

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP
MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA PT. POS INDONESIA
(PERSERO) MATARAM**

*ORGANIZATIONAL COMMUNICATION EFFECT ON EMPLOYEE
MOTIVATION AT PT. POS INDONESIA (PERSERO) MATARAM*

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh

LINDAWATI
NIM. 217120123

**KONSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA
KARYAWAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) MATARAM**

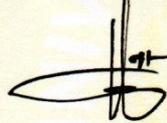
Oleh :

**LINDAWATI
217120123**

Dinyatakan telah memenuhi syarat dan disetujui
Pada tanggal 13 Februari 2021

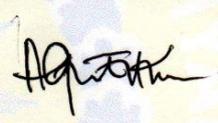
Menyetujui
Pembimbing

Dosen Pembimbing I



**Drs. Amil, M.M
NIDN. 0831126204**

Dosen Pembimbing II



**Alfian Eikman, S.Sos., M.A
NIDN. 0303048303**

Mengetahui :

**Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua Program Studi**



**Lata Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN. 0828108404**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA
KARYAWAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) MATARAM**

Oleh :

**LINDAWATI
217120123**

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal: 13 Febuari 2021
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim penguji

**Drs. Amil, M.M
NIDN. 0831126204**

(PU)

(.....)

**Alfian Eikman, Sos., MA.
NIDN. 0303048303**

(PP)

(.....)

**Seiva, M.Sc.
NIDN. 0811118601**

(PN)

(.....)

Mengesahkan,

**Mengetahui Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan,**


**Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di kampus auaniversitas Muhammadiyah maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digigirkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, 20 Ferbruari 2021



asiswa,

LINDAWATI
217120123



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LINDAWATI
NIM : 217120123
Tempat/Tgl Lahir : Labuhan Padi, 05 february 1999
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : FISIP
No. Hp/Email : 088119605193 / lwati8764@gmail.com

Judul Penelitian : -

Pengaruh komunikasi Organisasi Terhadap
Motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia
(Persero) Mataram.

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 35%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya **bersedia menerima sanksi** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 3 Maret 2021

Penulis



LINDAWATI
NIM. 217120123

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LINDA WATI
NIM : 217120123
Tempat/Tgl Lahir : LABUHAN PADI, 05 FEBRUARI 1999
Program Studi : ILMU ADM. BISNIS
Fakultas : FISIP
No. Hp/Email : 083 119 605 193 /lwati8764@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI
KERJA KARYAWAN PADA PT. POS INDONESIA (penero Mataram)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 03 MARET 2021

Penulis



LINDA WATI
NIM. 217120123

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

“ Selagi bisa mengerjakan sendiri mengapa harus merepotkan orang lain, selagi

diri sendiri masih bisa berdiri lalu mengapa harus menunggu untuk dibantu

berdiri”

“jangan minta di suap terus-terusan belajarliah untuk makan sendiri”.

Ingin menjadi berguna meski orang-orang merasa saya tidak berguna.



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan mamak tercinta, Bapak Sudirman dan Mamak Halimah yang telah memberikan dukungan dan do'a demi kesuksesan saya hingga saat ini. Saya ucapkan terima kasih banyak yang tiada henti untuk kalian.
2. Adik-adik saya tersayang, Faisal Akbar T, Mailani Sapetri dan Riski Arenza yang menjadi motivasi saya, untuk terus berjuang hingga saat ini. Dan untuk keluarga besar saya, para kerabat yang telah mendukung dan memberikan semangat sampai saat ini.
3. Rekan hidup saya, Lalu Sare'at Guru Indraguna yang telah banyak membantu dalam menyusun skripsi ini, yang selalu memberi motivasi, dukungan dan semangat yang luar biasa sehingga saya bisa seperti sekarang.
4. Terima kasih saya ucapkan kepada bapak Drs. Amil, M.M dan bapak Alfian Eikman , S.Sos., MA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi.
5. Terima kasih kepada Ayu Febry, Sinta Ayu, San'ah Nur, Dodi Arman, Aditiya Apriatama yang senantiasa membantu dan memberi dukungan kepada saya selama ini.
6. Teman-teman seperjuangan khususnya di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan.
7. Keluarga besar KSR-PMI Unit Universitas Muhammadiyah Mataram, terima kasih atas pengalaman, dukungan dan semangat yang kalian berikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala Rahmat serta Hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan proposal penelitian sebagai salah satu persyaratan mutlak untuk kelulusan pendidikan program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Tujuan dari proposal penelitian ini adalah untuk menambah pemahaman, wawasan, pengalaman, serta untuk mengaplikasikan teori yang diajarkan dikampus ke lapangan yang sesungguhnya.

Dalam menyelesaikan Skripsi penulis tidak lepas dari bantuan Teman-Teman, Orang Tua, Dosen Pembimbing, yang mendorong dari belakang. Untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Ghani, M. Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S,Sos., M.M. Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Ibu Baiq Reinalda Tri Yunarni, S.E., M.Ak selaku sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Drs. Amil, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan hingga proposal ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak Alfian Eikman, S.Sos., MA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan hingga proposal ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Kedua Orang Tua Tercinta, Ayahanda Sudirman dan Bunda Halimah yang memberi motivasi, dukungan dan do'a terima kasih atas segalanya semoga Allah S.W.T membalas semua kebaikan kalian Amin ya Robbal Allamin
8. Seluruh Dosen pengajar serta pegawai Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Jurusan Universitas Muhammadiyah Mataram.
9. Seluruh teman-teman kampus seperjuangan khususnya yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu, terimakasih atas bantuan dan persahabatan yang tak kan pernah penulis lupakan.
10. Dan terimakasih penulis ucapkan terhadap teman-teman lainnya, baik yang berada di Universitas maupun diluar Universitas Muhammadiyah lainnya.

Atas segala bimbingan dan bantuan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama penulis melakukan proposal penelitian maka penulis ucapkan banyak terimakasih dan hanya dapat mendoakan semoga kebaikan tersebut dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda, Amin.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Mataram, 18 Januari 2021

Penulis

LINDAWATI
NIM. 217120123

**PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI
KERJA KARYAWAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)
MATARAM.**

Lindawati¹, Amil², Alfian Eikman³
Mahasiswa¹, Pembimbing², Pembimbing utama³
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komunikasi organisasi, motivasi kerja, dan pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram. Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif dengan populasi yaitu seluruh karyawan yang bekerja di PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram yang berjumlah 70 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, kuesioner dan penelitian langsung di lapangan. Tehnik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistic deskriptif dengan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji t).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai konstanta sebesar 17,388 dan koefisien regresi sebesar 0,742. Sedangkan nilai koefisien determinasi R^2 (*R Square*) sebesar 0,598 yang artinya pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan sebesar 59,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan berdasarkan hasil uji t dimana $df = n - 2$ $\alpha = 0,05$ maka $t_{tabel} = 1,995$ untuk variable komunikasi organisasi diperoleh nilai $t_{hitung} = 10,061$ dengan tingkat signifikan 0,000. Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh signifikan sebesar 59,8% terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Motivasi Kerja

ORGANIZATIONAL COMMUNICATION EFFECT ON EMPLOYEE MOTIVATION AT PT. POS INDONESIA (PERSERO) MATARAM

Lindawati¹, Amil², Alfian Eikman³
Student¹, Advisor², Main Advisor³

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences

ABSTRACT

The study was conducted to assess organizational communication, work motivation, and the influence of organizational communication on PT employee motivation. The descriptive quantitative population, namely all employees employed at PT, is used in this study. Pos Indonesia (Persero) Mataram, with a population of 70. The collection of data was conducted by means of evaluation, questionnaires and direct field analysis. Descriptive statistical analysis using validity test, reliability test, basic linear regression test, coefficient of determination analysis and hypothesis test (t test) is the data analysis methodology used.

The findings of this study suggest that a constant value of 17.388 and a regression coefficient of 0.742 were obtained from the test results of simple linear regression analysis. In the meantime, the determination coefficient R^2 (R Square) is 0.598, meaning that the effect of organizational contact on employee job morale is 59.8%, while the remainder is affected by other variables not examined. In the meantime, based on the results of the t test where $df = n - 2$ $\alpha = 0.05$, then $t_{table} = 1.995$ obtained $t_{count} = 10.061$ with a significant level of 0.000 for organizational coordination variables. This implies $t_{count} > t_{table}$, implying H_0 is rejected and H_a is accepted. It can therefore be concluded that organizational contact has a substantial impact of 59.8 percent on the motivation of employees at PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

Keywords: *Organizational Communication, Work Motivation*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TUJUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Pengertian Komunikasi	9
2.2.1 Bentuk Komunikasi	10
2.2.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi	11
2.2.3 Tujuan Komunikasi	12
2.2.4 Unsur-unsur Komunikasi.....	12
2.2.5 Hambatan Komunikasi	14
2.3 Pengertian Organisasi.....	15
2.3.1 Unsur-unsur Organisasi	16
2.4 Pengertian Komunikasi Organisasi	17
2.4.1 Fungsi Komunikasi Organisasi	19
2.5 Pengertian Motivasi Kerja.....	22

2.5.1	Tujuan Motivasi	23
2.5.2	Indikator-indikator Motivasi	24
2.5.3	Jenis-jenis Motivasi.....	25
2.5.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja	26
2.6	Kerangka Berfikir.....	27
2.7	Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian.....	29
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	30
3.4	Sumber Data.....	31
3.4.1	Sumber Data Primer	31
3.4.2	Sumber Data Sekunder	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5.1	Penelitian Lapangan	31
3.5.2	Kuesioner.....	32
3.5.3	Observasi	32
3.6	Klasifikasi Variabel.....	33
3.7	Operasional Variabel.....	35
3.8	Pengukuran Variabel.....	36
3.9	Teknik Analisis Data.....	37
3.9.1	Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.9.2	Uji Regresi Linier Sederhana	38
3.9.3	Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.2	Visi dan Misi	41
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram	44

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden	45
4.2.2 Distribusi Jawaban Responden.....	47
4.2.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
4.2.4 Hasil Persamaan Regresi Linear Sederhana	52
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	53

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	37
Tabel 3.3	Moment Product.....	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Komunikasi Organisasi (X)	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja (Y).....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y.....	49
Tabel 4.7	Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana	50
Tabel 4.8	Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.9	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.....	44



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi mengharuskan para pengusaha untuk memajukan aktivitas usaha mereka. Perkembangan dunia usaha yang pesat ditandai dengan adanya pertumbuhan dan peningkatan jenis usaha baru. Berbagai perusahaan dengan skala besar maupun kecil telah berdiri kokoh dan berkembang sukses untuk memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh kalangan masyarakat. Persaingan usaha semakin ketat, karenanya perusahaan di tuntut untuk melaksanakan segala aktivitas operasional mereka dengan efektif dan efisien agar mampu mempertahankan eksistensinya, Arifa (2013:12). Agar terus berkembang menjadi perusahaan terbaik di mata konsumen perusahaan juga harus memperhatikan karyawan yang dimilikinya. Manajemen perusahaan harus mendorong karyawannya agar memiliki kinerja yang maksimal sehingga sudah seharusnya perusahaan memberikan arahan, dan motivasi yang positif kepada karyawan sehingga akan menimbulkan motivasi dalam diri karyawan untuk melakukan pekerjaan yang optimal dan akhirnya akan berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa di bidang pengiriman yang dapat juga dikatakan sebagai unit pelaksanaan kegiatan komunikasi di antaranya surat menyurat. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berusaha mempertahankan kepercayaan dan pelayanan baik terhadap pemerintah maupun masyarakat sebagai pengguna jasa pos dan giro. Misalnya pelayanan

pengiriman internasional, filateli, hybrid mail, ritel, logistik, keuangan, paket pos, dan surat pos. Kegiatan usaha Pos Indonesia mencakup aktivitas inti, yaitu mengumpulkan, pengolahan, mengangkut, dan pengiriman, yang berlaku untuk ketiga *core business*-nya, baik komunikasi, logistik, maupun layanan keuangan. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang semula berupa perusahaan umum (perum) menjadi PT. Pos Indonesia sebuah perusahaan (Persero).

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan dunia dan masyarakat saat ini dalam menjalankan usaha. Salah satu pelayanan yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia ialah jasa pengiriman paket dan logistik memiliki prospek yang sangat baik tetapi kenyataannya sebagian besar pangsa pasar jasa pengiriman paket di kuasai oleh perusahaan jasa swasta.

Saat ini sudah banyak sekali perusahaan yang menyediakan pelayanan pengiriman paket beberapa diantaranya, JNE, J&T, DHL, TIKI, Indo Ekspedisi, dan ekspedisi lainnya. Ditandai dengan tingkat persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu PT. Pos Indonesia dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas kerja karyawannya guna mencapai kepercayaan dan loyalitas konsumen. Salah satu upaya untuk mencapai hal tersebut adalah dengan tetap menjalin komunikasi antar sesama rekan kerja, dengan atasan dan dengan bawahan. Komunikasi yang baik dapat menjadi sarana yang tepat dalam meningkatkan kinerja karyawan.

Di PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram, pasti terjadi beberapa perselisihan, disaat informasi yang diberikan keatasan tidak sesuai dengan informasi yang diterima oleh bawahan dan dampaknya adalah akan terjadi keributan didalam lingkup internal dalam satu tim dan apabila hal tersebut diketahui oleh atasan dengan secara bijaksana atasan harus memberikan nasihat dan motivasi agar tidak terjadi lagi hal yang serupa. Hal ini biasanya terjadi karena kurangnya informasi dari komunikasi yang terjalin antara atasan dengan karyawan dan antara sesama karyawan dengan karyawan. Maka dari itu pentingnya membangun komunikasi dalam organisasi/perusahaan agar tercapainya tujuan yang diinginkan.

Salah satu hal terpenting dalam dunia kerja adalah sebuah komunikasi. Hal yang sangat sederhana dan mudah dipahami, tapi kadang jarang ada yabf dapat memahami dengan mudah, salah satunya adalah komunikasi yang tidak baik dapat memberikan pengaruh yang tiak baik bagi kehidupan berorganisasi secara luas, misalnya terjadi konflik antara sesama karyawan. Tapi apabaila komunikasi dapat dipahami secara baiak maka akan memberikan dampak yang positif misalakan seperti dapat meningkatkan hasil kepercayaan, saling pengertian, kepuasan kerja dan kerjasama kerja. Komunikasi sangat memegang peranan penting dalam menunjang lancarnya suatu aktivitas karyawan di sebuah perusahaan. Komunikasi merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk mencapai kerjasama yang sinergis didalam organisasi. Peran pemimpin organisasi sangat mempengaruhi kualitas dan efektivitas komunikasi yang dibangun.

Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai wadah atau tempat bagi sekumpulan orang dua atau lebih untuk berkumpul, bekerja secara rasional dan sistematis, terencana dipimpin dan terkendali dalam memanfaatkan sumber daya (lingkungan, material dan metode) sarana dan prasarana, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Organisasi merupakan suatu kesatuan sosial dari sekelompok manusia, yang saling berinteraksi menurut suatu pola tertentu sehingga setiap anggota organisasi memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing, sebagai suatu kesatuan yang mempunyai tujuan tertentu dan mempunyai batas-batas yang jelas, sehingga bisa dipisahkan (Ernawati, 2011:15).

Komunikasi dalam organisasi menjadi bagian penting yang berkaitan dengan fungsi komunikasi sebagai penghubung antara individu satu dengan individu lainnya. Komunikasi organisasi menjadi sebuah perangkat utama dari para anggota organisasi untuk dapat melakukan kegiatan guna mencapai tujuan organisasi (Purwanto, 2003:35).

Selain komunikasi Organisasi, karyawan tidak lepas dari motivasi yang menjadi pendorong seseorang dalam melaksanakan suatu kegiatan guna mendapatkan hasil yang terbaik. Maka dari itu tidak heran jika karyawan yang mempunyai motivasi kerja yang tinggi biasanya mempunyai kinerja yang tinggi pula. Untuk itu motivasi kerja karyawan perlu dibangkitkan agar karyawan dapat menghasilkan kinerja yang terbaik. Pemberian dorongan sebagai salah satu bentuk motivasi, penting dilakukan untuk meningkatkan gairah kerja karyawan sehingga dapat mencapai hasil yang dikehendaki oleh manajemen. Komunikasi memelihara

komunikasi dengan memberikan penjelasan kepada para karyawan tentang apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka mengerjakan dan apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Motivasi merupakan sebuah hasrat yang terdapat pada diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan tindakan peran karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi dan didukung oleh kererampilan dan pengetahuan dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Hal ini berarti bahwa salah satu faktor penentu tingkat keberhasilan perusahaan adalah motivasi kerja karyawan. Pihak-pihak yang berkepentingan dan bertanggungjawab akan keberhasilan suatu organisasi perlu memperhatikan motivasi yang ada pada setiap karyawan dalam rangka menggerakkan, mengarahkan serta menggali potensi-potensi yang ada pada diri karyawan.

Berdasarkan observasi pra penelitian, peneliti melihat proses komunikasi organisasi pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram adalah suasana kerja karyawan yang kurang kondusif dan tingkat efektifitas komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan karyawan belum terjalin dengan baik dan sering kali berdampak kesalahpahaman dalam pekerjaan. Kurangnya keterbukaan antara pimpinan dan bawahan dalam melaksanakan tugas/pekerjaan, pimpinan kadang-kadang kurang mengetahui bagaimana agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh bawahannya, dan bawahan kadang-kadang takut memberikan saran/pendapat kepada pimpinan. Komunikasi organisasi yang lancar dan jelas serta sesuai dengan kebutuhan berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan. Kelancaran komunikasi organisasi di dalam suatu perusahaan berdampak kepada

penerimaan yang positif dari bawahan berupa pemahaman perintah, dan tanggung jawab kerja. Tentu hal ini dapat memicu minimnya motivasi kerja karyawan jika apa yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan karyawan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui dan menganalisis dengan membuat judul **“Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada uraian di atas, maka rumusan masalah yang akan dilakukan penelitian yaitu bagaimana pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah :
“Ingin mengetahui Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram”.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat disajikan sebagai sumber referensi dan dapat juga dijadikan sebagai dasar acuan bagi peneliti

berikutnya. Serta dapat menambah pengetahuan di bidang akademis khususnya para mahasiswa dan mahasiswi program studi Ilmu Administrasi Bisnis tentang Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja di dalam berorganisasi atau perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, Penelitian ini memfokuskan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram yang sebagai objek penelitian, semoga hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pihak manajemen mengenai pengaruh komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram, agar dapat menjadi masukan bagi perusahaan di PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram untuk meningkatkan kinerja dan motivasi dari para karyawan guna meningkatkan sumber daya manusia yang kompetitif.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1.	Hairy Anshari (2014) Pengaruh komunikasi Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur.	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan antara variable independen dan variable dependen	Penelitian Kuantitatif	Persamaan terletak pada teori yang digunakan atau di jadikan sebagai dasar penelitian dan responden penelitian berpacu pada karyawan perusahaan atau organisasi. Perbedaan terletak pada variable independen terdahulu lebih dari satu sedangkan peneliti yang akan dilakukan sekarang hanya satu variable independen.
2.	Ade Pertiwi (2011) Peran Komunikasi dan Motivasi Kerja (Study Korelasi tentang Peranan Komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT. Asianagro Tanjung Balai Asahan	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara peranan komunikasi dengan motivasi kerja karyawan.	Menggunakan metode kuantitatif	Persamaan terletak pada teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.
3.	Hm. Affandi (2002) Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap	Hasilnya adalah iklim komunikasi organisasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan	Menggunakan metode penelitian kuantitatif	Persamaan terletak pada teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yaitu komunikasi organisasi, perbedaan terletak pada lokasi

	kepuasan kerja, komitmen dan kinerja pegawai di lingkungan pemerintah kota semarang.	terhadap kepuasan kerja, komitmen, dan kinerja pegawai.		penelitian.
--	--------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	--	-------------

2.2 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu penyampaian atau penerimaan pesan dari satu orang kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, secara tertulis, lisan maupun nonverbal sehingga orang lain dapat menerima informasi sesuai dengan harapan dari si pemberi informasi. Effendi (2006:391) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, fakta, fikiran dan perasaan dari satu orang ke orang lain. Dalam kehidupan organisasi, komunikasi menjadi sesuatu yang sangat penting karena komunikasi dapat meningkatkan saling pengertian antara atasan dan bawahan dalam hal ini pegawai dan pemimpin serta meningkatkan koordinasi dari berbagai macam kegiatan.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu, Effendy (2006:22). Lebih lanjut dikemukakan oleh Mangkunegara (2013:9) bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai proses pemindahan suatu informasi, ide pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan harapan orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud. Sedangkan menurut Effendy (2006:34) mengatakan bahwa komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan.

Tanpa terjalannya suatu komunikasi maka akan menjadi penghambat dalam kemajuan serta perkembangan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

Sebagai makhluk sosial tentunya tidak akan terlepas dari komunikasi. Komunikasi menjadi suatu hal yang esensial bagi kehidupan organisasi khususnya untuk para karyawan dan atasan dalam mencapai suatu tujuan. Penggunaan komunikasi yang baik akan mengurangi ketidakpastian, dan memperbaiki kinerja karyawan (Robbins, 2008:240).

2.2.1 Bentuk Komunikasi

Komunikasi internal adalah semua pesan yang dikirim atau diterima didalam suatu organisasi baik yang formal maupun informal. Tiga dimensi dari komunikasi internal (Afifudin, 2013:121) adalah:

a. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal merupakan komunikasi yang terjalin antara pimpinan dan pegawai maupun antar karyawan kepada pimpinan. Komunikasi yang dijalin antar pimpinan ke karyawan dengan tujuan untuk memberikan suatu pengertian dan suatu wewenang kepada karyawan untuk mengerjakan suatu pekerjaan dalam kedudukannya dalam sebuah organisasi. Sedangkan hal sebaliknya adalah untuk membuat laporan pekerjaan, memberi masukan dan saran, menyampaikan keluhan serta ide maupun pendapat.

b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal dilakukan antara sesama pegawai dan staf lainnya. Komunikasi horizontal pada umumnya bersifat pemberian informasi yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijaksanaan pimpinan sehingga tidak mengandung unsur perintah.

c. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal biasanya dikenal dengan sebutan komunikasi silang. Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang terjalin antara ketua bidang satu dengan ketua bidang lainnya.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi

Menurut Burhan (2006:274) apapun bentuk organisasinya, komunikasi akan berfungsi sebagai berikut :

a. Informatif

Pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya.

b. Pengendalian (*Regulatory*)

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Komunikasi dalam hal ini berupa peraturan, prosedur, perintah dan laporan.

c. Persuasif

Komunikasi berfungsi mengajak orang lain mengikuti atau menjalankan ide/gagasan atau tugas.

d. Integratif

Dengan adanya komunikasi, organisasi yang terbagi menjadi beberapa bagian atau departemen akan tetap merupakan satu kesatuan yang utuh dan terpadu.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Menurut Daryanto (2013:53) mengatakan bahwa ada beberapa tujuan dari komunikasi yaitu untuk menemukan, berhubungan, meyakinkan, dan bermain.

Sedangkan Menurut Grace dan Thoha (dalam Suprpto, 2006:8) ada empat macam tujuan komunikasi yaitu:

1. Tujuan Fungsional (*the functional goals*)

Tujuan fungsional (*the functional goals*) yaitu tujuan pokok yang bermanfaat guna mencapai keinginan bersama.

2. Tujuan Manipulasi (*the manipulative goals*)

Tujuan manipulasi (*the manipulative goals*) yaitu tujuan yang digunakan untuk menggerakkan setiap orang yang dengan senang hati menerima setiap ide yang kadang menentang sikapnya.

3. Tujuan Keindahan (*the aesthetics goals*)

Tujuan keindahan (*the aesthetics goals*) adalah tujuan yang mengandung unsur kreatif, inovatif dan berdaya jaul.

4. Tujuan Keyakinan (*the confidence goals*)

Tujuan keyakinan (*the confidence goals*) adalah tujuan yang digunakan untuk meyakinkan serta mengembangkan keyakinan setiap orang dalam lingkungan kantor.

2.2.4 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam pendekatan dengan komunikasi yang dikemukakan oleh ahli, juga terdiri dari beberapa unsur yang sangat penting, berdasarkan beberapa unsur pendekatan yang di kemukakan oleh beberapa ahli, peneliti mengambil pendekatan unsur –unsur komunikasi menurut Harrold Lasswel (dalam Mulyana, 2014:69), yaitu :

a. Sumber (*source*)

Sumber (*source*) adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber disini bisa jadi seorang individu, kelompok, organisasi, bahkan suatu negara.

b. Pesan

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan dari sumber kepada penerima. Pesan mempunyai tiga komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi dari pesan.

c. Saluran atau media

Saluran atau media adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Dalam suatu peristiwa komunikasi sebenarnya banyak saluran yang dapat kita gunakan, meskipun ada yang satu yang dominan.

d. Penerima (*receiver*)

Penerima (*receiver*) sering juga disebut sebagai sasaran atau tujuan, penyandi balik (*decoder*), ataupun khalayak (*audience*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

e. Efek

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan komunikasi tersebut.

Terdapat pula berbagai hambatan dalam penyampaian pesan yang berupa perasaan ketidaknyamanan yang ditimbulkan sikap berlebihan, pola pikir, tingkah

laku yang tidak konsisten dalam memotivasi seseorang ketika hendak mengambil langkah untuk mengurangi rasa tidak nyaman tersebut.

Hal ini adalah suatu perasaan seseorang pada saat terjadi sesuatu hal yang tidak terkendali dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, atau pada saat pendapat yang bertentangan dengan yang lain.

2.2.5 Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi pada dasarnya terdiri atas tujuh macam gangguan dan rintangan menurut Effendy (2003:45-47) yaitu:

1. Gangguan teknis, misalnya gangguan pada stasiun radio, jaringan telepon, kerusakan pada alat komunikasi dan lain-lain.
2. Gangguan semantik merupakan gangguan yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Misalnya, kata-kata yang terlalu banyak memakai jargon asing, penggunaan bahasa yang berbeda, dan penggunaan struktur bahasa yang tidak sebagaimana mestinya.
3. Gangguan psikologis merupakan rintangan yang terjadi karena adanya persoalan dalam diri individu. Misalnya, rasa curiga, situasi berduka, atau gangguan kejiwaan.
4. Rintangan fisik atau organik merupakan rintangan karena letak geografis. Misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai alat transportasi dan komunikasi.
5. Rintangan status merupakan rintangan yang terjadi karena perbedaan status sosial dan senioritas. Misalnya, antara raja dengan rakyat, antara atasan dan bawahan atau antara dosen dengan mahasiswa.

6. Rintangan kerangka pikir merupakan rintangan yang terjadi karena adanya perbedaan pola pikir. Perbedaan pola pikir bisa disebabkan karena pengalaman dan latar belakang pendidikan yang berbeda.
7. Rintangan budaya merupakan rintangan yang disebabkan oleh perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut.

2.3 Pengertian Organisasi

Organisasi menurut Hasibuan (2007:5) mengemukakan bahwa organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Manullang (2009:59) mengemukakan bahwa kata organisasi berasal dari istilah Yunani *organon* dan istilah latin *organum* yang berarti alat, bagian, anggota, atau badan. Organisasi adalah bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Menurut Andre Hardjana (komunikasi Organisasi 2016:16), organisasi adalah sistem kerja sama dari sejumlah orang yang dikoordinasi dengan wewenang hierarkis untuk mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah sebuah tempat atau wadah yang terdiri dari dua orang atau lebih yang saling bekerja sama secara terstruktur dan sistematis guna mencapai tujuan bersama.

Ciri-ciri organisasi dikemukakan Ferland (dalam Handyaningrat, 1985:3) sebagai berikut :

1. Adanya kelompok orang yang dikenal.

2. Adanya kegiatan yang berbeda-beda tetapi satu sama lain saling berkaitan (*interdependent part*) yang merupakan kesatuan usaha/kegiatan.
3. Tiap-tiap anggota memberikan sumbangan usahanya/tenaganya.
4. Adanya kewenangan, koordinasi dan pengawasan.
5. Adanya suatu tujuan.

2.3.1 Unsur-unsur Organisasi

Unsur-unsur dalam organisasi sangat diperlukan agar suatu organisasi tersebut bisa mencapai tujuan secara optimal dan secara sistematis. Dengan tersusunnya organisasi, maka lebih mudah untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Unsur-unsur yang harus dimiliki oleh suatu organisasi menurut Selli dalam situsnya <https://www.nesabamedia.com/unsur-unsur-organisasi/> adalah sebagai berikut :

- a. Personil (*Man*) adalah unsur yang terpenting di dalam sebuah organisasi yang memiliki tingkatan dan fungsi.
- b. Kerjasama (*Team Work*), sebuah organisasi hanya bisa mencapai tujuan bersama bila para anggota melakukan segala tugas dan tanggungjawab secara bersama-sama.
- c. Tujuan Bersama adalah tujuan sasaran yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi, baik dari sisi prosedur, program dan pola sampai hasil akhir dari pekerjaan organisasi tersebut.
- d. Peralatan (*Equipment*), untuk mencapai tujuan diperlukan sarana dan prasarana berupa kelengkapan sebuah organisasi, seperti; kantor/gedung, material, uang, sumber daya manusia dan lainnya.

- e. Lingkungan (*Environment*), unsur ini juga sangat berpengaruh pada sebuah organisasi. Misalnya sosial budaya, kebijakan, anggaran, peraturan dan kondisi ekonomi.
- f. Sumber Daya Alam, selain lingkungan sumber daya alam juga merupakan unsur penting yang harus terpenuhi agar organisasi berjalan dengan baik. Contohnya adalah; air, keadaan iklim, kondisi tanah, cuaca, flora dan fauna.

2.4 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. “Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan” (Pace dan Faules, 2013:31). Redding dan Sanborn (dalam Arni, 2009:65) mengatakan bahwa “komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks”.

“Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbang gagasan serta saran-saran mengenai operasi organisasi” (Pace & Faules, 2013:189). Komunikasi ke atas mengizinkan penyelia untuk menentukan apakah bawahan memahami apa yang diharapkan dari aliran informasi ke bawah. Komunikasi ke atas membantu pegawai mengalami masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dengan pekerjaan mereka dan dengan organisasi tersebut.

Menurut R.Wayne Pace dan Don F. Faules (2013:31) komunikasi organisasi didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Menurut Goldhaber (dalam Arni, 2009:67-70) 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. Hal ini mengandung empat konsep kunci yaitu proses, pesan, hubungan dan lingkungan. Masing-masing dari konsep kunci ini akan dijelaskan satu persatu secara ringkas.

1. Proses

Organisasi merupakan sebuah sistem yang dinamis yang membuat dan saling bertukar informasi antar sesama anggota. Gejala ini berjalan secara terus menerus dan tiada henti maka dari itu disebut sebagai sebuah proses.

2. Pesan

Pesan adalah sebuah susunan simbol yang penuh dengan makna tentang objek, orang dan peristiwa yang terjadi melalui proses interaksi. Tingkat efektif dari suatu komunikasi apabila pesan yang diterima sama yang dipahami dengan apa yang dikirimkan. Misalkan salah seorang bawahan menerima pesan kekesalan bahwa hasil kerjanya tidak sesuai dan dipahami dengan baik oleh bawahan tersebut, maka dapat dikatakan pesan yang diterima tersebut efektif.

3. Hubungan

Sistem kehidupan sosial terletak pada pandangan manusia karena organisasi adalah sistem terbuka yang dengan kata lain jalannya pesan yang dihubungkan manusia melalui bagaimana hubungan yang terjadi. Pengetahuan, sopan santun, sikap dari seseorang karyawan, misalnya dipengaruhi dan mempengaruhi dari hubungan yang bersifat organisasi.

4. Lingkungan

Lingkungan maksudnya ialah semua hal kelengkapan dalam hal fisik maupun factor social yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tentang seseorang. Lingkungan bisa di golongan menjadi dua bagian yaitu, lingkungan eksternal dan lingkungan internal.

2.4.1 Fungsi Komunikasi Organisasi

Pengertian fungsi adalah istilah yang melekat pada teori kesisteman dan berarti kegiatan-kegiatan yang dilakukan sistem dalam pencapaian tujuan. Pelaksanaan kegiatan fungsional dilakukan oleh hubungan-hubungan antar elemen-elemen dalam sistem yang disebut struktur. Dengan demikian, istilah fungsi komunikasi merujuk kewenangan, kekuasaan, status, dan peran dalam upaya pencapaian tujuan-tujuan organisasi secara keseluruhan (Hardjana, 2016:138).

Fungsi komunikasi ditentukan berdasarkan isi pesan komunikasi. Menurut Lee Thayer (dalam Hardjana, 2016:138) pesan-pesan komunikasi organisasi mempunyai empat tujuan pokok, yaitu to inform, to persuade, to regulate, to

integrate. Maka sistem komunikasi organisasi melaksanakan empat fungsi berbeda (Hardjana, 2016:139-140) adalah sebagai berikut:

a. Fungsi informasi (*information function*).

Komunikasi memiliki fungsi utama yaitu untuk mengantisipasi ketidakpastian pada lingkungan untuk seseorang dengan adaptasi. Sebagai karyawan, karyawan membutuhkan sebuah informasi tentang lingkungan kerja serta informasi untuk mengambil tindakan untuk lingkungan. Informasi yang dibutuhkan karyawan adalah tentang pekerjaan, tugas, dan siapa rekan bekerja, dikarenakan pekerjaan dikerjakan secara bersama bukan secara mandiri. Akan tetapi kerja sama di dalam kelompok memiliki hubungan kerjasama. Maka informasi sangat penting didapatkan untuk dapat meningkatkan penyesuaian dan kekuasaan. Apabila menjadi manajer, informasi yang dibutuhkan yaitu untuk menentukan sebuah tujuan, masalah, sasaran yang berkaitan dengan harapan baik secara internal ataupun eksternal.

b. Fungsi Perintah dan Instruksi (*command and instructive function*).

Manajemen dapat mendapatkan karyawan melalui komunikasi yang dibentuk dengan pekerjaan yang focus pada tujuan yang ingin dicapai. Penentuan fungsi ini meliputi bagaimana menjalankan, penentuan atau perintah serta instruksi yang diterima. Keputusan kebijakan tergantung pada fungsi ini, kemudian adanya standarisasi dari praktek kerja, adanya prosedur, pemanfaatan waktu sebaik mungkin dan menetapkan dan kelengkapan kerja akhir.

c. Fungsi Pengaruh dan Persuasi (*influence and persuasive function*).

Kewenangan komunikasi dan posisi dalam struktur hierarki. Komunikasi wajib dilaksanakan dan diterima dengan implikasi kewenangan, karena memiliki legitimasi yang artinya komunikasi tersebut sah dan tidak menyimpang dari tujuan sebuah organisasi. Tingkah laku bawahan serta informasi dapat dikendalikan perusahaan dengan kewenangan dan posisi melalui pengaruh dan persuasif, tidak hanya itu peraturan, tanggungjawab dan norma juga dapat mempengaruhi tingkah laku karyawan. Karyawan dituntut untuk patuh pada peraturan, norma dan tanggungjawab serta loyal pada perusahaan.

d. Fungsi Integrasi (*integrative function*).

Keharmonisan seluruh karyawan dibentuk oleh komunikasi yang baik dan positif dalam bekerjasama dan membuat kesepakatan tentang yang akan di capai organisasi. maka dari itu, fungsi integrasi mengenai komunikasi yang fungsional formal yang sekaligus bersifat relasional dan sosial. Untuk dapat tercapainya integritas antara sesama karyawan adalah dengan proses sosialisasi peningkatan martabat dan nilai, acara dan upacara, serta perayaan HUT instansi/perusahaan, dan serbagai kegiatan bersama seperti olahraga minat bersama yang memiliki dampak bagi kepuasan kerja, loyalitas dan harga diri karyawan. Maka fungsi integrasi adalah sosialisasi nilai budaya yang akan membuat hubungan sesama karyawan jadi seragam dan berdampak pada kepuasan kerja, meningkatkan motivasi, memperbaiki moral, dan rasa nyaman dan aman dalam bekerja.

2.5 Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan, keinginan, sebab, atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Menurut Manullang dalam manajemen personalia (1982:150), motivasi adalah pemberian kegairahan bekerja kepada karyawan. Dengan pemberian motivasi dimaksudkan pemberian daya perangsang kepada karyawan yang bersangkutan agar karyawan tersebut bekerja dengan segala upayanya.

Menurut Mathis (2006:114), motivasi adalah keinginan dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut bertindak. Biasanya orang bertindak karena suatu alasan untuk mencapai tujuan. Memahami motivasi sangatlah penting karena kinerja, reaksi terhadap kompensasi dan persoalan sumber daya manusia yang lain dipengaruhi dan mempengaruhi motivasi. Teori motivasi manusia yang dikembangkan oleh Maslow dalam Mathis (2006:118), mengelompokkan kebutuhan manusia menjadi lima kategori yang naik dalam urutan tertentu. Hierarki Maslow yang terkenal terdiri atas kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keselamatan dan keamanan, kebutuhan akan kebersamaan dan kasih sayang, kebutuhan akan aktualisasi diri.

Hubungan motivasi, gairah kerja dan hasil optimal mempunyai bentuk linear dalam arti dengan pemberian motivasi kerja yang baik, maka gairah kerja karyawan akan meningkat dan hasil kerja akan optimal sesuai dengan standar kinerja yang ditetapkan. Gairah kerja sebagai salah satu bentuk motivasi dapat dilihat antara lain dari tingkat kehadiran karyawan, tanggung jawab terhadap waktu kerja yang telah ditetapkan. Mangkunegara (2007:101) mengemukakan

bahwa terdapat 2 (dua) teknik memotivasi kerja pegawai yaitu: (1) Teknik pemenuhan kebutuhan pegawai, artinya bahwa pemenuhan kebutuhan pegawai merupakan fundamen yang mendasari perilaku kerja. (2) Teknik komunikasi persuasif, adalah merupakan salah satu teknik memotivasi kerja pegawai yang dilakukan dengan cara mempengaruhi pegawai secara ekstra logis. Teknik ini dirumuskan dengan istilah “AIDDAS” yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (aksi atau tindakan), dan *Satisfaction* (kepuasan). Penggunaannya, pertama kali pemimpin harus memberikan perhatian kepada pegawai tentang pentingnya tujuan dari suatu pekerjaan agar timbul minat pegawai terhadap pelaksanaan kerja, jika telah timbul minat-nya maka hasratnya akan menjadi kuat untuk mengambil keputusan dan melakukan tindakan kerja dalam mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin. Dengan demikian, pegawai akan bekerja dengan motivasi tinggi dan merasa puas terhadap hasil kerjanya.

2.5.1 Tujuan Motivasi

Dalam pemberian motivasi, sebuah perusahaan atau organisasi mempunyai kesamaan tujuan untuk mendorong dan merangsang individu agar bekerja lebih giat, efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Ada beberapa tujuan yang dapat diperoleh dari pemberian motivasi menurut Hasibuan (2007:97), yaitu:

- a. Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan;
- b. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan;
- c. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan;

- d. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan;
- e. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan;
- f. Mengefektifkan pengadaan karyawan;
- g. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik;
- h. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan;
- i. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan;
- j. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya;
- k. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

Berdasarkan beberapa tujuan motivasi di atas maka dapat dipahami betapa pentingnya pemberian motivasi terhadap kerja karyawan. Karena hal itu dapat meningkatkan produktifitas dan kinerjanya. Sebab kadangkala dalam diri seorang karyawan ada yang merasakan kejenuhan bekerja, malas dan rasa bosan, jika hal ini terjadi dalam diri karyawan, dapat dilihat ciri-cirinya antara lain: ketidakhadiran meningkat, disiplin merosot, produktifitas menurun, tingkat pelayanan yang kurang memuaskan, banyaknya para karyawan yang keluar/berhenti dan pelamar kerja yang baru masuk, dan mungkin sampai pada pemogokan karyawan.

2.5.2 Indikator-indikator Motivasi

Menurut Maslow yang dikutip Hasibuan (2003:110), menjelaskan bahwa motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan diri dan kebutuhan aktualisasi diri. Kemudiandari faktor kebutuhan tersebut

diturunkan menjadi indikator-indikator untuk mengetahui motivasi kerja karyawan, antara lain :

- a. Kebutuhan fisiologis
- b. Kebutuhan akan rasa aman
- c. Kebutuhan sosial
- d. Kebutuhan Penghargaan
- e. Kebutuhan aktualisasi diri.

2.5.3 Jenis-jenis Motivasi

Menurut Hasibuan (2003:96) ada dua jenis motivasi, yaitu :

1. Motivasi Positif

Motivasi positif maksudnya manajer memotivasi (merangsang) bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi di atas prestasi standar. Dengan motivasi positif, semangat kerja karyawan akan meningkat karena pada umumnya manusia senang menerima hal yang baik.

2. Motivasi Negatif

Motivasi negatif maksudnya manajer memotivasi bawahannya dengan standar mereka akan mendapatkan hukuman. Dengan motivasi negatif ini semangat kerja karyawan dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

Dalam praktek kedua jenis motivasi di atas sering digunakan oleh suatu perusahaan. Penggunaannya harus tepat dan seimbang agar dapat meningkatkan

semangat kerja karyawan. Yang menjadi masalah ialah kapan motivasi positif dan negatif dapat secara efektif merangsang gairah kerja karyawan. Motivasi positif efektif untuk jangka panjang sedangkan motivasi negatif efektif untuk jangka pendek. Akan tetapi, manajer harus konsisten dan adil dalam menerapkannya.

2.5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja

Menurut Wahjosumidjo (2001:42) bahwa faktor yang mempengaruhi motivasi meliputi faktor internal yang bersumber dari individu dan faktor eksternal yang bersumber dari luar individu. Faktor internal seperti sikap terhadap pekerjaan, bakat, minat, kepuasan, pengalaman dan lain-lain serta faktor dari luar individu yang bersangkutan seperti pengawasan, gaji, lingkungan kerja dan kepemimpinan.

Motivasi sebagai psikologis dalam diri seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Sutrisno, 2011:116-120) antara lain:

- a. Faktor Eksternal (berasal dari luar karyawan) yang dapat mempengaruhi motivasi tersebut mencakup antara lain:
 1. Lingkungan kerja yang menyenangkan
 2. Kompensasi yang memadai
 3. Supervise yang baik
 4. Adanya jaminan pekerjaan
 5. Status dan tanggungjawab
 6. Peraturan yang fleksibel.

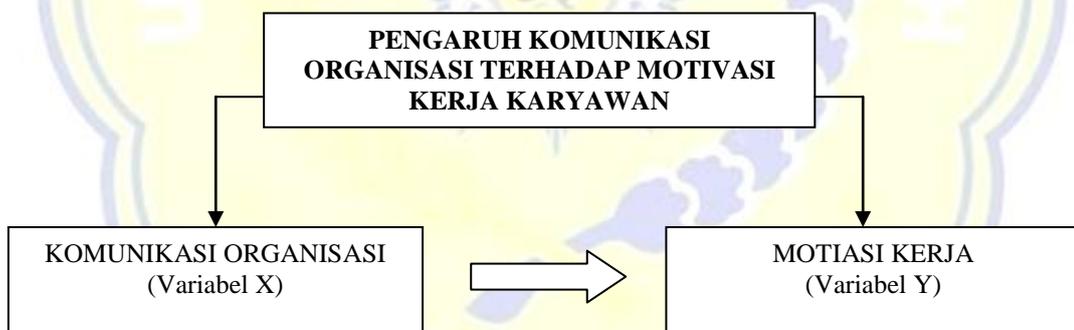
b. Faktor Internal (berasal dari dalam diri karyawan) yang mempengaruhi pemberian motivasi pada diri seseorang, antara lain:

1. Keinginan untuk dapat hidup
2. Keinginan untuk dapat memiliki
3. Keinginan untuk memperoleh penghargaan
4. Keinginan untuk memperoleh pengakuan
5. Keinginan untuk berkuasa.

2.6 Kerangka Berfikir

Dari beberapa teori yang dikemukakan maka dapat di buat suatu kerangka pemikiran untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Adapun penjelasan dari kerangka berfikir bisa di lihat pada gambar di bawah :

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber : Olahan peneliti dalam Penelitian 2021

2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat

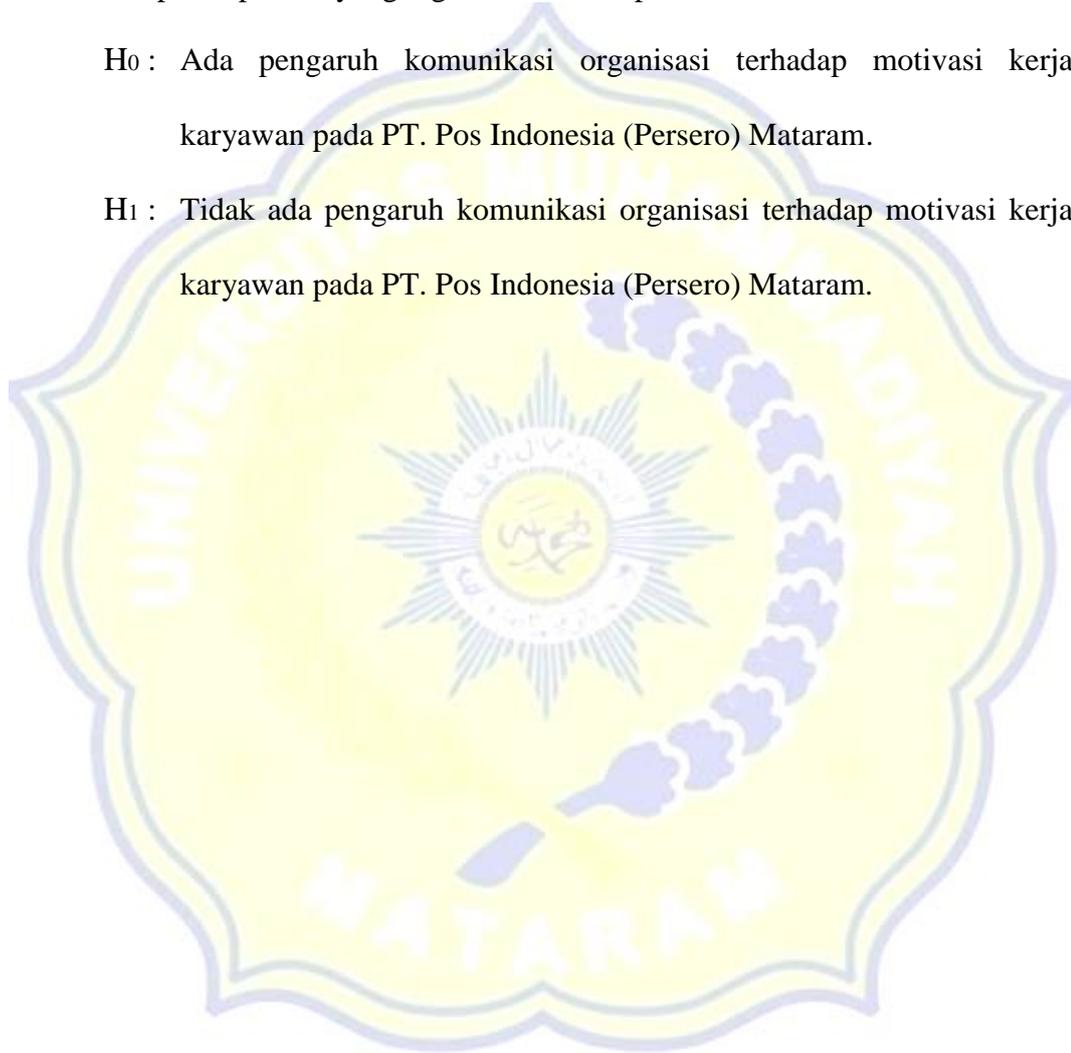
dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (sugiyono, 2011:70).

Berdasarkan kerangka berfikir di atas maka hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H₀ : Ada pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

H₁ : Tidak ada pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2011:2).

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu deskriptif, deskriptif adalah yang berkenaan dengan pertanyaan atau pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini berlangsung di PT Pos Indonesia (Persero) Mataram yang berlokasi di Jl. Sriwijaya, Punia, Kec. Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini di mulai dari bulan januari sampai dengan bulan februari 2021.

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetap meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek/objek (Sugiyono, 2011:90).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Pos Indonesia (Persero) Mataram dengan jumlah keseluruhan anggota sebanyak 70 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2011:91). Jika ada lebih dari beberapa ratus subjek di dalam populasi, maka dapat ditentukan melalui cara 25 – 30% dari jumlah subyek yang ada. Tetapi apabila anggota yang ada dalam populasi hanya ada 100 – 150, dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner maka subyek dapat diambil seluruhnya (Arikunto, 2000:125).

Berdasarkan pendapat dari Arikunto tersebut, mengingat populasi yang ada dalam penelitian ini tergolong sedikit, yaitu 70 orang maka jumlah sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berjumlah 70 orang sebagai responden.

3.4 Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling penting dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga menyimpang dari yang diharapkan. Oleh karena itu peneliti harus mampu memahami sumber data yang mesti digunakan dalam penelitiannya. Ada dua jenis sumber data yang biasanya dalam penelitian yaitu, sumber data primer dan sekunder (Sugiyono, 2013:129).

3.4.1 Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yang bekerja di PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

3.4.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh dari data yang sudah ada dari PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram. Seperti Susunan Kepengurusan, jumlah anggota dan lain sebagainya.

3.5 Teknik pengumpulan data

3.5.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada perusahaan yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari serta dari data sekunder). Objek penelitiannya yaitu karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

3.5.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono,2013:162).

Jenis kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang berbentuk skala likert yang akan diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pernyataan dan responden tinggal memberi tanda *check list*. Kuesioner berfungsi sebagai metode utama, karena dengan menggunakan kuesioner diharapkan responden dapat memberikan tanggapan terhadap masalah penelitian yang kemudian dari data yang terkumpul akan diolah untuk mengetahui pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

3.5.3 Observasi

Menurut Sutrisno Hadi yang dikutip Sugiyono (2011:166) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan

data dengan observasi digunakan bila berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi non-partisipan dimana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamatan independen. Peneliti mencatat, menganalisis untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas dan memberikan petunjuk-petunjuk untuk mendukung data yang diolah lebih lanjut, dan selanjutnya dapat membuat kesimpulan tentang komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja yang terjadi di PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

3.6 Klasifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:38). Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Independent (X) , variabel Independent adalah variabel bebas yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian yang menjadi variabel independent yaitu komunikasi organisasi, indikatornya adalah:

a. Proses

Adalah terjadinya pertukaran informasi yang terjadi secara terus-menerus yang dikatakan sebagai proses.

b. Pesan

Segala bentuk informasi yang diterima maka disampaikan melalui pesan kepada penerima pesan. Terkadang pesan yang disampaikan kadang salah diartikan oleh penerima pesan. Pesan sebelum diterima harus diketahui dulu apa maksud sebenarnya agar tidak terjadi kesalah pahaman setelah menerima pesan.

c. Hubungan

Pada penjelasan proses dan pesan maka dapat menjadi penghubung antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan bawahan, maupun sebaliknya. Itulah yang dikatakan sebagai hubungan.

d. Lingkungan

Lingkungan akan terbagi menjadi lingkungan internal dan eksternal, lingkungan yang kondusif serta nyaman sangat dibutuhkan pegawai dalam menjalankan tugas, maka dari itu pimpinan harus memperhatikan setiap kebutuhan lingkungan setiap karyawan.

2. Variabel Dependent (Y) adalah variabel yang terikat (tidak bebas) yang dipengaruhi oleh variabel independent. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent adalah motivasi kerja (Y), indikatornya adalah:

a. Kebutuhan Fisiologis

Pimpinan perusahaan harus mengetahui dan memperhatikan apa yang dibutuhkan dan menjadi hak bagi pegawainya dan bawahannya, misalnya: baju kantor atau fasilitas atau kesejahteraan individu.

b. Kebutuhan akan Rasa Aman

Pimpinan perusahaan harus mengetahui dan memperhatikan dalam hal kerja pegawainya terhadap kebutuhan perasaan aman dan jaminan masa depan pegawainya.

c. Kebutuhan Sosial

Pimpinan perusahaan menghormati perasaan pegawai dan pegawai di ikutsertakan dalam pengambilan keputusan bersama saat berdiskusi.

d. Kebutuhan Penghargaan

Adanya penghargaan terhadap pegawai yang berprestasi dan teladan untuk memberi nilai kepuasan terhadap pegawai tersebut dalam hasil kerjanya.

e. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Terdapat kesempatan kepada pegawainya untuk naik jabatan atau berkembang menjadi pegawai yang lebih baik.

3.7 Operasional Variabel

Untuk mempermudah peneliti dalam memahami variabel yang diteliti, karena berkaitan dengan pengolahan data lebih lanjut, maka variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai berikut :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Komunikasi Organisasi	Menurut Goldhaber (dalam Arni, 2009:67-70) 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. Hal ini mengandung empat konsep kunci yaitu proses, pesan, hubungan dan lingkungan.	a. Proses b. Pesan c. Hubungan d. Lingkungan	Likert
Motivasi Kerja	Menurut Mathis (2006:114), motivasi adalah keinginan dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut bertindak. Teori motivasi manusia yang dikembangkan oleh Maslow (dalam Mathis 2006:118), mengelompokkan kebutuhan manusia menjadi lima kategori yang naik dalam urutan tertentu. Hierarki Maslow yang terkenal terdiri atas kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keselamatan dan keamanan, kebutuhan akan kebersamaan dan kasih sayang, kebutuhan akan aktualisasi diri.	a. Kebutuhan Fisiologis b. Kebutuhan akan Rasa aman c. Kebutuhan sosial d. Kebutuhan penghargaan e. Kebutuhan aktualisasi diri	Likert

3.8 Pengukuran Variabel

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk

menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2007: 86)

Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber. Sugiyono (2007, Hal 86)

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2011: 141).

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r-hitung yang dibandingkan dengan r-tabel, r-tabel dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n-2$ (signifikan 5%, n = Jumlah sampel). Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel maka dikatakan valid dan jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel maka dikatakan tidak valid (Patiyasaa, 2013:60-61)

Jadi jika disimpulkan bahwa instrumen atau alat ukur dapat digunakan dalam penelitian apabila setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yaitu dengan melihat pada butir-butir pertanyaan dengan ketentuan nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel.

2. Uji Reliabilitas

Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama (Sugiyono, 2011:147). Alat ukur yang reliabel pasti terdiri item-item alat ukur yang valid sehingga setiap reliabel pasti valid namun setiap yang valid belum tentu reliabel (Pantiyasa, 2013: 65).

Uji validitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap keseluruhan. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka reliabel dan jika Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka tidak reliabel (Pantiyasa 2013:65).

Untuk menguji signifikan atau koefisien korelasi yang diperoleh terdapat kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.3
Product Moment

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,50 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013, Hal 214)

Uji reliabilitas dilakukan setelah dilakukan uji validitas dan didapatkan butir-butir pertanyaan yang valid. Butir-butir pertanyaan yang valid tersebut diuji reliabilitasnya dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha karena instrumennya berupa skala Likert.

3.9.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan peneliti untuk mengetahui pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram.

Menurut (Sugiyono, 2011:237) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y' = a + bX$$

Dimana :

Y = Subjek/ nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstanta)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3.9.3 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen maka dilakukan dengan menggunakan yaitu:

1. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial (*Individual*) terhadap variasi variabel dependen.

Kriteria pengujiannya adalah:

H0: $b_1 = 0$ artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H1: $b_1 \neq 0$ artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

H0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y, dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.



