempengaruhi tingkah laku dan mobilisasi komunikasi pada karyawan dalam proses bekerja. Komunikasi yang terjalin dalam organisasi akan memperlancar proses karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya. Namun sebaliknya, proses komunikasi yang terjadi distorsi di dalamnya, akan menghambat karyawan dalam mencerna komunikasi secara baik (Arni Muhammad, 2014). Hal tersebut tentu saja akan mempengaruhi proses pekerjaan mereka. Itulah mengapa komunikasi organisasi harus menjadi perhatian pimpinan PT BPRS Madina Mandiri Sejahtera untuk menunjang kemaksimalan dalam mencapai kualitas kinerja karyawan.