

**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DAN KEPUASAN
KERJA KARYAWAN TERHADAP MOTIVASI
KERJA KARYAWAN
(STUDI KASUS PADA KARYAWAN BAGIAN TRANSAKSI ENERGI PT.
PLN (PERSERO) WILAYAH
KALIMANTAN BARAT AREA SANGGAU)**

Mery Meilita/Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

Abstrak

Komunikasi dalam suatu organisasi merupakan hal utama dalam mencapai tujuan organisasi. Hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan, dan antara bawahan dengan bawahan dalam suatu organisasi sangat berpengaruh besar dalam menjembatani terciptanya peningkatan produktivitas kerja karyawan di dalam organisasi. Iklim komunikasi organisasi dapat mempengaruhi kepuasan kerja dan motivasi kerja karyawan di suatu organisasi. Tulisan ini menggambarkan adanya peranan komunikasi organisasi dalam mencapai kepuasan kerja karyawan dan motivasi kerja karyawan di PT PLN (PERSERO) WILAYAH KALIMANTAN BARAT AREA SANGGAU. Metode penelitian ini menggunakan metode survey dan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Penelitian ini akan menjabarkan bagaimana iklim organisasi di PT PLN (PERSERO) WILAYAH KALIMANTAN BARAT AREA SANGGAU dapat memberikan kepuasan kerja bagi karyawan dan memotivasi karyawan dalam bekerja dan penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya.

Keywords: ilmu komunikasi organisasi, kepuasan kerja dan motivasi kerja

A. Latar Belakang

Komunikasi berperan penting dalam menjembatani manusia dalam berhubungan antara satu dengan yang lainnya baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam bermasyarakat. Komunikasi dalam suatu organisasi juga merupakan hal utama yang tidak kalah pentingnya dalam mencapai tujuan organisasi. Komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi disebut dengan komunikasi organisasi. Redding (dalam Pace dan Faules, 2001:148) bahkan menyatakan bahwa iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif.

Terkait dengan korelasi antara iklim komunikasi organisasi, Pace dan Faules (2001: 152), menyatakan bahwa alasan lain yang mendukung pentingnya iklim komunikasi organisasi adalah karena dengan adanya iklim komunikasi organisasi yang kondusif, nyaman dan positif, maka dipercaya akan meningkatkan motivasi kerja dari para anggota organisasi atau karyawan perusahaan.

Susilo Martoyo (2001: 139) mengemukakan bahwa motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja, atau dengan kata lain pendorong semangat kerja. Faktor lain yang dapat mempengaruhi motivasi kerja pegawai adalah faktor kepuasan kerja (Rivai Veithzal, 2001: 140-165). As'ad (2001: 21) memaparkan bahwa kepuasan kerja merupakan suatu penilaian mengenai seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan mampu memuaskan kebutuhannya sekaligus merupakan perasaan pegawai terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja juga merupakan

suatu proses pencapaian tingkat motivasi karyawan untuk lebih bisa produktif dalam bekerja dan merupakan bentuk kekaryaan karyawan yang didorong oleh pemenuhan kebutuhan-kebutuhannya.

Penelitian ini mengambil subyek di bagian transaksi energi PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerjakaryawan PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk membuktikan adanya pengaruh iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerjakaryawan PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat.

C. Hasil Penelitian

1. Karakteristik responden

a. Usia

Berdasarkan usia responden, dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu responden yang berusia kurang dari 30 tahun, 30 – 50 tahun, dan lebih dari 50 tahun. Hasil analisis data karakteristik responden berdasarkan umur ini dapat dilihat seperti pada tabel berikut

Tabel 1.1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah responden	
	Dalam angka (orang)	Persentase (%)
< 30 tahun	11	27,50
30 – 50 tahun	21	52,50
> 50 tahun	8	20,00
Jumlah	40	100,00

Sumber: data diolah, 2013

b. Jenis kelamin

Komposisi responden berdasarkan jenjang jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir

Jenis kelamin	Jumlah responden	
	dalam angka (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	24	60,00
Perempuan	16	40,00
Total	40	100,00

Sumber: data diolah, 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat diidentifikasi bahwa responden laki-laki (60,00%) lebih banyak dibandingkan dengan perempuan (40,00%).

2. Iklim komunikasi organisasi

Iklim komunikasi organisasi diukur dengan 30 pertanyaan tentang kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, mendengarkan dan perhatian pada tujuan kinerja.

Jawaban responden terhadap ketiga pertanyaan dengan nilai paling tinggi dapat dijelaskan pada uraian dibawah ini.

Tabel 1.3

Berkomitmen untuk mewujudkan tercapainya kualitas produksi yang tinggi(X1.29)

Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)	N	FxN
SS	3	7,50	4	12
S	22	55,00	3	66
TS	12	30,00	2	24
STS	3	7,50	1	3
Total	40	100,00		105
Rata-rata				2,63

Sumber: data diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 1.3 tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata skor item ” Saya harus berkomitmen untuk mewujudkan tercapainya kualitas produksi yang tinggi” sebesar 2,63 atau dapat dikatakan dalam kategori cukup. Jawaban responden sebagian besar menjawab “Setuju” (55,00%), sedangkan frekuensi terendah “Sangat setuju” (7,50%). Apabila di lihat dari jenis kelamin, rata-rata skor item tersebut untuk karyawan laki-laki 2,63 dan perempuan 2,63. Hal ini menunjukkan bahwa baik karyawan laki-laki maupun perempuan telah berkomitmen untuk mewujudkan tercapainya kualitas produksi yang tinggi.

3. Kepuasan kerja

Kepuasan kerja diukur dengan 31 pertanyaan tentang perlakuan yang adil, keselamatan kerja, rasa aman, nyaman, sesuai bakar, teman kerja, pimpinan, tempat kerja, kelengkapan kerja,

jaminan kesehatan dan gaji serta karier. Jawaban responden terhadap ketiga pertanyaan dengan nilai tertinggi dapat dijelaskan pada uraian dibawah ini.

Tabel 1.4

Perusahaan menyediakan peralatan kerja yang lengkap
(X2.25)

Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)	N	FxN
SS	0	0,00	4	0
S	28	70,00	3	84
TS	9	22,50	2	18
STS	3	7,50	1	3
Total	40	100,00		105
Rata-rata				2,63

Sumber: data diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 1.4 tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata skor item "Perusahaan menyediakan peralatan kerja yang lengkap" sebesar 2,63 atau dapat dikatakan dalam kategori sedang. Jawaban responden sebagian besar menjawab "Setuju" (70,00%), sedangkan frekuensi terendah "Sangat setuju" (0,00%). Apabila di lihat dari jenis kelamin, rata-rata skor item tersebut untuk karyawan laki-laki 2,63 dan perempuan 2,63. Hal ini menunjukkan bahwa baik karyawan laki-laki maupun perempuan mempunyai persepsi perusahaan telah menyediakan peralatan kerja yang lengkap.

4. Motivasi kerja

Motivasi kerja diukur dengan 15 pertanyaan tentang pekerjaan menyenangkan, kesempatan berkembang, diakui, status dalam organisasi, hubungan dengan atasan dan rekan kerja serta kebanggaan.

Jawaban responden terhadap ketiga pertanyaan dengan nilai tertinggi dapat dijelaskan pada uraian dibawah ini.

Tabel 1.5

Rekan kerja senantiasa menghargai kontribusi fisik (Y.5)

Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)	N	FxN
SS	0	0,00	4	0
S	27	67,50	3	81
TS	13	32,50	2	26
STS	0	0,00	1	0
Total	40	100,00		107
Rata-rata				2,68

Sumber: data diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 1.5 tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata skor item "Rekan kerja senantiasa menghargai kontribusi fisik saya terhadap perusahaan" sebesar 2,35 atau dapat dikatakan dalam kategori sedang. Jawaban responden sebagian besar menjawab "Setuju" (67,50%), sedangkan frekuensi terendah "Sangat setuju" (0,00%). Apabila di lihat dari jenis kelamin, rata-rata skor item tersebut untuk karyawan laki-laki 2,67 dan perempuan 2,69. Hal ini menunjukkan bahwa baik karyawan laki-laki maupun perempuan mempunyai persepsi rekan kerja senantiasa menghargai kontribusi fisik.

5. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah gambaran umum mengenai data penelitian variabel daya tarik iklan, citra merek dan minat beli. Penentuan kategori penilaian dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan interval berdasarkan skor tertinggi dan skor terendah.

Tabel 1.6.
Kategorisasi Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Keterangan
Iklm komunikasi organisasi (X_1)	2,42	Cukup
Kepuasan kerja (X_2)	2,37	Sedang
Motivasi kerja (Y)	2,47	Sedang

Sumber: data diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas dapat diketahui iklim komunikasi organisasi termasuk dalam kategori cukup baik, sementara itu kepuasan kerja dan motivasi kerja termasuk dalam kategori sedang. Sementara itu berdasarkan distribusi frekuensi pada iklim komunikasi organisasi yang mempunyai kategori baik sebanyak 3 orang (7,5%), cukup sebanyak 31 orang (77,5%) dan kurang sebanyak 6 orang (15,0%). Distribusi frekuensi pada kepuasan kerja yang mempunyai kategori tinggi sebanyak 5 orang (12,5%), sedang sebanyak 25 orang (62,5%) dan rendah sebanyak 10 orang (25,0%). Distribusi frekuensi pada motivasi kerja yang mempunyai kategori tinggi sebanyak 5 orang (12,5%), sedang sebanyak 28 orang (70,0%) dan rendah sebanyak 7 orang (17,5%).

6. Analisis Regresi

Tabel 1.7

Hasil Uji F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,448	,418	,35957

a. Predictors: (Constant), X2 = kepuasan kerja, X1 = iklim komunikasi organisasi

Sumber: data diolah, 2013

Besarnya nilai koefisien korelasi ($R = 0,669$) adalah positif, sehingga semakin tinggi iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja maka semakin tinggi pula motivasi kerja begitu pula sebaliknya semakin rendah iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja maka semakin rendah pula motivasi kerja. Berdasarkan tabel di atas daya tarik iklan mempunyai nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,448 yang berarti besarnya motivasi kerja dapat dijelaskan oleh iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja sebesar 44,8% sedangkan sisanya sebesar 55,2% dijelaskan oleh variabel lain selain kedua variabel tersebut.

D. Analisis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi organisasi mempunyai rata-rata sebesar 2,42 dan termasuk dalam kategori cukup baik artinya tidak semua karyawan menyesuaikan diri dan berkomunikasi secara baik. Nilai koefisien regresi sebesar 0,478 (positif) dan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga iklim komunikasi

organisasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja. Semakin baik iklim komunikasi organisasi maka motivasi kerja akan tinggi, demikian pula sebaliknya jika semakin buruk iklim komunikasi organisasi maka motivasi kerja akan rendah. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit tertentu komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi terjadi kapanpun, setidaknya satu orang menduduki suatu jabatan dalam organisasi menafsirkan pertunjukan. Komunikasi yang akan ditelaah adalah anggota-anggota organisasi, analisis komunikasi organisasi menyangkut penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara bersamaan (Pace dan Faules, 2006). Iklim komunikasi organisasi dibentuk melalui interaksi antara anggota organisasi. Interaksi-interaksi dan proses-proses yang membentuk, menciptakan kembali, mengubah, dan memelihara iklim adalah hal yang seharusnya menjadi pusat perhatian. Iklim bukanlah sifat seorang individu, tetapi sifat yang dibentuk, dimiliki bersama, dan dipelihara oleh para anggota organisasi (Pace dan Faules, 2006).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan kerja mempunyai rata-rata sebesar 2,37 dan termasuk dalam kategori sedang baik artinya tidak semua karyawan merasa puas dengan kondisi perusahaan pada saat ini. Nilai koefisien regresi sebesar 0,435 (positif) dan

probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga kepuasan kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja. Semakin tinggi kepuasan kerja maka motivasi kerja akan tinggi, demikian pula sebaliknya jika semakin rendah kepuasan kerja maka motivasi kerja akan rendah. Kepuasan kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan, hal ini mungkin didasarkan pada perasaan karyawan terhadap pekerjaannya, ini nampak dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerjanya sehingga motivasi kerjanya meningkat. Karyawan yang cenderung lebih menyukai pekerjaan-pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk menggunakan ketrampilan dan kemampuan dan menawarkan beragam tugas, kebebasan, dan umpan balik mengenai betapa baik karyawan tersebut bekerja. Pada kondisi tantangan yang sedang, kebanyakan karyawan akan mengalami kesenangan dan kepuasan. Karyawan menginginkan sistem upah dan kebijaksanaan promosi yang mereka persepsikan sebagai adil, tidak kembar arti, dan segaris dengan pengharapan mereka. Karyawan-karyawan yang mempersepsikan bahwa keputusan promosi dibuat dalam cara yang adil (*fair and just*) kemungkinan besar akan mengalami kepuasan dari pekerjaan mereka. Karyawan menginginkan lingkungan kerja yang baik untuk kenyamanan pribadi maupun untuk memudahkan mengerjakan tugas yang baik. Kondisi kerja yang mendukung berkaitan dengan temperatur, cahaya, fasilitas yang bersih dan relatif modern, dan dengan alat-alat dan peralatan yang memadai. Karyawan yang merasa

kebutuhannya terpenuhi maka akan cenderung berperilaku seperti yang dikehendaki perusahaan sehingga kepuasan kerja akan mendatangkan motivasi intrinsik bagi karyawan itu sendiri (Wursanto, 2003:300).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa motivasi kerja mempunyai rata-rata sebesar 2,47 dan termasuk dalam kategori sedang artinya sebagian besar karyawan sudah mempunyai motivasi kerja yang cukup tinggi. Nilai probabilitas pada uji F sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan. Besarnya pengaruh komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja 44,8% sedangkan sisanya sebesar 55,2% dijelaskan oleh variabel lain selain kedua variabel tersebut.

E. Kesimpulan

Kesimpulan didasarkan pada hasil analisis terhadap 40 responden dan pembahasan iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja pada bab sebelumnya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Iklim organisasi secara keseluruhan termasuk dalam kategori sedang dan indikator tertinggi ada pada item pertanyaan tertinggi pertama adalah "Saya harus berkomitmen untuk mewujudkan tercapainya kualitas produksi yang tinggi" sebesar 2,63, item pertanyaan tertinggi kedua adalah "Menurut saya, para pegawai harus berkomitmen untuk

merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan biaya rendah” sebesar 2,63, dan item pertanyaan tertinggi ketiga adalah ” Saya harus menunjukkan perhatian besar pada rekan kerja di semua tingkat dalam perusahaan” sebesar 2,63. Pada kepuasan kerja karyawan secara keseluruhan termasuk dalam kategori sedang dan indikator tertinggi ada pada item pertanyaan tertinggi pertama adalah ” Perusahaan menyediakan fasilitas kerja yang lengkap” sebesar 2,63 dan item pertanyaan tertinggi kedua adalah ” Perusahaan telah menyusun sistem kenaikan gaji yang jelas dan terstruktur, sehingga pegawai dapat dengan mudah memperoleh kenaikan gaji” sebesar 2,63. Dan pada motivasi kerja karyawan secara keseluruhan termasuk dalam kategori sedang dan indikator tertinggi ada pada item pertanyaan ”Rekan kerja senantiasa menghargai kontribusi fisik saya terhadap perusahaan” sebesar 2,68.

2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat ($r_{xy} = 0,374$ dan $\text{sig} = 0,017$). Semakin baik iklim komunikasi organisasi maka motivasi kerja karyawan akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya semakin kurang iklim organisasi maka motivasi kerja karyawan akan semakin rendah.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat ($r_{xy} = 0,470$ dan $\text{sig} = 0,002$). Semakin tinggi kepuasan kerja maka motivasi kerja karyawan akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya

semakin rendah kepuasan kerja maka motivasi kerja karyawan akan semakin rendah

4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,448 yang berarti besarnya motivasi kerja dapat dijelaskan oleh iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja sebesar 44,8% sedangkan sisanya sebesar 55,2% dijelaskan oleh variabel lain selain kedua variabel tersebut.

F. Daftar Pustaka

Pace, W.R.&Faules, D.F. 1998, *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.

Pace, W.R. dan Faules, D.F. 2001.*Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Arni Muhammad. 2005.*Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

As'ad, M. 2001.*Psikologi Industri*.Edisi Keempat, Cetakan Kelima. Yogyakarta: Liberty.

Ashar Sunyoto Munandar. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*: Jakarta: UI Press.

Masri Singarimbun dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta:

LP3ES.