

# **PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI (ANTARA PIMPINAN DAN KARYAWAN) PADA MOTIVASI KERJA KARYAWAN PT. INTISEL PRODAKTIFAKOM**

**Arief Sudamono/Rekno Sulandjari**  
**Dosen Prodi Hubungan Masyarakat Universitas Pandanaran**  
**rekno.sulandjari@gmail.com**

## **Abstraksi**

Komunikasi sangat penting bagi karyawan karena dengan adanya komunikasi segala sesuatu masalah akan lebih mudah dipecahkan atau dicarikan solusi atau jalan keluar dari permasalahan tersebut, dengan adanya komunikasi yang baik maka diharapkan karyawan dapat bekerja secara maksimal. Kinerja yang maksimal sama dengan peningkatan semangat kerja karyawan. Jika terjalin komunikasi yang baik antara atasan dan karyawan, semangat kerja karyawan pun akan mudah tercipta, sehingga akan sangat mudah pula bagi perusahaan untuk mencapai tujuan. Untuk menyampaikan informasi kepada bawahan dapat dilakukan dengan berbagai metode Arni (2007;114) mengatakan empat klasifikasi metode untuk itu yaitu : metode lisan, tulisan, gambar dan campuran dari lisan-tulisan dan gambar. Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa komunikasi antarpersonal antara karyawan dengan atasan di lingkungan PT. Intisel Prodaktifakom dominan dalam kategori tinggi, dimana 60% dari 40 responden dapat melakukan komunikasi interpersonal secara efektif, sedangkan motivasi kerja dominan tinggi, dimana 72,5% dari 40 responden merasakan timbulnya motivasi kerja yang dimiliki karyawan. Berdasarkan analisa tabulasi silang diketahui, bahwa peran komunikasi antarpersonal yang tinggi terhadap motivasi kerja karyawan PT. Inisel Prodaktifakom yang juga tinggi sebesar 45% sedangkan peran komunikasi antarpersonal yang sedang terhadap motivasi kerja karyawan PT. Intisel Prodaktifakom yang juga tinggi sebesar 27,5%. Sehingga disimpulkan terdapat hubungan positif antara variabel X pada variable Y.

***Kata Kunci : Komunikasi, Antar Persona, Motivasi, Kerja***

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Tujuan utama dari kegiatan organisasi bisnis pada umumnya ingin memperoleh laba. Laba yang diperoleh ini seringkali dipakai sebagai dasar penilaian sukses atau tidaknya kemampuan perusahaan dalam menjalankan tugasnya. Setiap perusahaan akan berusaha mendapatkan laba dengan usaha meningkatkan efisiensi atas biaya – biaya yang telah dikeluarkan. Setiap perusahaan termasuk PT. Intisel Prodaktifakom mengharapkan karyawan

bekerja dengan penuh rasa tanggung jawab dalam melaksanakan tugas. Pelaksanaan tugas dan rasa tanggung jawab tersebut harus didukung oleh semangat kerja yang tinggi, sehingga produktivitas kerja yang diharapkan dapat tercapai.

Dengan adanya semangat kerja yang tinggi diharapkan pekerjaan dapat lebih cepat selesai, absensi dapat diperkecil, kerusakan dapat dikurangi, kemungkinan perpindahan karyawan dapat diperkecil sehingga pada akhirnya ongkos – ongkos atau biaya – biaya menjadi kecil dan

produktivitas kerja dapat ditingkatkan. Dengan demikian salah satu tujuan utama perusahaan dapat tercapai yaitu memperoleh keuntungan. Karyawan merupakan aset perusahaan yang menentukan keberhasilan perusahaan melalui kinerja karyawan.

Salah satu cara perusahaan meningkatkan semangat kerja adalah dengan melakukan komunikasi yang baik antara karyawan dan atasan sehingga dalam kendala – kendala permasalahan pribadi maupun masalah - masalah dalam melaksanakan pekerjaannya, karyawan dapat melakukan pekerjaannya dengan sepenuh hati karena di antara perusahaan yang diwakili oleh atasan dan karyawan saling memahami satu sama lain dan saling memberikan solusi terhadap permasalahan masing – masing pihak. Komunikasi memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan, dan dengan komunikasi yang baik maka akan meningkatkan kinerja karyawan. Seseorang akan bekerja secara maksimal apabila seseorang sudah merasa nyaman dengan perusahaan.

Komunikasi sangat penting bagi karyawan karena dengan adanya komunikasi segala sesuatu masalah akan lebih mudah dipecahkan atau dicarikan solusi atau jalan keluar dari permasalahan tersebut, dengan adanya komunikasi yang baik maka diharapkan karyawan dapat

bekerja secara maksimal. Kinerja yang maksimal sama dengan peningkatan semangat kerja karyawan. Jika terjalin komunikasi yang baik antara atasan dan karyawan, semangat kerja karyawan pun akan mudah tercipta, sehingga akan sangat mudah pula bagi perusahaan untuk mencapai tujuan. Karyawan dapat tetap bertahan apabila karyawan tersebut sudah merasa nyaman dengan perusahaan dan hal itu dapat ditimbulkan dengan adanya komunikasi yang baik antara atasan dan karyawan dan saling memahami satu dengan yang lain. Akibat dari kurang komunikasi antara atasan dan karyawan dapat mengurangi kinerja, meningkatkan keluhan – keluhan, penyebab mogok kerja, dan mengarah pada tindakan - tindakan fisik dan psikologis, seperti meningkatnya derajat ketidakhadiran dan bisa berakibat karyawan menghilang dan mengundurkan diri tanpa memberitahu penyebabnya kepada perusahaan.

Untuk memelihara semangat kerja, atasan harus selalu melakukan komunikasi yang baik dengan karyawannya dalam permasalahan di dalam pekerjaan ataupun permasalahan yang menyangkut hak dari karyawan. Karyawan PT. Intisel Prodaktifakom Semarang sendiri menginginkan balas jasa yang adil dan layak karena tanpa adanya balas jasa yang layak maka karyawan tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, dan hal

itu bisa diwujudkan apabila adanya komunikasi yang baik antara atasan dan karyawan. Kebutuhan hidup yang tercukupi akan meningkatkan semangat kerja karyawan dalam bekerja.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada di tempat penelitian maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

*Bagaimana komunikasi interpersonal antara atasan dan karyawan yang telah dilakukan oleh karyawan dan pimpinan PT. Intisel Prodaktifakom cabang Semarang, dan bagaimana motivasi kerja karyawan di PT. Intisel Prodaktifakom cabang Semarang, serta bagaimana hubungan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan pada PT. Intisel Prodaktifakom cabang Semarang.*

### **METODE PENELITIAN**

Di penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dalam metode penelitian deskriptif diadakan klasifikasi serta penelitian terhadap fenomena-fenomena dengan menetapkan standart atau norma tertentu. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena

sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah dengan menggunakan simbol – simbol angka sehingga perhitungan penelitian secara kuantitatif dapat dilakukan dan dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter.

Data Primer diperoleh dari Karyawan PT. Intisel Prodaktifakom. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung selama mengadakan penelitian. Data sekunder diperoleh dengan memanfaatkan buku-buku catatan, literatur, laporan-laporan dan dokumen lain yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Data sekunder dapat berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi, ketenagakerjaan dan sebagainya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara questioner (Daftar Pertanyaan) yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden dalam hal ini adalah pegawai setempat. Hasil pengumpulan data menggunakan daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada seluruh karyawan PT. Intisel Prodaktifakom. Dalam teknik pengambilan menggunakan tehnik Total Sampling. Yang dimaksud dengan Total Sampling adalah seluruh populasi yang ada dalam penelitian dijadikan bahan sampel dari penelitian yaitu 40 orang.

Adapun data dikelompokkan sesuai dengan variabel yang diteliti. Teknik ini menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif dapat digunakan bila ingin mendeskripsikan data sampel. Statistik deskriptif adalah bentuk yang digunakan untuk menganalisa data dengan menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Dan analisa statistik deskriptif yang digunakan berupa tabulasi silang (cross tab) yaitu analisa untuk mengetahui kecenderungan atau hubungan antara komunikasi antar pribadi dengan motivasi kerja pada PT. Intisel Prodaktifakom. Sedangkan pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan skala likert, skala likert merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengungkapkan sikap pro dan kontra, positif dan negatif, setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek sosial sehingga baik untuk diterapkan pada penelitian ini. Dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan dengan memilih salah satu jawaban yang sudah tersedia. Jawaban dari responden sebagai data dan diwujudkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi kemudian dianalisa untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden.

## **PEMBAHASAN**

Foss, Karen A (2009;3) mengemukakan bahwa “Komunikasi adalah salah satu dari kegiatan sehari – hari yang benar – benar

terhubung dengan semua kehidupan kemanusiaan, sehingga kadang – kadang kita mengabaikan penyebaran, kepentingan, dan kerumitannya.” Walaupun istilah “komunikasi” sudah akrab di telinga namun membuat definisi mengenai komunikasi ternyata tidaklah semudah yang diperkirakan. Morisan (2013;8) “ *Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most term, posses numerous meanings.*” Kesulitan dalam mendefinisikan kata “komunikasi”, baik bagi kepentingan akademis maupun penelitian disebabkan kata kerja *to communicate* (berkomunikasi) sudah sangat mapan sebagai kosakata yang sangat umum dan karenanya tidak mudah ditangkap maknanya untuk keperluan ilmiah. Berkomunikasi antar pribadi, atau secara ringkas berkomunikasi merupakan keharusan bagi manusia, karena manusia tidak bisa lepas dari manusia yang lain karena manusia adalah makhluk sosial yang harus senantiasa menjalin komunikasi atau hubungan dengan sesamanya.

### **Elemen-elemen Komunikasi**

Setiap peristiwa komunikasi dalam tingkat apapun, apakah komunikasi antar pribadi ataupun komunikasi massa, akan melibatkan elemen – elemen komunikasi. Para ahli komunikasi telah lama meneliti masing – masing elemen komunikasi

untuk menentukan peran dari masing – masing elemen dalam menentukan efektivitas komunikasi. Morisan (2013;17) menyatakan bahwa, “Setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi : sumber, enkoding, pesan, saluran, dekoding, penerima, umpan balik, dan gangguan.” Pada dasarnya gagasan mengenai elemen komunikasi ini adalah juga teori yang melihat komunikasi berdasarkan unsur – unsur atau elemen yang membentuknya. Di antaranya adalah:

**1.Sumber (Komunikator).** Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) atau pengiriman pesan yaitu di mana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan “Komunikator”. Sumber atau komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok atau bahkan organisasi. Morisan (2013;17) juga menyampaikan bahwa, “Karakteristik sumber berperan dalam mempengaruhi penerimaan awal pada pihak penerimaan pesan namun memiliki efek minimal dalam jangka panjang.” Sumber yang kredibel dapat mempengaruhi keberhasilan proses komunikasi namun dampak sumber terhadap penerima pesan bervariasi dari satu situasi ke situasi lainnya, dari satu topik ke topik lainnya, dari satu waktu ke

waktu lainnya. Namun demikian, setidaknya sumber yang memiliki kredibilitas tinggi dapat memberikan pengaruh kepada penerima pesan dalam hal daya penerimaan awal dari suatu pesan.

**1.Enkoding.** Enkoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima. Enkoding dalam proses komunikasi dapat berlangsung satu kali namun dapat terjadi berkali – kali. Dalam percakapan tatap muka, pembicara melakukan enkoding terhadap pikiran atau idenya ke dalam kata-kata. Dalam percakapan melalui telepon, proses enkoding terjadi dua kali. Pembicara melakukan enkoding terhadap pikirannya dan pesawat telepon melakukan enkoding terhadap gelombang suara yang dikeluarkan pembicara, dan kemampuan untuk melakukan enkoding ini berbeda-beda untuk setiap orang dan setiap teknologi.

**Pesan.** Ketika kita berbicara maka kata-kata yang kita ucapkan adalah pesan (*messages*). Ketika anda menulis surat maka apa yang anda tuliskan di atas kertas adalah pesan. Perbedaan antara enkoding dengan pesan karena keduanya tampak serupa. Enkoding adalah proses yang terjadi di otak untuk menghasilkan pesan, pesan adalah hasil dari proses enkoding

yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra.

**Saluran.** Saluran atau *channel* adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima. Gelombang radio membawa kata-kata yang diucapkan penyiar di studio atau memuat pesan visual yang ditampilkan di layar kaca televisi. Pesan terkadang membutuhkan lebih dari satu saluran untuk dapat mencapai penerimannya.

**2. Dekoding.** Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses dekoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses enkoding. Dekoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Suatu peristiwa komunikasi dapat melibatkan beberapa tahapan dekoding, seorang wartawan yang sedang meliput suatu peristiwa dan mencatat berbagai kejadian penting maka ia tengah melakukan dekoding. i) **Penerima.** Penerima atau *receiver* atau disebut juga audiensi adalah sasaran atau target dari pesan. Penerima sering disebut juga dengan “kominikan”. Penerima dapat berupa satu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. siapa yang akan menerima pesan (penerima pesan) dapat ditentukan oleh sumber, misalnya dalam komunikasi

melalui telepon. Namun adakalanya penerima pesan tidak dapat ditentukan oleh sumber misalnya dalam program siaran televisi. Perlu diperjelas disini bahwa dalam situasi tertentu, sumber dan penerima pesan dapat langsung berhubungan namun dalam kesempatan lain sumber dan penerima pesan dipisah oleh ruang dan waktu. ii) **Umpan Balik** Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respons dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Artinya sumber pertama kemudian menjadi penerima, sementara penerima pertama menjadi sumber baru. Umpan balik berguna bagi sumber karena umpan balik memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang muncul. Umpan balik terdiri atas dua jenis, yaitu umpan balik positif dan umpan balik negatif. Umpan balik positif dari penerima akan mendorong lebih jauh proses komunikasi sementara umpan balik negatif akan mengubah proses komunikasi atau bahkan mengakhiri komunikasi itu sendiri. iii) **Gangguan** Elemen terakhir dalam komunikasi adalah gangguan atau *noise*. Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat kecil mungkin dapat diabaikan, namun

terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk dapat mencapai tujuannya. Dalam komunikasi yang ada pada PT.Intisel Prodaktifakom yang sering menjadi gangguan atau noise adalah kurangnya komunikasi tatap muka secara langsung dan komunikasi atau pemberian info yang penting hanya diberikan atau dikirimkan melalui email saja.

#### **a. Komunikasi Antar Pribadi Antar Atasan Dan Karyawan**

##### **Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi yang sering dilakukan dalam organisasi maupun di luar organisasi, apakah organisasi tersebut berbentuk lembaga maupun organisasi di luar lembaga sering bersifat antar pribadi (*interpersonal communication*), ataupun berkelompok (*group communication*). Edi (2014;3) menjabarkan komunikasi antar pribadi sebagai “perilaku orang-orang pada pertemuan tatap muka dalam situasi sosial informal dan melakukan interaksi terfokus lewat pertukaran isyarat verbal dan nonverbal yang saling berbalasan”. Jadi bila ada proses komunikasi yang tidak menimbulkan pertukaran isyarat verbal maupun non verbal, maka kegiatan tersebut tidak dapat disebut adanya komunikasi antar pribadi.

Komunikasi dapat terjadi antara minimal dua orang. Kalau dua orang bertemu, maka pada saat itu akan terjadi komunikasi. Namun komunikasinya itu

dapat berlangsung pada tahap kedalaman yang berbeda – beda. Tahap kedalaman komunikasi ini dapat diukur dari apa dan siapa yang dibicarakan: pikiran atau perasaan objek, objek tertentu, orang lain atau dirinya sendiri, semakin dalam tahap komunikasi yang terjadi. Atas dasar kedalaman di atas Edi (2014;37) membedakan komunikasi dalam lima tahap: 1.Tahap pertama atau tahap yang paling dangkal adalah basa-basi. Ini biasanya terjadi antara dua orang yang bertemu secara kebetulan. dalam perusahaan para karyawan baru sering melakukan basa-basi untuk mengenal lebih jauh tentang perusahaan dan karyawan senior juga melakukannya untuk mengenal karyawan juniornya. 2.Tahap kedua adalah membicarakan orang lain. Pada tahap ini orang sudah mulai menanggapi , namun masih pada tahap dangkal, khususnya belum mau berbicara tentang diri masing-masing. Komunikasi ini terjadi pada dua karyawan yang baru saling kenal dan biasanya mereka sudah saling menanggapi lawan bicaranya tapi belum terbuka perihal dirinya sendiri. 3.Tahap ketiga adalah menyatakan gagasan atau pendapat. Pada tahap ini dua orang sudah mau saling membuka diri, dan saling mengungkapkan perasaan. Namun, pengungkapan diri tersebut masih dalam tahap pikiran saja. Dalam perusahaan hal ini sering terjadi disaat kedua orang karywan dihadapkan

masalah yang sama mereka saling mengungkapkan apa yg dipikirkannya saja tetapi belum sampai tahapan mempertahankan pendapatnya. 4. Tahap keempat adalah tahap mengemukakan isi hati atau perasaan. Ada yang mengatakan bahwa emosi atau perasaan adalah unsur yang membedakan orang yang satu dari yang lainnya. Dalam tahapan ini di perusahaan biasanya seseorang sudah mulai mempertahankan gagasan atau idennya saat membicarakan suatu masalah karena merasa sudah adanya hubungan atau merasa ada faktor kedekatan. 5. Tahap kelima adalah hubungan puncak. Pada tahap ini jalinan komunikasi ditandai dengan kejujuran, keterbukaan, dan saling percaya yang mutlak di antara kedua belah pihak. Tidak ada ganjalan-ganjalan berupa rasa takut, rasa khawatir. Selain merasa bebas untuk saling mengungkapkan perasaan, biasanya kedua belah pihak juga memiliki perasaan yang sama tentang banyak hal. Dengan kata lain jalinan komunikasi antarpribadi telah berkembang begitu mendalam sehingga kedua belah pihak merasakan kesatuan perasaan timbal balik yang hampir sempurna. Dalam perusahaan tahapan ini sering terjadi pada karyawan lama yang sudah saling kenal dan sudah mengerti satu sama lain sehingga sewaktu ada perbedaan pendapat maka kedua belah pihak merasa sudah mengerti satu sama lain.

### **Tujuan Komunikasi Antar Pribadi**

Menurut Arni (2007;165) tujuan dari komunikasi antar pribadi adalah sebagai berikut : **1. Menemukan Diri Sendiri.** Komunikasi antarpribadi memberikan kita kesempatan untuk memperbincangkan diri kita sendiri, belajar bagaimana dan sejauhmana keterbukaan pada orang lain serta mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain sehingga kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain. dalam perusahaan untuk karyawan baru masih kurang keterbukaan dalam berkomunikasi berbeda dengan karyawan yang sudah lebih dari satu tahun mereka berkomunikasi lebih terbuka sehingga kita bisa memprediksi atau menanggapi. **2. Menemukan Dunia Luar.** Komunikasi antarpribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita baik objek, kejadian dan orang lain. Nilai, sikap keyakinan dan perilaku kita banyak dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi. dalam perusahaan seorang karyawan baru selalu berusaha berkomunikasi dengan yang lebih senior untuk lebih mengenal dunia pekerjaan dan kondisi di perusahaan. **3. Membentuk dan Menjaga Hubungan yang Penuh Arti.** Komunikasi antarpribadi yang kita lakukan banyak bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dengan orang lain. Hubungan tersebut membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta

membuat kita lebih positif tentang diri kita sendiri. dalam perusahaan dengan berkomunikasi maka antar sesama karyawan dapat lebih mengenal satu sama lain dan lebih bisa mengerti kondisi satu sama lain.

**4. Berubah Sikap dan Tingkah Laku.** Banyak waktu yang kita pergunakan untuk mengubah/ mempersuasi orang lain melalui Komunikasi antarpribadi. Dalam perusahaan terkadang atasan selalu mencoba menanamkan sikap atau mempersuasi orang lain untuk mencapai tujuan perusahaan.

**5. Untuk Bermain dan Kesenangan.** Hal ini bisa memberi suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dan sebagainya. Dalam perusahaan dengan komunikasi antar karyawan kita bisa sedikit bersenda gurau dan melepaskan sedikit kepenatan kerja.

**6. Untuk Membantu.** Psikiater, psikologi klinik dan ahli terapi adalah contoh-contoh profesi yg menggunakan komunikasi antarpribadi untuk menolong orang lain. Memberikan nasihat dan saran kepada teman juga merupakan contoh tujuan proses komunikasi antar pribadi untuk membantu orang lain. Dalam perusahaan komunikasi antarpribadi sangat sering digunakan terutama oleh karyawan baru yang belum memahami sesuatu untuk menanyakan atau berkomunikasi dengan karyawan yang lebih senior.

### **Jaringan Komunikasi Formal**

Apabila pesan mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas atau dari tingkat yang sama atau secara horizontal.

**Komunikasi ke bawah** Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau pimpinan kepada bawahannya. Muhammad, arni (2007;108) mengatakan komunikasi kebawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. Pada PT. Intisel Prodaktifakom, atasan selalu menyampaikan tujuan dari perusahaan dalam setiap rapat bulannya dan atasan selalu memberitahukan dan mengingatkan tugas-tugas dari setiap karyawan dan atasan juga tidak lupa mengingatkan apabila tujuan perusahaan tercapai akan ada bonus untuk karyawan untuk memotivasi kinerja karyawan.

**Tipe Komunikasi.** Secara umum komunikasi ke bawah dapat diklarifikasikan atas lima tipe yaitu: i.)

Instruksi Tugas. Instruksi Tugas / pekerjaan yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan, dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya. Dalam perusahaan atasan selalu menyampaikan pesan bagaimana cara mengerjakan atau menyelesaikan tugas dengan baik dan bawahan selalu bertanya apabila ada sesuatu yang tidak ia pahami kepada atasan. ii) Rasional. Rasional pekerjaan adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau objek organisasi. Dalam perusahaan atasan selalu menjelaskan pentingnya suatu pekerjaan kepada bawahannya karena apa yang dikerjakannya selalu berhubungan dengan yang lainnya dan apabila tidak ia selesaikan dengan benar maka hal itu akan mengganggu jalannya pekerjaan yang lainnya. iii) Ideologi. Pesan mengenai ideologi ini adalah merupakan perluasan dari pesan rasional. Dalam perusahaan saat pertama kali karyawan masuk ke perusahaan, karyawan sudah diberitau mengenai misi dan visi dari perusahaan sehingga diharapkan ideologi yang dimiliki perusahaan dapat dipahami dan selalu diingat oleh karyawan. iv) Informasi. Pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi, peraturan-

peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan, dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional. Dalam perusahaan sesama karyawan dan atasan kepada bawahan selalu memberikan informasi yang berguna agar jalannya pekerjaan dapat sesuai dengan tujuan perusahaan. v) Balikan. Balikan adalah pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. dalam hal ini apabila bawahan atau karyawan yang diberikan tugas tidak paham terhadap tugas yang diberikan kepadanya maka dia akan bertanya kepada si pemberi tugas.

### **Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi ke Bawah**

Arus Komunikasi daripada atasan kepada bawahan tidaklah selalu berjalan lancar, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain sebagai berikut: i) Keterbukaan. Kurang sifat terbuka di antara pimpinan dan karyawan akan menyebabkan pemblokatan atau tidak mau menyampaikan pesan dan gangguan dalam pesan. Dalam perusahaan sifat ini sangat penting tetapi terkadang karena informasi yang ditutup – tutupi sangat penting bagi perusahaan maka terkadang atasan sering tidak terbuka dan hanya menjelaskan bahwa tugas yang diberikan sangat penting dan harus segera diselesaikan. ii) Kepercayaan pada pesan tulisan. Kebanyakan para pemimpin lebih percaya pada pesan tulisan daripada

dengan pesan yang disampaikan secara tatap muka. komunikasi tatap muka lebih disenangi karyawan daripada media cetak. Dalam perusahaan pesan tulisan atau email lebih sering digunakan karena dapat dijadikan bukti saat ada masalah ketimbang komunikasi tatap muka. iii) Pesan yang berlebihan. Terlalu banyaknya pesan – pesan yang diterima karyawan seperti memo, buletin, pengumuman, sehingga banyak pesan yang harus dibaca karyawan sehingga reaksi karyawan biasanya hanya membiarkan pesan tersebut dan hanya membaca yang menurutnya penting saja. Dalam perusahaan biasanya ada beberapa karyawan yang menerima email tetapi tidak ditujukan kepadanya dan hanya di cc saja sehingga terkadang mereka jarang membukanya karena dianggap tidak begitu penting. iv) Timing. Timing atau ketepatan waktu pengiriman pesan mempengaruhi komunikasi ke bawah, sehingga pesan ke bawah seharusnya dikirim saat yang paling menguntungkan untuk kedua belah pihak. Dalam perusahaan biasanya informasi libur atau hal – hal yang bersifat cuti bersama atau hari libur sering dikirimkan terlambat oleh perusahaan dan hal ini membuat karyawan banyak yang kebingungan dan memutuskan secara sepihak apa yang harus dilakukan baik itu berangkat atau libur. v) Penyaringan. Pesan – pesan yang dikirim kepada

bawahan tidaklah semua diterima oleh karyawan. tetapi mereka saring mana yang diperlukan dan mana yang tidak. Apabila ada informasi dari pusat terkait kepentingan perusahaan maka atasan setempat biasanya tidak langsung memberitau atau terkadang malah tidak mensharing informasi tersebut karena dianggap informasi tersebut tidak diperlukan oleh bawahan.

### **Penyempurnaan Komunikasi ke Bawah.**

Karena adanya gangguan dalam penyampaian pesan dari atasan kepada bawahan maka pimpinan perlu memperhatikan cara-cara penyampaian pesan yang efektif seperti : a. Pimpinan hendaklah sanggup memberikan informasi kepada karyawan apabila dibutuhkan mereka. Apabila ada pertanyaan akan suatu masalah seperti cuti atau kontrak kerja perusahaan selalu memberikan informasi yg diberikan tetapi dalam waktu yang cukup lama. b. Pemimpin hendaklah membagi informasi yang dibutuhkan oleh karyawan. Dalam perusahaan terkadang informasi ini tidak pernah diberikan karena dianggap tidak perlu atau karyawan tidak membutuhkannya. c. Pimpinan hendaklah mengembangkan suatu perencanaan komunikasi, sehingga karyawan dapat mengetahui informasi yang dapat diharapkannya untuk diperoleh berkenaan dengan tindakan-tindakan pengelolaan yang mempengaruhi mereka. Dalam

perusahaan atasan biasanya hanya membicarakan hal – hal yang perlu diketahui saja terhadap bawahannya sedangkan informasi penting seperti laba dan rugi perusahaan tidak pernah diberitaukan. d.Pimpinan hendaklah berusaha membentuk kepercayaan di antara pengirim dan penerima pesan. Dalam perusahaan pimpinan pusat selalu berusaha membuat atau membentuk kepercayaan bahwa atasan di regional dalam memberikan informasi kepada bawahan selalu sesuai dengan apa yang sudah disampaikan (atasan pusat kepada atasan regional) sehingga apabila kita bertanya langsung kepada atasan pusat maka jawabannya hanya “sudah saya sampaikan kepada atasanmu di regional tanya saja sama dia” dan hal itu membuat pemikiran karyawan terkadang menganggap jawaban dari atasan regional sudah benar.

### **Metode Komunikasi ke Bawah**

Untuk menyampaikan informasi kepada bawahan dapat dilakukan dengan berbagai metode Arni (2007;114) mengatakan empat klasifikasi metode untuk itu yaitu : metode lisan, tulisan, gambar dan campuran dari lisan-tulisan dan gambar. Dalam perusahaan email / komunikasi secara tulisan lebih sering digunakan karena dengan adanya email atau bukti tertulis apabila ada suatu masalah maka akan dengan mudah diselesaikan dengan

menunjukkan bukti emailnya. **Komunikasi ke Atas**

Yang dimaksud dengan komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi.

### **Fungsi Komunikasi ke Atas**

Komunikasi ke atas mempunyai beberapa fungsi atau nilai tertentu, menurut Arni (2007;117) fungsinya adalah sebagai berikut : i) Dengan adanya komunikasi ke atas supervisor dapat mengetahui kapan bawahannya siap untuk diberi informasi dari mereka dan bagaimana baiknya mereka menerima apa yang disampaikan karyawan. ii) Arus komunikasi ke atas memberikan informasi yang berharga bagi pembuatan keputusan. iii) Komunikasi ke atas memperkuat apresiasi dan loyalitas karyawan terhadap organisasi dengan jalan memberikan kesempatan untuk menanyakan pertanyaan, mengajukan ide-ide dan saran-saran tentang jalannya organisasi. iv) Komunikasi ke atas membolehkan, bahkan mendorong desas-desus muncul dan membiarkan supervisor mengetahuinya. v) Komunikasi ke atas menjadikan supervisor dapat menentukan apakah bawahan menangkap arti seperti yang dia maksudkan dari arus informasi yang ke bawah. vi) Komunikasi ke atas membantu karyawan mengatasi masalah-masalah pekerjaan mereka dan

memperkuat keterlibatan mereka dalam tugas-tugasnya dan organisasi.

Dalam Perusahaan PT. Intisel Prodaktifakom karyawan selalu diberikan kesempatan untuk bertanya dan berkonsultasi kepada atasan saat ada masalah atau kesulitan dalam melaksanakan pekerjaannya. Contohnya dalam perusahaan setiap karyawan diwajibkan mengirimkan daily report setiap harinya seusai mereka bekerja hal ini dimaksudkan agar atasan dapat mengetahui apa saja yang dikerjakan bawahannya dan apa saja yang harus dilakukan besok dan mana saja karyawan yang kekurangan pekerjaan atau tidak optimal dalam bekerja.

### **Kesulitan Mendapatkan Informasi ke Atas.**

Hal-hal yang seharusnya disampaikan terkadang tidaklah sesuai dengan kenyataan. Banyak kesulitan untuk mendapatkan informasi tersebut. Arni (2007;118) mengatakan bahwa kesulitan itu mungkin disebabkan oleh beberapa hal di antaranya adalah sebagai berikut : i) Kecenderungan karyawan untuk menyembunyikan perasaan dan pikirannya. Dalam perusahaan terkadang karyawan hanya membicarakan masalahnya kepada yg dianggapnya dapat menjaga rahasianya karena apabila dibicarakan pada atasan maka yang terjadi mungkin tidak sesuai dengan apa yg

diharapkan. ii) Perasaan karyawan bahwa pimpinan dan supervisor tidak tertarik kepada masalah mereka. Dalam perusahaan ada beberapa karyawan yang berfikiran pimpinan tidak peduli karena mereka menganggap kurangnya komunikasi dengan atasan dan atasan hanya selalu memikirkan pekerjaannya saja. iii) Kurangnya reward atau penghargaan terhadap karyawan yang berkomunikasi ke atas. Dalam perusahaan reward adalah kata yg tabu, apabila karyawan melakukan kesalahan langsung mendapatkan punishment dan apabila melakukan kebenaran dianggap biasa saja. iv) Perasaan karyawan bahwa supervisor dan pimpinan tidak dapat menerima dan berespons terhadap apa yang dikatakan oleh karyawan. Dalam perusahaan atasan terkadang memang mendengarkan apa yang diinginkan karyawan tetapi realisasinya yang tidak pasti karena semua tergantung atasan pusat.

### **b. Motivasi Kerja**

Motivasi kerja adalah sebagai keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai keinginannya. Motivasi yang ada pada seseorang merupakan kekuatan yang akan mewujudkan suatu perilaku dalam mencapai tujuan kepuasan dirinya pada tipe kegiatan spesifik, dan arah tersebut positif dengan mengarah mendekati objek yang menjadi tujuan.

Danang (2013;6) mengatakan motivasi di dalam kehidupan suatu organisasi harus diamati secara cermat, karena di dalam organisasi akan terjadi hal-hal sebagai berikut: a.) Proses kerja sama antara pemimpin dengan bawahan maupun dengan atasan pemimpin itu sendiri. Dalam perusahaan hal ini sering dilakukan apabila bawahan memiliki masalah fatal maka atasan atau atasan dari atasan akan membantu untuk menyelesaikan masalah ini. b.) Dalam Proses interaksi itu terjadi perilaku bawahan yang diperhatikan, tetapi kemungkinan juga dilaksanakan agar perilaku tersebut sesuai dengan keinginan yang diharapkan seorang pemimpin. Dalam perusahaan hal ini dilakukan dengan cara selalu memantau kegiatan dan berkomunikasi dengan bawahan agar apa yang diinginkan atasan dapat tercapai.

### **Cara Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan**

Indikator motivasi kerja merupakan pendukung dari faktor yang memengaruhi motivasi atau sebagai penjelasan dari faktor motivasi. Indikator tersebut menurut Danang (2013;7) sebagai berikut: a.) Pegawai merasa diikutsertakan dalam proses pengambilan keputusan terutama menyangkut nasibnya. Dalam perusahaan apabila ada karyawan yg sudah tidak memiliki pekerjaan atau regional sedang sepi pekerjaan akan ditawarkan untuk pindah base / regional yang membutuhkan atau

dirumahkan. b) Adanya pengertian pemimpin apabila pegawai menghadapi masalah pribadi. Dalam perusahaan sesama karyawan dan atasan selalu berusaha memahami masalah pribadi satu sama lain. c) Penghargaan yang wajar atas prestasi kerja seperti promosi, jabatan, hadiah atau bonus. Dalam perusahaan bonus tahunan baru akan diberikan apabila regional sudah mencapai target dari perusahaan. d) Adanya jaminan hari tua. Dalam perusahaan tidak ada jaminan hari tua dan memaksa karyawan untuk mencari asuransi jaminan hari tua atau tabungan hari tua sendiri. e) Jaminan perlakuan yang objektif misalnya mengenai tambahan penghasilan dan hubungan dengan atasan. Dalam perusahaan objektifitas terkadang masih terganjal masalah gender dimana perlakuan yg didapatkan antara laki – laki dan wanita berbeda seperti laki – laki harus lembur sampai malam dan perempuan tidak. Danang (2013;7) Proses timbulnya motivasi seseorang merupakan gabungan dari konsep kebutuhan dorongan, tujuan dan imbalan. Proses motivasi terdiri dari beberapa tahapan proses yaitu : a) Apabila dalam diri seseorang itu timbul suatu kebutuhan tertentu dan kebutuhan tersebut belum terpenuhi maka akan menyebabkan lahirnya dorongan untuk berusaha melakukan kegiatan. Dalam hal ini tidak sedikit karyawan yang memiliki usaha

kecil – kecilan untuk menutupi kebutuhan hidupnya yang dirasa kurang jika mengandalkan gaji saja. b) Apabila kebutuhan belum terpenuhi maka seseorang kemudian mencari jalan bagaimana caranya untuk memenuhi keinginannya. Dalam hal ini tidak sedikit karyawan yang sering mengajukan lembur agar ada sedikit tambahan dari gaji tapi semua itu tergantung dari keputusan atasan apakah diberikan lemburan atau tidak. c) Untuk mencapai tujuan prestasi yang diharapkan maka seseorang harus didukung oleh kemampuan, ketrampilan maupun pengalaman dalam memenuhi segala kebutuhannya. Dalam hal ini tidak sedikit karyawan yang melakukan kuliah sambil kerja untuk meningkatkan kemampuan dan menaikkan nilai jualnya. d) Melaksanakan evaluasi prestasi secara formal tentang keberhasilan dalam mencapai tujuan yang dilakukan secara bertahap. Dalam perusahaan hal ini selalu dilakukan secara berkala dan hal ini selalu menjadi acuan apakah kontrak karyawan dilanjutkan atau tidak. e) Seseorang akan bekerja lebih baik apabila mereka merasa bahwa apa yang mereka lakukan dihargai dan diberikan suatu imbalan atau ganjaran. Dalam hal ini perusahaan selalu memberikan bonus setiap tahunnya apabila targetnya bisa tercapai. f) Dari gaji/imbalan yang diterima kemudian seseorang tersebut dapat mempertimbangkan seberapa besar

kebutuhan yang dapat terpenuhi dari gaji/imbalan yang mereka terima. Dalam hal ini juga tidak sedikit yang berusaha melakukan usaha sampingan untuk menutupi kebutuhan bulannannya.

### **Kategorisasi Variabel Komunikasi Antar Pribadi Antar Atasan Dan Karyawan.**

Berdasarkan kuesioner yang disebar dalam penelitian ini terdapat 13 pertanyaan tentang komunikasi antarpersonal, nilai tertinggi disetiap pertanyaan mendapatkan skor 4 dan nilai terendah disetiap pertanyaan mendapatkan skor 1. Sehingga nilai tertinggi yang dapat dicapai responden adalah 52 dan nilai terendah yang dicapai responden adalah 13. Adapun interval kelasnya adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{Nt - Nr}{3}$$

Keterangan:

I = Interval Kelas

Nt = Nilai tinggi

Nr = Nilai rendah

K = Jumlah kategori

Perhitungannya:

$$I = \frac{Nt - Nr}{3}$$

$$I = \frac{52 - 13}{3}$$

$$I = \frac{39}{3} = 13$$

Dari perhitungan di atas panjang interval dari masing-masing kelas di dapat 13 sehingga interval kelas adalah:

Rendah = 13 – 26

Sedang = 27 – 40

Tinggi = 41 – 54

Untuk mengetahui persebaran persentase responden berdasarkan komunikasi antarpersonal dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Persebaran Persentase**  
**Responden Berdasarkan**  
**Komunikasi Antar**  
**Pribadi Antar Atasan Dan**  
**Karyawan F = 40**

No	Komunikasi Antarpersonal	F	%
1	Tinggi	24	60%
2	Sedang	12	30%
3	Rendah	4	10%
	Total	40	100%

Sumber: Tabel Induk

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa komunikasi antarpersonal antara karyawan dengan atasan di lingkungan PT. Intisel Prodaktifakom dominan dalam kategori tinggi, dimana 60% dari 40 responden dapat melakukan komunikasi interpersonal secara efektif yang diaplikasikan dalam lingkungan. Sedangkan sebanyak 30% responden memiliki hubungan komunikasi antarpersonal yang masuk ke dalam kategori rendah dengan alasan, kurangnya kedekatan, dan tingkat keterbukaan terhadap karyawan. (Edi, 2014:3) menjabarkan komunikasi antar pribadi sebagai “perilaku orang-orang pada pertemuan tatap muka dalam situasi sosial

informal dan melakukan interaksi terfokus lewat pertukaran isyarat verbal dan nonverbal yang saling berbalasan”. Jadi bila ada proses komunikasi yang tidak menimbulkan pertukaran isyarat verbal maupun non verbal, maka kegiatan tersebut tidak dapat disebut adanya komunikasi antar pribadi

### Kategorisasi Motivasi Kerja

Berdasarkan kuesioner yang disebar dalam penelitian ini terdapat 8 pertanyaan tentang komunikasi antarpersonal, nilai tertinggi disetiap pertanyaan mendapatkan skor 4 dan nilai terendah disetiap pertanyaan mendapatkan skor 1. Sehingga nilai tertinggi yang dapat dicapai responden adalah 32 dan nilai terendah yang dicapai responden adalah 8. Adapun interval kelasnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{Nt - Nr}{3}$$

Keterangan:

I = Interval Kelas

Nt = Nilai tinggi

Nr = Nilai rendah

K = Jumlah kategori

Perhitungannya:

$$I = \frac{32 - 8}{3}$$

$$I = \frac{24}{3} = 8$$

Dari perhitungan di atas panjang interval dari masing-masing kelas di dapat 8 sehingga interval kelas adalah:

Rendah = 8 – 15

Sedang = 16 – 23

Tinggi = 24 – 32

Untuk mengetahui persebaran persentase responden berdasarkan komunikasi interpersonal dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Persebaran Persentase Responden Berdasarkan Motivasi Kerja karyawan**  
**F = 40**

No	Motivasi Kerja	F	%
1	Tinggi	29	72,5%
2	Sedang	11	27,5%
3	Rendah	0	0%
	Total	40	100%

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa motivasi kerja dominan tinggi, dimana 72,5% dari 40 responden merasakan timbulnya motivasi kerja yang dimiliki karyawan. Sedangkan 27,5% responden menyatakan bahwa motivasi karyawan masih kurang ditingkatkan karena komunikasi antar pribadi diantara atasan dan karyawan. Motivasi kerja adalah sebagai keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai keinginannya. Motivasi yang ada pada seseorang merupakan kekuatan yang akan

mewujudkan suatu perilaku dalam mencapai tujuan kepuasan dirinya pada tipe kegiatan spesifik, dan arah tersebut positif dengan mengarah mendekati objek yang menjadi tujuan (Danang, 2013:6).

**Analisa Tabulasi Silang (Analisa Lazarfeld)**

Dalam sub bab ini penulis akan menyajikan analisa berupa tabulasi silang antara peran komunikasi interpersonal karyawan dengan atasan (X) Motivasi kerja karyawan (Y). Tujuan analisa dibawah ini untuk mengetahui kecendrungan korelasi antara variabel X dan variabel Y.

**Tabel 3**  
**Peran Komunikasi Antar Pribadi (Antara Pimpinan Dan Karyawan) Pada Motivasi Kerja Karyawan PT. INTISEL PRODAKTIFAKOM**  
**F = 40**

Motivasi kerja karyawan (X)	Komunikasi Antarpersonal (Y)			Jumlah
	T	S	R	
T	18 45%	11 27,5%	0 0%	29 72,5%
S	6 15%	1 2,5%	4 10%	11 27,5%
R	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Jumlah	24 60%	12 30%	4 10%	40 100%

Sumber : Tabel Induk

Berdasarkan analisa tabulasi silang di atas dapat diketahui, bahwa peran komunikasi antarpersonal yang tinggi terhadap motivasi kerja karyawan PT. Inisel Prodaktifakom yang juga tinggi sebesar 45% sedangkan peran komunikasi antarpersonal yang sedang terhadap motivasi kerja karyawan PT. Intisel Prodaktifakom yang juga tinggi sebesar 27,5% karena kurangnya komunikasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi antar pribadi sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan. Ini berarti menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel komunikasi antarpersonal dan variabel perilaku positif di mana jika variabel X tinggi maka variabel Y pun juga akan tinggi.

Dengan hasil penelitian tersebut maka penelitian ini terbukti bahwa terdapat hubungan positif, antara komunikasi antar personal antara atasan dan karyawan pada motivasi kerja karyawan PT. Intisel Prodaktifakom.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang sering dilakukan dalam organisasi maupun di luar organisasi, apakah organisasi tersebut berbentuk lembaga maupun organisasi di luar lembaga sering bersifat antar pribadi (*interpersonal communication*), ataupun

berkelompok (*group communication*). Berdasarkan fakta – fakta penelitian diketahui bahwa peran komunikasi antarpribadi antara karyawan dan atasan berada pada level tertinggi 60%, sedangkan nilai 30% dikategorikan dalam penilaian sedang, namun dalam nilai terendah dicapai 10% (Tabel 1 ). Hal ini didukung oleh temuan penelitian bahwa responden sering berkomunikasi masalah di luar pekerjaan di lingkungan pekerjaan dengan atasan, responden juga sering berkomunikasi diluar lingkungan kerja, selain itu karyawan melakukan komunikasi selama 30 – 60 menit setiap harinya. Responden juga membicarakan semua masalah dengan atasan, responden juga mampu, menerima dan menjalankan kritik dan saran dari atasan kerja. Terkadang responden mampu memahami semua pesan yang disampaikan atasan dan sering memberikan tanggapan saat ketika atasan ada berbicara. Hubungan responden dengan atasan hanya biasa – biasa saja tetapi selalu bekerja sama dengan atasan dan selalu membantu atasan yang dalam kesulitan mengerjakan pekerjaannya serta selalu ramah terhadap atasan. Responden seringkali mampu menyimpan rahasia begitu juga dengan atasan yang seringkali mampu menyimpan rahasia.

2. Motivasi kerja adalah sebagai keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu

untuk mencapai keinginannya. Motivasi yang ada pada seseorang merupakan kekuatan yang akan mewujudkan suatu perilaku dalam mencapai tujuan kepuasan dirinya pada tipe kegiatan spesifik, dan arah tersebut positif dengan mengarah mendekati objek yang menjadi tujuan. Berdasarkan fakta penelitian bahwa tingkat produktivitas kerja karyawan berada pada tataran tinggi yaitu 72,5%, sedangkan penilaian dalam kategori sedang adalah 27,5% (Tabel 2). Hal ini didukung oleh temuan penelitian yang mengemukakan bahwa responden mematuhi semua peraturan yang ada di lingkungan kerja, dan responden juga tidak pernah tidak hadir dalam bekerja selama satu bulan. Responden selalu menyelesaikan tugas tepat waktu dan selalu sesuai dengan yang diharapkan oleh atasan. Responden juga selalu bekerja dengan rajin dan terjaga kerapiannya serta selalu mampu mengerjakan pekerjaan yang diberikan oleh atasan. Gaji yang diterima sudah sesuai dengan pendidikan dan keahlian responden, dan responden juga mengharapkan adanya kenaikan gaji untuk memotivasi mereka.

3. Berdasarkan analisa tabulasi silang (analisa *lazarfeld*) diketahui bahwa ada hubungan yang positif antara komunikasi antar pribadi karyawan dan atasan dengan motivasi kerja karyawan 45% (Tabel 3) responden menyatakan komunikasi

antarpribadi yang tinggi ternyata memiliki produktivitas kerja karyawan yang tinggi pula.

### **Rekomendasi**

Dengan adanya hasil penelitian ini maka ada beberapa rekomendasi yang bisa disampaikan di antaranya adalah;

1. Diharapkan karyawan dapat memahami semua perintah tugas yang diberikan oleh atasan sehingga tugas yang akan dilaksanakannya akan berjalan sesuai dengan apa yang telah diharapkan oleh atasan.

2. Bagi karyawan yang mengharapkan kenaikan gaji diharapkan dapat lebih meningkatkan kinerja dan menyelesaikan semua tugas yang diberikan dan mematuhi semua aturan perusahaan.

3. Bagi karyawan yang seringkali dapat menyimpan rahasia agar dapat lebih mampu menyimpan rahasia karena atasan dan rekan yang mengajak anda berkomunikasi percaya bahwa anda mampu mempercayai anda.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Arni, Muhamad. 2007. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta, PT. Bumi Aksara

Azwar, Saifuddin. 2014. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Edi. Harapan. 2014, *Komunikasi antarpribadi : perilaku insani dalam organisasi pendidikan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada

Littlejohn, Stephen W. 2009. *Theori of Human Communication*, 9<sup>th</sup> ed, Jakarta:

Salemba Humanika.

Morisan. 2013. *Teori Komunikasi "Individu hingga massa" edisi pertama*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner, dan Proses Analisa Data Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.