

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN TERHADAP  
MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI PT. AJN  
SOLUSINDO JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH**

**Wahidah**

**044118320**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
2022**

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN TERHADAP  
MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI PT AJN  
SOLUSINDO JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan Bogor**

**DISUSUN OLEH**

**Wahidah**

**044118320**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
2022**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Wahidah  
NPM : 044118320  
Tanda Tangan :  
Tanggal : 28 Oktober 2022**

# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

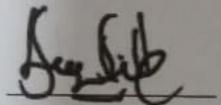
Nama : Wahidah  
NPM : 044118320  
Judul : Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT Ajn Solusindo Jakarta Selatan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

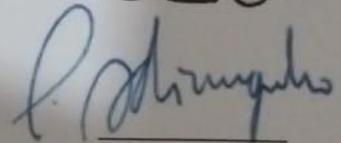
## DEWAN PENGUJI

Menyetujui

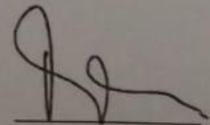
Pembimbing I : Muslim.M.Si.  
NIK: 1 0909 048 513



Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom  
NIK: 1.0616 049 760



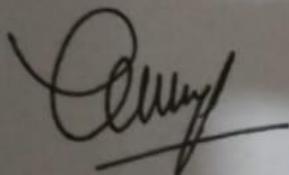
Pembaca : Dini Valdiani, M.Si  
NIK. 1.1110 033 517



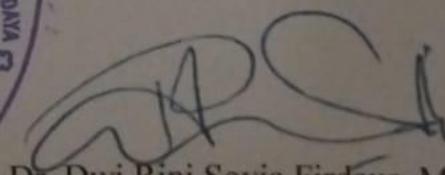
Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal : 15 November 2022

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Ketua Program Studi



Dr. Henny Suharyati, M.Si  
NIP. 1.9600 607.199009.2.001



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn  
NIK. 1.0113 001 607

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan AJN. Solusindo Jakarta Selatan ” dengan tepat waktu. Maksud tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan Pt. ajn solusindo jakarta selatan. Adanya penelitian Gaya Komunikasi Pemimpin ini, diharapkan mampu membantu para karyawan ajn solusindo dalam membangun motivasi kerja .

Bogor, 28 Oktober 2022

Wahidah

044118320

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, saran dan nasihat, serta ide-ide yang sangat berguna. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah ikut serta membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

- (1) Dr. Heny Suharyati, M.Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
- (2) Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.comn. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- (3) Muslim, M.Si, selaku pembimbing I Akademin Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor yang selalu memberi pengarahan kepada penulis untk menyelesaikan skripsi ini.
- (4) Prasetyo Adi Nugroho, M.I.Kom. selaku pembimbing II yang telah memberi arahan kepada penulis.
- (5) Muhammad Heryana Arsari selaku informan yang sudah membantu memberikan tambahan serta sedikit arahan pada penulis.
- (6) Seluruh Karyawan PT AJN Solusindo , yang sudah membantu mencarikan kelengkapan data penulis dan untuk semua Divisi yang memberikan segala informasi mengenai PT AJN Solusindo.
- (7) Untuk keluarga, terutama kedua orangtua saya.terimakasih telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. dan

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membaca skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis juga mohon maaf jika ada kata-kata yang kurang berkenan dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat mmembangun. Terimakasih

Bogor, 28 Oktober 2022

Wahidah

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Wahidah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 04-05-2000  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Jl. Perumahan Bukit Bogor Raya  
Email : itsmewawa0405@gmail.com

### Pendidikan Formal

1. SDN CIBATU (2006-2011)
2. SMPN 4 CIEMAS (2012-2014)
3. SMK TRI DHARMA 3 KOTA BOGOR (2015-2018)
4. Universitas Pakuan Bogor (2018-2022)

## ABSTRAK

**WAHIDAH,044118320.2022. Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di pt ajn solusindo jakarta selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, reabilitas, dan normalitas untuk menguji keabsahan data. Selain itu menggunakan uji korelasi dan regresi. Hasil yang dicapai dari penelitian ini menunjukkan nilai validitas diatas 0,532 dan reabilitas diatas 0,60 yang menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner telah valid dan reliabel. Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap motivasi kerja karyawan sebesar 0,841 Persamaan regresi yang didapatkan adalah  $Y = 6,328 + 0,939X$ , signifikansinya sebesar 0,000. Dari uji t didapatkan hasil nilai t untuk total X Gaya Komunikasi Pemimpin bernilai 14,598 yang memiliki nilai lebih besar dari t tabel yaitu 1,987. Keimpulan yang diperoleh adalah pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan.

***Kata Kunci:*** Gaya Komunikasi Pemimpin, Motivasi Kerja Karyawan

## ABSTRACT

**WAHIDAH,044118320.2022. Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor.

*This study aims to determine the relationship and influence of Leader Communication Style on employee work motivation at PT AJN Solusindo, South Jakarta. The research method used in this research is quantitative research. Methods of data collection using questionnaires and literature study. Data analysis in this study used validity, reliability, and normality tests to test the validity of the data. In addition, using correlation and regression tests. The results achieved from this study indicate the validity value is above 0.532 and reliability is above 0.60 which indicates that the questionnaire items are valid and reliable. The influence of the leader's communication style has a very strong relationship to employee work motivation of 0.841. The regression equation obtained is  $Y = 6.328 + 0.939X$ , the significance of which is 0.000. From the t-test, the results of the t-value for the total X Leadership Communication Style are 14,598 which has a value greater than the t table, which is 1,987. The conclusion obtained is that the influence of the communication style of leaders has a significant relationship and influence on the work motivation of employees at PT AJN Solusindo, South Jakarta.*

**Keywords: Leader Communication Style, Employee Work Motivation**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Praktis .....	6
1.4.2 Manfaat Akademis .....	7
BAB II .....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Manajemen Komunikasi .....	8
2.2 Pengertian Komunikasi .....	8
2.2.1 Tujuan Komunikasi .....	10
2.2.2 Fungsi komunikasi.....	10
2.3 Pengertian Komunikasi Interpersonal.....	12
2.4 Efektifitas Komunikasi Interpersonal .....	13
2.5 Pengertian motivasi kerja .....	16
2.5.1 Tujuan Pemberian Motivasi Kerja .....	17
2.5.2 Bentuk – Bentuk Motivasi.....	17

2.5.3 Langkah – Langkah Memotivasi .....	18
2.6 Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan (Maslow) .....	18
2.7 Penelitian Terdahulu .....	20
2.8 Kerangka Berfikir & Hipotesis .....	24
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	26
3.2.1 Populasi .....	26
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.4 Teknik Analisis Data.....	29
3.5 Validitas dan Reliabilitas .....	29
3.5.1 Uji Validitas .....	29
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.5.3 Uji Normalitas .....	31
3.5.4 Analisis Koefisien Korelasi .....	31
3.5.5 Koefisien Determinasi .....	33
3.5.6 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	33
3.5.7 Uji t .....	34
3.5.8 Operasional Konsep/ Variabel Operasional .....	35
BAB IV .....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum PT. AJN Solusindo Jakarta Selatan.....	39
4.1.1 Struktur Organisasi .....	40
4.1.2 Deskripsi Tugas .....	41
4.1.3 Logo Perusahaan .....	43
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan .....	44
4.2 Analisa Data dan Pembahasan .....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	47

4.2.3 Uji Normalitas.....	48
4.2.4 Analisis Koefisien Kolerasi .....	49
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	51
4.2.6 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	51
4.2.7 Uji t.....	52
4.3 Pembahasan Penelitian .....	53
4.3.1 Hubungan Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi kerja Karyawan .....	53
4.3.2 Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan.....	55
BAB V.....	58
PENUTUP .....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bentuk Dasar Komunikasi .....	18
Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Menurut Teori Abraham H.Maslow.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir dan Hipotesis .....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT.AJN Solusindo .....	40
Gambar 4.2 Logo Perusahaan.....	43
Gambar 4.3 Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel X (Gaya komunikasi) ..	48
Gambar 4.4 Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Skala Likert .....	29
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Berdistribusi Nilai Alpha .....	31
Tabel 3.3 Nilai Koefisien Korelasi .....	32
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi .....	33
Tabel 3.5 Operasional Konsep .....	35
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komuniasi).....	45
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi).....	45
Tabel 4.3 Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi).....	45
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi).....	45
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi).....	46
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja).....	46
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	46
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	46
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	47
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel U (Motivasi Kerja) .....	47
Tabel 4.11 Uji Normalitas Variabel X dan Y.....	49
Tabel 4.12 Tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel.....	50
Tabel 4.13 Hasil Korelasi Variabel X dan Y.....	50
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Variabel X (Gaya Komunikasi) .....	63
Lampiran 2. Kuesioner Pertanyaan Variabel Y ( Motivasi Kerja) .....	64
Lampiran 3. Total Tabulasi Data Responden .....	66
Lampiran 4. Hasil Correlations Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi) .....	68
Lampiran 5 . Hasil Correlations Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi) .....	68
Lampiran 6. Hasil correlations Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi) .....	69
Lampiran 7. Hasil Correlatons Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi) .....	70
Lampiran 8. Hasil Correlations Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi) .....	71
Lampiran 9. Hasil correlation Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	71
Lampiran 10. Hasil Correlations Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	72
Lampiran 11. Hasil Correlation Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja) .....	73
Lampiran 12. Hasil Correlation Uji Validitas Variabel Y (Mottivasi Kerja) .....	73
Lampiran 13. Hasil Correlations Uji Validitas Variabel Y ( Motivai Kerja) .....	74
Lampiran 14. Hasil Variabel Mean X (Gaya Komunikasi) .....	75
Lampiran 15. Hasil Variabel Mean Y (Motivasi Kerja) .....	76

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Interaksi manusia dengan manusia menunjukkan bahwa setiap orang memerlukan bantuan dari orang lain di sekitarnya. Dapat dikatakan bahwa secara kodrati manusia perlu berkomunikasi sejak masih bayi sampai akhir hayatnya, atau ungkapan lain untuk menggambarkan hal ini adalah secara empiris tidak ada kehidupan tanpa komunikasi. Salah satu jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi. Oleh karena frekuensi terjadinya cukup tinggi, tidak mengherankan apabila banyak orang menganggap bahwa komunikasi interpersonal itu mudah dilakukan.

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan terjadi secara langsung (*primer*) apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media. Sedangkan komunikasi tidak langsung (*sekunder*) dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu (Aw, 2011:5).

Deddy dalam Aw (2011:3) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal dan nonverbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sahabat dekat dan sebagainya.

Komunikasi interpersonal disini diartikan sebagai salah satu bentuk dari komunikasi antar manusia yang saling berinteraksi satu dengan yang lainnya secara bersama dan terjadi proses saling mempengaruhi di antara kedua belah pihak untuk mencapai kesamaan makna. Secara umum, komunikasi interpersonal dapat diartika

sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Pengertian terus mengacu perubahan dan tindakan (*action*) yang berlangsung terus menerus. Hardjana dalam Aw (2011:3) mengatakan, komunikasi interpersonal adalah teraksi tatap muka antara dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia di mana komunikasi menciptakan hubungan antara orang-orang. Tidak ada seorang pun yang tidak terlibat dalam komunikasi karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang dibutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi saat ini telah mempengaruhi manusia untuk memperoleh informasi sesuai dengan perkembangan yang berkembang.

Proses komunikasi di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor penentu dalam mencapai suatu interpersonal yang efektif. Komunikasi terjalin agar dapat menumbuhkan pemahaman yang sama antara dua orang, sehingga keduanya dapat bekerja sama dengan baik. Komunikasi interpersonal merupakan salah satu aspek penting di dalam hubungan antar individu di ruang lingkup pekerjaan mereka, baik antar karyawan dengan jabatan yang sama maupun dengan jabatan yang berbeda. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar orang yang biasanya dilakukan secara tatap muka dalam situasi yang pribadi maupun non-pribadi (Morissan, 2013: 14).

Untuk itu komunikasi interpersonal yang terjadi di dalam perusahaan khususnya antara pemimpin dan karyawan harus dilakukan dengan efektif agar segala kegiatan penginterpersonalan, pengarahan, dan lain-lainnya dapat terlaksana dengan baik. Agar hubungan ini berhasil dan berjalan dengan efektif harus adanya keterbukaan, kejujuran, dan kepercayaan antara pemimpin dan karyawan (Muhammad, 2014: 172).

Komunikasi interpersonal yang efektif oleh pemimpin di dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan komitmen perusahaan serta motivasi kerja karyawan perusahaan tersebut (Sunyoto, 2013: 61). Kompetensi komunikasi interpersonal yang baik dari pemimpin, menjadikan karyawan termotivasi untuk mengembangkan tugas yang diberikan kepada mereka.

Hal ini menjadikan seorang karyawan mau dan rela menggerakkan kemampuannya dalam bentuk keahlian dan ketrampilan, tenaga dan waktunya untuk melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan memenuhi kewajibannya dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya (Siagian, 2012: 138). Sebaliknya, komunikasi interpersonal yang buruk antara manajer dan karyawan merupakan sumber utama masalah dalam dunia kerja, motivasi karyawan juga dapat menurun dan dapat berdampak pada hasil pekerjaan yang tidak optimal. Komunikasi interpersonal yang terlalu dinamis dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan, terutama munculnya kesalah pahaman dan konflik.

Untuk itu, dalam proses bersosialisasi dengan bawahan, pimpinan harus mampu memahami faktor-faktor yang dapat memotivasi bawahannya sehingga menjadi motivator yang efektif. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisa pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi kerja karyawan di PT. AJN Solusindo Jakarta Selatan. Menurut Chung dan Meggison “*Motivation is defined as/goal-directed behavior. It concerns the level of effort one exerts in pursuing a goal ... it's closely performance*” (Fahmi, 2013: 107). Jadi, motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran. Motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar tujuan tertentu. Motivasi sendiri memiliki kaitan yang erat dengan kepuasan dan performansi pekerjaan.

Di sisi lain menurut Stokes, “Motivasi kerja adalah pendorong bagi seseorang untuk melakukan pekerjaannya dengan lebih baik, juga merupakan faktor yang membuat perbedaan antara sukses dan gagalnya dalam banyak hal dan merupakan tenaga emosional yang sangat penting untuk suatu pekerjaan baru” (Kadarisman, 2012: 278). Jadi, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan pekerjaannya dengan giat dan lebih baik sesuai tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya.

Pemberian motivasi kerja dari pemimpin kepada karyawan hanya akan efektif apabila di dalam pikiran para karyawan yang digerakannya yakin bahwa dengan tercapainya tujuan dari berbagai sasaran perusahaan, maka tujuan pribadi mereka akan ikut tercapai (Siagian, 2012: 138). Untuk itu, dalam proses berinteraksi dengan karyawan, pemimpin harus mampu memahami faktor-faktor yang mampu memotivasi bawahan agar menjadi motor penggerak yang efektif. Kebutuhan merupakan salah satu faktor yang dapat memotivasi seseorang. Dengan adanya berbagai kebutuhan, dapat menumbuhkan motivasi karyawan untuk berusaha dan memenuhi kebutuhan tersebut.

PT. AJN Solusindo merupakan perusahaan Jaringan Telekomunikasi dan Teknologi Informasi (ICT) di Indonesia yang berpengalaman sejak tahun 1996 dengan portofolio produk dan layanan yang luas di segmen korporasi dari berbagai segmen industri *Telecommunications, Government, Finance, Transportation, Resources, Manufacture, Service dan Education*. Dengan berbagai mitra dan pelanggan seperti: APJII, KOMINFO, BANK MUAMALAT, INDOSAT, XL, BANK WOORI SAUDARA, FIBER MEDIA INDONESIA dan lain lain. PT AJN Solusindo terus berkembang bersama-sama dengan rekan dan pelanggan yang mempercayakan perkembangan bisnis mereka. Oleh karena itu motivasi kerja dan stabilitas karyawan pada PT. AJN Solusindo memiliki peranan yang sangat penting di dalam hal ini, pelayanan produk dan jasa harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga mendapat simpati dan menarik bagi anggota atau nasabah yang bersangkutan, apabila pelayanan dilakukan dengan baik dan benar maka pemasaran produk dan jasa diharapkan akan berhasil. Keberhasilan sebuah pemasaran dipengaruhi oleh setiap pegawai, adanya kebiasaan komunikasi dan interaksi.

Tipe kepemimpinan AJN Solusindo sering berpindah tangan karena semua keputusan harus didasarkan pada pertemuan tingkat atas. Hal ini membuat komunikasi interpersonal dinamis di tingkat administrator, tetapi lebih statis di tingkat bawahan atau karyawan. Kepemimpinan sering berubah setiap tiga tahun sekali, sehingga bawahan perlu mengordinasikan komunikasi secara teratur. Proses penyesuaian mungkin salah atau mungkin penuh rintangan. Proses adaptasi tersebut terkadang tidak dapat berjalan dengan baik dan mulus ataupun penuh hambatan. Hambatan yang terjadi dalam komunikasi interpersonal pemimpin terhadap

motivasi kerja karyawan antara lain pimpinan tidak begitu memperhatikan arus komunikasi pada karyawan . Pimpinan umumnya memberikan informasi kepada karyawan bila mereka merasa pesan itu penting bagi penyelesaian tugas. Hal tersebut kemudian berpengaruh pada menurunnya tingkat kepercayaan terhadap masing-masing pihak, yang kemudian berdampak pada keenganan pegawai untuk turut serta dalam pemecahan suatu masalah.

Hambatan-Hambatan ini terjadi dalam komunikasi interpersonal pemimpin yang baru mengalami perubahan pimpinan dimana masih terjadi proses adaptasi baik sang pemimpin juga karyawan. Banyak faktor yg mensugesti motivasi kerja karyawan keliru salah satunya merupakan kegiatan komunikasi interpersonal pemimpin dalam karyawan. Aktivitas komunikasi interpersonal pemimpin pada karyawan akan menciptakan terjadinya pertukaran pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Hal ini akan menciptakan hubungan yang harmonis di antara pemimpin dan karyawan ataupun sesama pegawai sehingga tercipta suasana kerja yang nyaman yang dapat memotivasi kerja para karyawan.

Komunikasi interpersonal pemimpin pada karyawan diduga memiliki pengaruh dengan motivasi kerja karyawan. Uraian diatas mengungkapkan bahwa pentingnya komunikasi interpersonal pemimpin pada karyawan dalam menumbuhkan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, mengingat dampak yang sangat penting dari proses komunikasi dalam suatu perusahaan, terutama antara komunikasi interpersonal pemimpin dan motivasi kerja karyawan, penelitian ini adalah " Melihat pengaruh yang sangat penting antara proses komunikasi yang terjadi dalam suatu perusahaan khususnya komunikasi interpersonal pemimpin dengan tingkat motivasi kerja karyawan, oleh karena itu penelitian ini diberikan judul “ **Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Di Ajn. Solusindo Jakarta Selatan**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah penelitian dengan mengembangkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT. AJN Solusindo?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT. AJN Solusindo?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT. AJN Solusindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT. AJN Solusindo.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini maka akan diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bacaan referensi serta bahan penelitian di lingkungan Universitas Pakuan Bogor.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam kajian teori mengenai pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin yang berkaitan dengan motivasi kerja.

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

1. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. AJN Solusindo sebagai evaluasi dalam hal meningkatkan motivasi kerja karyawan.
2. Penelitian ini dapat membantu memberikan informasi kepada karyawan.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

1. Penelitian diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bacaan referensi serta bahan penelitian di lingkungan Universitas Pakuan Bogor.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam kajian teori mengenai Gaya Komunikasi Pemimpin yang berkaitan dengan motivasi kerja karyawan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Manajemen Komunikasi**

Menurut Abidin (2015: 52) manajemen berasal dari kata *to manage*, yang artinya mengatur. Pengaturan ini dilakukan melalui proses dan berdasarkan urutan dan fungsi-fungsi manajemen. Menurut Ngalimun (2017:132) manajemen komunikasi merupakan proses perencanaan, penginterpersonalan, pelaksanaan dan pengontrolan penyampaian pesan (ide atau gagasan) dari suatu pihak kepada pihak lain untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Pada prinsipnya, manajemen komunikasi adalah cara membangun dan mengelola suatu hubungan, baik secara lisan maupun tulisan agar tidak terjadi istilah *is communication* sehingga segala aktivitas yang berkaitan dengan komunikasi dapat terjalin dengan baik dan lancar. Pengertian manajemen secara umum adalah proses pengelolaan sumber daya komunikasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas dan efektifitas pertukaran pesan yang terjadi dalam bagian komunikasi (individual, interpersonal, *governmental*, atau sosial ).

#### **2.2 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu cum, kata depan yang artinya dengan atau bersama dengan, dan kata units, kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *communion*, yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena untuk melakukan *communion*, diperlukan usaha dan kerja. Kata *communio* dibuat kata kerja *communicate*, yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang, membicarakan sesuatu dengan orang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. (Nurjaman dan Umam, 2012:35).

Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam (Mulyana, 2013:68), “Komunikasi : transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan symbol-simbol, kata-kata, gambar, figut, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasa disebut komunikasi”.

Menurut Gerald R. Miller (Mulyana, 2013:68), “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”. Sedangkan Joseph A. DeVito (2014:24) pada bukunya menyatakan bahwa “Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik”. Begitu banyak pengertian komunikasi yang diberikan oleh para pakar komunikasi.

Dari pengertian komunikasi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadiantara sumber dan penerima lalu menghasilkan suatu pemahaman yang dapat mempengaruhi satu sama lain. Terkait dengan keberhasilan suatu perusahaan atau interpersonal setiap proses komunikasi yang berlangsung antar individu akan menghasilkan pengaruh yang menunjang kinerja para karyawan.

Dan Brent D. Ruben mengemukakan komunikasi sebagai suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam interpersonal dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dengan orang lain (Muhammad, 2014: 3). Jadi definisi komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu proses yaitu aktivitas yang memiliki beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi berhubungan.

Dalam konteks ilmu komunikasi sering dijelaskan tentang dua bentuk komunikasi yang sering terjadi, yaitu:

a. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kaa, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun tulisan (Muhammad, 2014:95).

b. Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, dan sentuhan (Muhammad, 2014: 130).

### **2.2.1 Tujuan Komunikasi**

Komunikasi bertujuan untuk mempererat strategi guna meraih bagian pasar yang lebih luas. Perusahaan menggunakan berbagai bentuk komunikasi untuk memperkenalkan apa yang strategi komunikasi tawarkan dalam melaksanakan tujuan finansial. Komunikasi dapat dipahami dengan menggunakan unsur pokoknya, yaitu komunikasi “Jika digabungkan komunikasi mempresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran strategi komunikasi (Firmansyah, 2020:59).

### **2.2.2 Fungsi komunikasi**

Fungsi Komunikasi Berdasarkan pengamatan yang para pakar komunikasi lakukan, komunikasi mengemukakan fungsi-fungsi yang berbeda, meskipun adakalanya terdapat kesamaan dan tumpang tindih diantara berbagai pendapat tersebut. Menurut William I Gordon dalam Mulyana (2014:76), komunikasi mempunyai empat fungsi yaitu :

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia bisa dipastikan akan “tersesat,” karena tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Implisit dalam fungsi komunikasi sosial ini adalah fungsi komunikasi kultural. Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi juga menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya.

## 2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak langsung bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan non verbal. Perasaan sayang peduli, rindu, simpati, marah, benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat perilaku nonverbal.

## 3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual bertujuan untuk komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideology, atau agama mereka. Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Orang menziarahi makam Nabi Muhammad, bahkan menangis di dekatnya, untuk menunjukkan kecintaannya kepadanya. Para siswa yang menjadi pasukan pengibar bendera merah putih, sering dengan berlinang air mata, dalam pelantikan mereka, untuk menunjukkan rasa cinta mereka kepada nusa dan bangsa, terlepas dari apakah kita setuju terhadap perilaku mereka.

## 4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas maka, kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif) komunikasi yang berfungsi atau memberitahukan menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarannya bahwa faktat atau informasi yang disapaikannya akurat atau layak diketahui.

### 2.2.3 Unsur – Unsur Komunikasi

Dalam pendekatan dengan komunikasi juga terdiri dari beberapa unsur yang penting, menurut Harrold Lasswel dalam Mulyana (2014:69), yaitu :

#### a. Sumber (*source*)

Adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi Sumbernya disini bisa jadi seorang individu, kelompok, interpersonal, bahkan suatu negara.

b. Pesan

Adalah apa yang dikomunikasikan dari sumber penerima. Pesan mempunyai tiga komponen yaitu makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk pesan.

c. 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 (*receive*)

Sering juga disebut sebagai sasaran atau tujuan, penyandi balik (*decoder*), atau pun khalayak (*audience*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

e. Efek

Yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan komunikasi tersebut. Dalam proses penyampaian pesan juga terdapat hambatan yang berupa perasaan tidak nyaman yang diakibatkan oleh sikap, pemikiran, dan perilaku yang tidak konsisten dan memotivasi seseorang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidaknyamanan tersebut. Hal ini merupakan perasaan yang dimiliki seseorang ketika mereka “menemukan diri mereka sendiri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui, atau mempunyai pendapat yang tidak sesuai dengan pendapat lain yang mereka pegang”, Leon Festinger menamakan perasaan yang tidak seimbang ini sebagai disonansi kognitif.

### 2.3 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang membutuhkan pelaku lebih dari satu orang. Komunikasi interpersonal menurut Kaleen S merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna (Budyatna & Ganiem, 2013: 14). Lebih lanjut ia menjelaskan sebagai berikut:

1. Pertama, komunikasi interpersonal sebagai proses. Proses merupakan rangkaian sistematis perilaku yang bertujuan yang terjadi dari waktu ke waktu atau berulang kali.
2. Kedua, komunikasi interpersonal bergantung kepadamakna yang diciptakan oleh pihak yang terlibat.
3. Ketiga, melalui komunikasi interpersonal kita menciptakan dan mengelola hubungan kita. Tanpa komunikasi hubungan tidak akan terjadi. Hubungan dimulai atau terjadi apabila anda pertama kali berinteraksi dengan seseorang.

### **2.3.1 Karakteristik Komunikasi Interpersonal**

Richard L weaver menyebutkan karakteristik-karakteristik komunikasi interpersonal. Menurutnya terdapat delapan karakteristik dalam komunikasi interpersonal (Budyanta & Ganiem, 2013:15), yaitu:

- a. Melibatkan paling sedikit dua orang.
- b. Adanya umpan balik atau *feedback*.
- c. Tidak harus tatap muka.
- d. Tidak harus bertujuan.
- e. Menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*.
- f. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata (komunikasi non verbal).
- g. Dipengaruhi oleh konteks. Konteks meliputi: jasmaniah, sosial, historis, psikologis, keadaan kultural yangmengelilingi peristiwa komunikasi.
- h. Dipengaruhi oleh kegaduhan atau *noise*. Kegaduhan dapat bersifat eksternal , internal, atau semantik.

### **2.4 Efektifitas Komunikasi Interpersonal**

Devito (2011: 286-290) mengatakan bahwa efektifitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung(*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

a. Keterbukaan (*Openess*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidak berarti bahwa orang harus dengan segera membuka semua riwayat hidupnya. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri dan mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran. Terbuka dalam hal ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya.

b. Empati (*Empathy*)

Henry Backrack mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.” Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun nonverbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai, (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kekuatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepiantasnya.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategik, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi interaksi.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar ada dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain.

## 2.5 Pengertian motivasi kerja

Menurut Chung dan Meggison “*Motivation is defined as/goal directed behavior. It concerns the level of effort one exerts in pursuing a goal ... it's closely performance*” (Fahmi, 2013: 107). Jadi, motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran. Motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar tujuan tertentu. Motivasi sendiri memiliki kaitan yang erat dengan kepuasan dan performansi pekerjaan. Di sisi lain menurut Stokes, “Motivasi kerja adalah pendorong bagi seseorang untuk melakukan pekerjaannya dengan lebih baik, juga merupakan faktor yang membuat perbedaan antara sukses dan gagalnya dalam banyak hal dan merupakan tenaga emosional yang sangat penting untuk suatu pekerjaan baru” (Kadarisman, 2012: 278). Jadi, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan pekerjaannya dengan giat dan lebih baik sesuai tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya.

### 2.5.1 Tujuan Pemberian Motivasi Kerja

Tujuan pemberian motivasi kerja kepada karyawan antara lain (Sunyoto, 2013: 10):

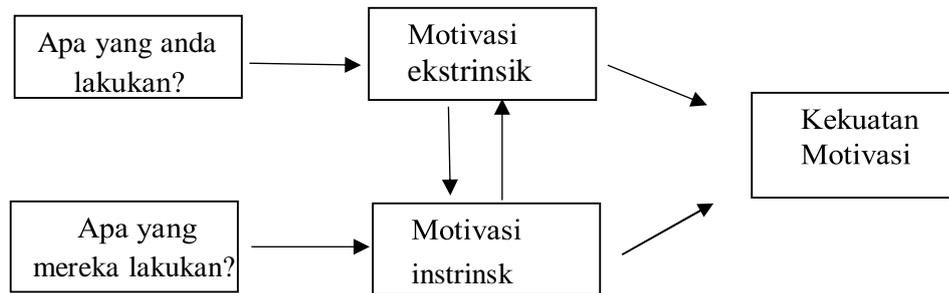
- a. Mendorong gairah dan semangat kerja karyawan.
- b. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
- c. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan.
- d. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan.
- e. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
- f. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan.
- g. Meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- h. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya.

### 2.5.2 Bentuk – Bentuk Motivasi

Setiap individu memiliki motivasi yang mampu menjadi spirit dalam memacu dan menumbuhkan semangat dalam bekerja. Spirit yang dimiliki seseorang dapat bersumber dari dirinya sendiri maupun dari luar, dimana kedua bentuk tersebut akan lebih baik jika dua-duanya bersama-sama ikut menjadi pendorong motivasi seseorang (Fahmi, 2013: 107). Motivasi muncul dalam dua bentuk dasar, yaitu:

1. Motivasi ekstrinsik (dari luar), dan
  2. Motivasi intrinsik (dari dalam diri seseorang/kelompok)
- Motivasi ekstrinsik muncul dari luar diri seseorang yang selanjutnya mendorong orang tersebut untuk membangun dan menumbuhkan semangat motivasi pada dirinya untuk mengubah seluruh sikap yang dimiliki saat ini ke arah yang lebih baik. Sedangkan motivasi intrinsik adalah motivasi yang muncul, tumbuh, dan berkembang dalam diri orang tersebut, yang selanjutnya mempengaruhinya dalam melakukan sesuatu yang bernilai.

**Gambar 2.1 Bentuk Dasar Komunikasi**



Sumber: (Irham Fahmi dalam Manajemenn Kepemimpinan,2012:19)

### 2.5.3 Langkah – Langkah Memotivasi

Sunyoto (2013: 9) menyatakan bahwa dalam memotivasi karyawan, ada beberapa petunjuk atau langkah – langkah yang perlu diperhatikan oleh setiap pemimpin, yaitu:

- a. Pemimpin harus tahu apa yang harus dilakukan oleh bawahan.
- b. Pemimpin harus berorientasi kepada kerangka acuan orang.
- c. Tiap orang berbeda – beda di dalam memuaskan kebutuhan.
- d. Setiap pemimpin harus memberikan contoh yang baik bagi karyawan.
- e. Pemimpin mampu mempergunakan keahlian dalam berbagai bentuk.
- f. Pemimpin harus berbuat dan berlaku realistis.

### 2.6 Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan (Maslow)

Teori hierarki kebutuhan ini berdasarkan bahwa manusia merupakan makhluk yang keinginannya takterbatas dan alat motivasinya adalah kepuasan yang belum terpenuhi serta kebutuhan-kebutuhan lain yang berjenjang. Untuk itu, hierarki kebutuhan manusia menurut Maslow dalam buku Teori Motivasi dan Aplikasinya (Siagian, 2012: 146) adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*)

Kebutuhan fisiologis merupakan hierarki kebutuhan manusia yang paling dasar yang merupakan kebutuhan untuk dapat hidup seperti makan, minum, rumah, oksigen, tidur dan sebagainya.

- b. *Kebutuhan rasa aman (safety needs)*  
kebutuhan ini meliputi keamanan dan perlindungan dari bahaya kecelakaan kerja, jaminan akan kelangsungan pekerjaannya, dan jaminan akan hari tua pada saat mereka tidak lagi bekerja.
- c. *Kebutuhan sosial (social needs)*  
Meliputi kebutuhan untuk persahabatan, afiliasi dan interaksi yang lebih erat dengan orang lain. Dalam interpersonal akan berkaitan dengan kebutuhan akan adanya kelompok kerja yang kompak, supervisi yang baik, rekreasi bersama.
- d. *Kebutuhan penghargaan (esteem needs)* Kebutuhan ini meliputi kebutuhan keinginan untuk dihormati, dihargai atas prestasi seseorang, pengakuan atas faktor kemampuan dan keahlian seseorang serta efektivitas kerja seseorang.
- e. *Kebutuhan aktualitas diri (self actualization needs)* Aktualisasi diri merupakan hierarki kebutuhan dari Maslow yang paling tinggi. Aktualisasi diri berkaitan dengan proses pengembangan akan potensi yang sesungguhnya dari seseorang.

**Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Menurut Teori Abraham H. Maslow.**



Sumber: Fahmi, 2013, hal 13

## 2.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Judul Penelitian</b>	Hubungan Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kedisiplinan terhadap Motivasi Kerja Guru di Perguruan Setia Bhakti Tangerang.
<b>Peneliti</b>	Erni Murniati
<b>Tahun</b>	2012
<b>Variabel yang terkait</b>	Kepemimpinan kepala sekolah sebagai variabel bebas (X1) dan kedisiplinan sebagai variabel bebas (X2), motivasi kerja guru sebagai variabel terikat (Y).
<b>Hasil/Temuan</b>	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepemimpinan kepala sekolah dan motivasi kerja guru di perguruan Setia Bhakti yang terlihat dari koefisien korelasi 0,737. Juga terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kedisiplinan dan motivasi kerja guru di perguruan Setia Bhakti yang terlihat dari koefisien korelasi 0,628. Terdapat hubungan antara kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan secara bersama-sama dengan motivasi kerja guru ditunjukkan oleh koefisien korelasi ganda sebesar 0,764 yang berarti tergolong hubungan yang kuat. Jadi dapat dilihat bahwa motivasi kerja guru dapat dipengaruhi oleh kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan dalam hubungannya.
<b>Persamaan</b>	Penelitian ini meneliti hubungan dari variabel yang diduga memiliki hubungan terhadap variabel motivasi. Teknik pengambilan sampel juga menggunakan sampel random. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada respondendan kuesioner disusun berdasarkan skala likert. Pada analisis data juga

	digunakan uji validitas dengan menggunakan <i>Pearson Product Moment</i> , uji reabilitas menggunakan <i>Alpha Cronbach</i> , dan uji normalitas menggunakan rumus <i>kolmogorov smirnov</i> .
<b>Perbedaan</b>	Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi ganda dan analisis regresi berganda karena terdiri dari variabel X1 dan X2 serta variabel Y, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan koefisien korelasi dan analisis regresi linier sederhana karena hanya terdiri dari variabel X dan Y. Selain itu, penelitian ini menggunakan uji homogenitas dan penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan uji tersebut. Populasi penelitian ini adalah guru tetap di Perguruan Setia Bhakti yang berjumlah 108 orang dan sampel yang diambil sebanyak 40 orang. Sedangkan populasi pada penelitian yang akan dilakukan adalah karyawan PT. Ajn Solusindo yang berjumlah 116 orang dan sampel yang diambil sebanyak 90 orang.

**Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu**

<b>Judul penelitian</b>	Hubungan Kepuasan Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja Karyawan di PT Srikandi Plastik Sidoarjo.
<b>Peneliti</b>	Fendi Tahjudin Nor
<b>Tahun</b>	2013
<b>variabel yang terkait</b>	Kepuasan komunikasi organisasi sebagai variabel bebas (X) dan motivasikerja sebagai variabel terikat (Y).
<b>Hasil/Temuan</b>	Terdapat hubungan antara kepuasan komunikasi

	<p>organisasi dengan motivasi kerja karyawan pada PT. Srikandi Plastik, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Hubungan antara kepuasan komunikasi organisasi dengan motivasi kerja bernilai positif dan menunjukkan keterikatan yang sangat kuat didasari nilai koefisien korelasi sebesar 0.852, hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara kepuasan komunikasi organisasi dengan motivasi kerja. Nilai tersebut menunjukkan hubungan variabel kepuasan komunikasi organisasi dengan variabel motivasi kerja karyawan sangat kuat, apabila kepuasan komunikasi organisasi berjalan dengan baik maka motivasi kerja karyawan dapat maksimal, begitu pula sebaliknya bila kepuasan komunikasi organisasi berjalan dengan buruk maka motivasi kerja karyawan akan menurun.</p>
<b>Persamaan</b>	<p>Penelitian ini meneliti hubungan dari salah satu variabel yang diduga memiliki hubungan terhadap variabel motivasi. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan kuesioner. Untuk melakukan analisis, teknik yang juga digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji korelasi.</p>
<b>Perbedaan</b>	<p>Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode eksplanasi-asosiatif dan pengumpulan data lainnya menggunakan wawancara, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan wawancara.</p>

**Tabel 2.3 Tabel Penelitian Terdahulu**

<b>Judul Penelitian</b>	Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT Excel Utama Indonesia Karawang.
<b>Peneliti</b>	Puji Isyanto, Sungkono, Cynthia Desriani
<b>Tahun</b>	2013
<b>Variabel yang terkait</b>	Pengembangan karir sebagai variabel bebas (X) dan motivasi kerja sebagai variabel terikat (Y)
<b>Hasil/Temuan</b>	Pengembangan karir sebagai variabel bebas (X) dan motivasi kerja sebagai variabel terikat (Y) Terdapat pengaruh kuat sebesar 0,694 antara pengembangan karir dan motivasi kerja karyawan PT Excel Utama Indonesia Karawang yang didapat dari analisis korelasi. Pada uji hipotesis, $t$ hitung 8,068 > dari $t$ tabel 1,667 yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara pengembangan karir dengan motivasi kerja karyawan PT Excel Utama Indonesia Karawang. Jadi pengembangan karir berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan PT Excel Utama Indonesia Karawang, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 49%, yang artinya pengaruh pengembangan karier terhadap motivasi kerja karyawan adalah 49% sedangkan sisanya adalah 51% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
<b>Persamaan</b>	Penelitian ini meneliti pengaruh dari salah satu variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap

	variabel motivasi. Metode analisis yang juga digunakan dalam penelitian ini adalah validitas, reabilitas, korelasi, koefisien determinasi. Teori motivasi yang digunakan menjadi indikator pada penelitian ini juga berdasarkan teori hierarki kebutuhan Abraham H. Maslow.
<b>Perbedaan</b>	Variabel X penelitian ini adalah pengembangan karir, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan adalah komunikasi interpersonal. Pada uji reabilitas, rumus yang digunakan adalah <i>Spearman Brown</i> , sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan <i>Alpha Cronbach</i> .

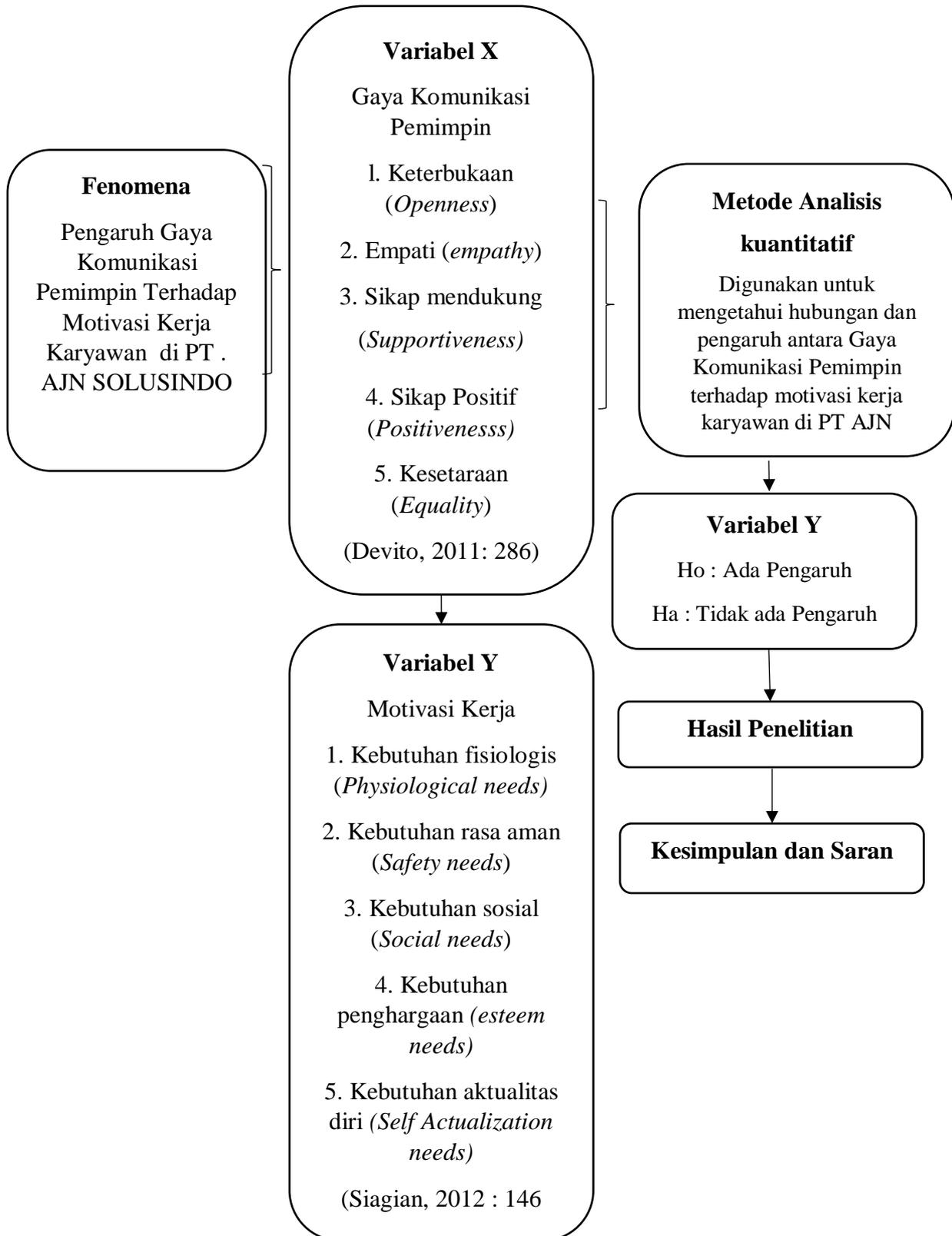
## 2.8 Kerangka Berfikir dan Hipotesis

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (sugiyono,2017:60).

Definisi hipotesis menurut Sugiyono dalam bukunya Metode penelitian kuantitatif dan R&D adalah merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono,2017:69)

Dan berikut ini adalah konsep kerangka pemikiran dan Hipotesis dalam penelitian ini:

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir dan Hipotesis



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang diambil untuk melakukan penelitian ini adalah di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan. Jl. Ciputat Raya No.5, RT.6/RW.8, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, pada bulan Januari 2022. AJN Solusindo bergerak dalam bidang telekomunikasi dan teknologi informasi yang berpengalaman sejak tahun 1996 dengan portofolio produk dan layanan yang luas di segmen korporasi dari berbagai segmen industri *Telecommunications*. AJN Solusindo sebagai sebuah interpersonal kantor di mana orang-orang saling berinteraksi dan melakukan aktivitas komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu, AJN Solusindo ini merupakan kantor yang ideal untuk melakukan penelitian.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT AJN. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 orang.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013: 81). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan *sampling insidental*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel dan *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013: 85),

Untuk menentukan sampel penelitian ini yang digunakan adalah rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber: Siregar, 2013, hal 34

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presisi (persen perkiraan target kesalahan)

Dari total populasi karyawan PT AJN Solusindo sebanyak 116 orang, maka dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dapat diperoleh sampel yang cocok dan tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{116}{1 + 116(0,05)^2}$$

$$n = \frac{116}{1 + 116 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{116}{1,29}$$

$$n = 89,2$$

$$n = 90 \text{ orang}$$

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### 3.3.1 Data Primer

Data Primer adalah data asli yang dikumpulkan untuk menjawab masalah penelitian secara khusus dan Siregar (2013: 16) menyatakan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri dalam penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner.

### 3.3.2 Data Sekunder

Menurut Wardiyanta dalam Sugiarto (2017:87), data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga. Hal ini mengandung arti bahwa selama penelitian, hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk penelitannya (Sunyoto: 42). Data sekunder digunakan untuk mendukung proses atau hasil penelitian. Jadi data sekunder merupakan data yang diolah lebih lanjut. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan, penelitian terdahulu (jurnal), dan dokumen perusahaan selama proses penelitian.

### 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder, dalam suatu penelitian data merupakan langkah yang sangat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Siregar, 2013 :17).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan adalah penelitian yang dilakukan langsung ke perusahaan dan melakukan penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara yang bersangkutan dengan penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan melakukan penyebaran kuesioner:

#### **Angket**

Angket (kuesioner) yang disebarkan kepada responden. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden yang disusun secara sistematis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka (Sugiyono, 2013: 142). Penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup, karena semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.

## 2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan adalah studi kepustakaan dengan cara mencari dan menganalisis fakta berupa teori dan pendapat ahli dalam buku dan jurnal sebagai acuan dan acuan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan data kepustakaan yang diperoleh dari buku-buku yang dimiliki, dipinjam dari perpustakaan, internet atau dari data yang disediakan oleh suatu perusahaan.

**Tabel 3.1 Skala Likert**

Pernyataan	Skor
Sangat setuju (SS)	4
Setuju(S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber; Siregar,2013, hal.26

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik Untuk memeriksa keabsahan setiap pertanyaan dalam kuesioner yang akan dibagikan, digunakan analisis kuantitatif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis koefisien korelasi. koefisien determinasi dijelaskan sebagai berikut:

### 3.5 Validitas dan Reliabilitas

#### 3.5.1 Uji Validitas

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: Siregar, 2013, hal. 48

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi antara variabel
- X dan variabel Y
- N : Jumlah responden
- X : Skor variabel (jawaban responden)

Y : Skor total dari variabel (jawaban responden)

Instrumen pengukuran data dinyatakan valid jika skor total *pearson product moment* di atas 0,207 yang didapat dari hasil  $t_{table}$  dengan taraf signifikan 5% dan responden yang berjumlah 90 orang.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Siregar (2012: 46) menyatakan bahwa, reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Alat ukur yang baik tidak akan membiarkan responden atau memerintahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Alat ukur yang andal menyediakan data yang andal. Dalam hal ini instrumen yang digunakan adalah angket. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil hasilnya akan tetap sama.

Untuk mengukur reliabilitas dalam pertanyaan digunakan rumus *Alpha Cronbach*:

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) 1 - \left( \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Sumber: Siregar, 2013, hal. 58

Keterangan

$\alpha$ : Koefisien reliabilitas instrumen

$k$ : Jumlah butir pertanyaan

$\sum_{ab} 2$ : jumlah varians skor dari tiap – tiap butir item

$\sigma t^2$ : Nilai varians skor total

**Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Berdistribusi Nilai Alpha**

<b>Nilai Alpha</b>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 - 0,40	Agak Reliabel
> 0,40-0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 -0,80	Reliabel
> 0,80-0,100	Sangat Reliabel

### 3.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal atau dengan kata lain sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama. Menurut Sunyoto (2013: 104), uji normalitas akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Uji normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval atau rasio. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk menguji 'goodness of fit' antar distribusi sampel dan distribusi lainnya, uji ini membandingkan serangkaian data sampel terhadap distribusi normal serangkaian nilai dengan *mean* dan standar deviasi yang sama (Siregar, 2013: 148).

Dalam pembahasan ini akan dilakukan metode uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 kriteria pengujian :

- a. Angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

### 3.5.4 Analisis Koefisien Korelasi

Siregar (2013: 251) menyatakan bahwa koefisien korelasi merupakan bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara kedua variabel atau

lebih, dan juga dapat menentukan arah dari kedua variabel. Nilai koefisien korelasinya adalah  $(r) = (-1 \leq 0 \leq 1)$ , artinya nilai koefisien korelasi ( $r$ ) berada diantara -1 sampai 1, yang kriteria manfaatnya adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai  $r \leq 0$ , maka tidak ada hubungan sama antara variabel X dan variabel Y.
- b. Apabila  $r = 1$ , maka terjadi hubungan linier sempurna yaitu berpagaris lurus, untuk  $r$  yang semakin mengarah ke 0, garisnya semakintidak lurus.

Untuk menghitung korelasi keseluruhan variabel menggunakan rumus *Pearson* seperti berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: Siregar, 2013, hal. 252

Keterangan :

- $r$  : Koefisien korelasi antara variabel  
X dan variabel Y
- $N$  : Jumlah responden
- $X$  : Skor variabel (jawaban responden)
- $Y$  : Skor total dari variabel (jawaban responden)

Untuk mengetahui tingkat hubungan koefisien korelasi digunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Nilai Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60- 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar, 2013, hal. 251

### 3.5.5 Koefisien Determinasi

Dalam analisis linear sederhana, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi merupakan angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi dari variabel X terhadap perubahan Y (Siregar, 2013: 252), yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Siregar, 2013, hal.252

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Berikut merupakan tabel dasar pengambilan keputusan koefisien determinasi:

**Tabel 3.4 Koefisien Determinasi**

< 0,1	Buruk Ketepatannya
0,11 – 0,3	Rendah Ketepatannya
0,31 – 0,5	Cukup Ketepatannya
> 0,5	Tinggi Ketepatannya

### 3.5.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*) adalah regresi linier (Siregar, 2013: 284). Penelitian ini menggunakan analisis linier regresi sederhana. Analisis linier regresi sederhana digunakan jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas (*independent*) dan yang mana variabel terikat (*dependent*). Berikut rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + b.X$$

Sumber: Siregar, 2013, hal. 284

Keterangan

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta / nilai harga Y jika X = 0

b = konstanta/nilai arah sebagai penentu prediksi yang menunjukkan nilai peningkatan atau nilai penurunan variabel Y.

Langkah untuk mencari nilai konstanta b, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Langkah untuk mencari nilai konstanta a, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

Sumber: Siregar, 2013, hal. 28

Dimana n = jumlah data

### 3.5.7 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Tahap-tahap pengujiannya adalah sebagai berikut (Priyatno, 2013: 50):

- a) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
- b) Menentukan taraf signifikansi. Taraf signifikansi penelitian ini menggunakan 5% (0,05).
- c) t hitung dan t tabel.

t hitung dilihat pada tabel *Coefficients* hasil perhitungan SPSS, sedangkan t tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05 serta derajat kebebasan dengan rumus  $df = n-2$  (n adalah jumlah

responden).

d) Pengambilan Keputusan:

- $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Kesimpulan berdasarkan hasil.

### 3.5.8 Operasional Konsep/ Variabel Operasional

Operasional konsep adalah langkah dimana variabel yang diteliti dideskripsikan dalam suatu konsep yang memuat indikator-indikator yang lebih detail dan mudah diukur. Masalah yang diteliti adalah Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT. AJN Solusindo.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel bebas adalah variabel yang diukur, dimanipulasi atau dipilih untuk menentukan hubungannya dengan fenomena yang diamati. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan sering disebut variabel independen, yaitu variabel yang berperan dalam memprediksi fluktuasi nilai variabel dependen. Variabel bebasnya adalah gaya komunikasi (X) variabel tergantung atau variabel dependen adalah variabel yang memberikan reaksi jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel tergantungnya adalah Motivasi Kerja (Y) dan berikut ini adalah operasional konsep yang tersaji dalam bentuk tabel:

**Tabel 3.5 Operasional Konsep**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Gaya Komunikasi Pemimpin(X) (Devito, 2011: 286)	Keterbukaan ( <i>Openness</i> )	1. Kesiediaan untuk membuka diri. 2. Bereaksi secara jujur. 3. Mengakui perasaan dan pikiran yang	Likert

		<p>disampaikan dan bertanggung jawab atasnya.</p>	
	<p>Empati (<i>Empathy</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui apa yang sedang dialami orang lain.</li> <li>2. Merasakan jadi orang lain atau merasa ikut bersedih. Memahami motivasi dan pengalaman orang lain.</li> </ol>	
	<p>Sikap Mendukung (<i>Supportiveness</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bersikap deskriptif dan spontan</li> <li>2. Mendengarkan dengan seksama apa yang dikomunikasikan.</li> <li>3. Memberikan saran yang berguna.</li> </ol>	
	<p>Sikap Positif (<i>Positiveness</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bersikap positif dalam berkomunikasi.</li> <li>2. Mendorong pihak lain untuk berinteraksi dengan efektif.</li> <li>3. Menanamkan sikap saling percaya antar pihak yang berinteraksi.</li> </ol>	

	Kesetaraan ( <i>Equality</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya pengakuan bahwa kedua pihak sama-sama memiliki kedudukan yang sama.</li> <li>2. Menghargai pihak lain dalam berkomunikasi.</li> <li>3. Mau menerima masukan dari pihak lain.</li> </ol>	
Motivasi Kerja (Y) (Siagian, 2012: 146)	<p>Kebutuhan fisiologis (<i>physiological needs</i>)</p> <p>Kebutuhan rasa aman (<i>safety needs</i>)</p> <p>Kebutuhan sosial (<i>social needs</i>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan makanan dan minuman.</li> <li>2. Kebutuhan akan oksigen, rumah, tidur, dan lain-lain.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan akan perlindungan dari kecelakaan kerja.</li> <li>2. Jaminan akan kelangsungan pekerjaan.</li> <li>3. Jaminan hari tua pada saatsudah tidak bekerja lagi.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan akan hubungan persahabatan afiliasi, dan interaksi yang lebih erat dengan orang lain.</li> <li>2. Kebutuhan akan adanya</li> </ol>	Likert



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

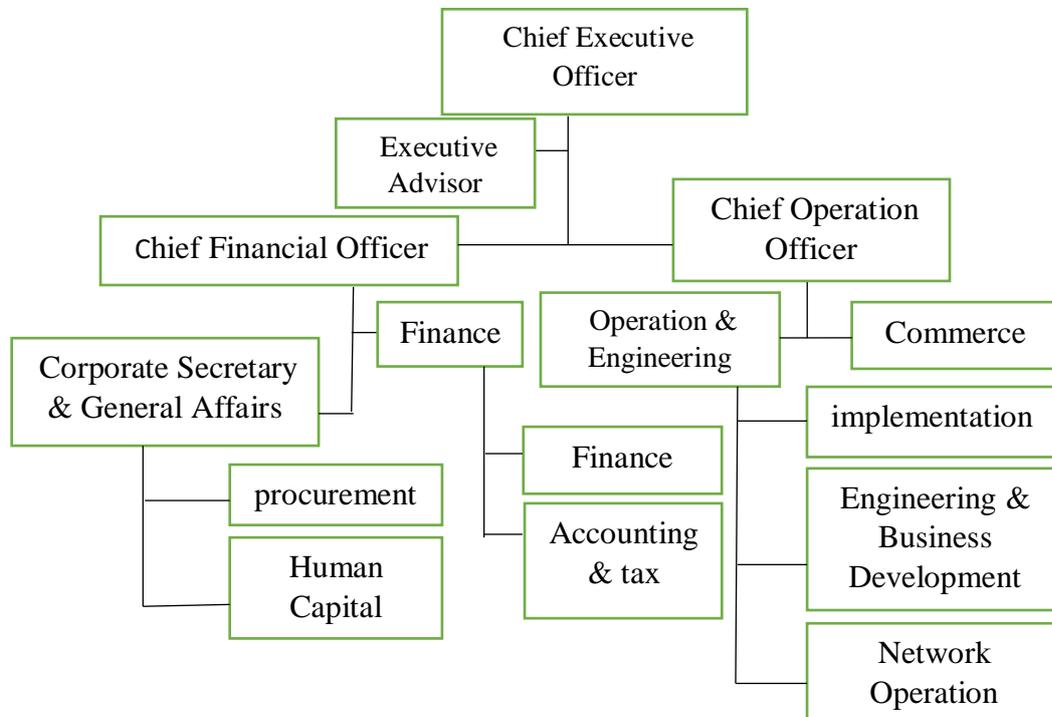
#### 4.1 Gambaran Umum PT. AJN Solusindo Jakarta Selatan

PT. AJN Solusindo adalah perusahaan yang bergerak di dibidang *information Communication Technology (ICT)* yang memiliki spesialisasi dalam penyediaan infrastruktur VSAT (*Very Small Apperture Terminal*). PT AJN Solusindo bermula dari menyediakan layanan *virtual private network* dan internet via teknologi VSAT di seluruh kantor pos di kota besar di indonesia dengan nama proyek Wasantaranet. Kini PT AJN Solusindo menghubungkan berbagai usaha di seluruh Nusantara, menghadirkan komunikasi data, seluler, layanan informasi bisnis, internet bahkan ke daerah-daerah terpencil. PT.Ajn Solusindo memiliki keahlian dan pengalaman yang membuatnya mampu menangani sebagian atau seluruh kegiatan informasi dan komunikasi pengguna jasa secara bertanggung jawab, memungkinkan mereka untuk berkonsentrasi pada bisnis inti.

PT AJN Solusindo menyediakan elemen pendukung lainnya sebagai bagian dari solusi atau bepelanggan sama dengan mitra yang dipilih berdasarkan keahlian dan relevansi untuk menyediakan solusi sesuai dengan kebutuhan masing masing perusahaan. PT AJN Solusindo memiliki kemampuan beradaptasi fleksibilitas, kecekatan dan dapat menjaga kepercayaan para pengguna jasanya. Dengan menerapkan teknologi termutakhir PT AJN Solusindo mengidentifikasi, mengkonfigurasi dan mengimplementasikan perkembangan terkini bagi para pengguna jasanya, membantu mereka mencapai tujuan bisnis melalui solusi tepat dan menyediakan dukungan bagi mereka sepanjang waktu. Kini PT AJN Solusindo melayani lebih dari 20 mitra pelanggan menghubungkan lebih dari 400 jaringan, memanfaatkan infrastruktur canggih dengan lokal support di lebih dari 10 kota yang tersebar di berbagai propinsi di Indonesia. PT. AJN Solusindo memiliki enam produk andalan antara lain: *Sattelite solutions, Maritime Solutions, Connectivity, Internet, Urban & Riral Solution.*

### 4.1.1 Struktur Organisasi

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT.AJN Solusindo



Sumber dari perusahaan berupa pdf

#### 4.1.2 Deskripsi Tugas

1. *Chief Excektive Office*

Pemimpin perusahaan yang membuat kebijakan dan bertanggung jawab untuk membuat keputusan demi keberlangsungan perusahaan. Menetapkan strategi strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan.

2. *Executive Advistor*

Dalam peran in pepelangganannya meliputi penjualan untuk sebuah bisnis, Bersama timnya, mereka juga menciptakan dan mengembangkan target penjualan untuk roduk atau layanan perusahaan. Dalam peran ini juga di tuntut untuk memberikan arahan, memantau kemajuan, dan menerima laporan dari bawahannya.

3. *Chief Financial Officier*

Eksekutif senior yang bertanggung jawab untuk mengelola keuangan sebuah perusahaan, selain itu tugas CFO adalah melacak arus kas dan perencanaan keuangan sebuah perusahaan.

4. *Corporate Secretary & General Affairs*

Adalah seorang pejabat yang bertanggung jawab atas kepatuhahn internal serta semua dokumen perusahaan yang diperlukan untuk kebutuhan legal, slain itu juga tugas mereka mencakup penerbitan resolusi perusahaan, mengelola pengarsipan peraturan , memelihara pembukaan perusahaan, dan kegiatan administrasi.

5. *Finance*

Bertugas untuk melakukan pengaturan keuangan perusahaan, melakukan penginputan semua transaksi kewangan dalam program, melakukan transaksi keuangan perusahaan, dan melakukan pembayaran kepada *supplier*.

6. *Procurement*

Bertugas untuk membuat standar perusahaan untuk barang dan jasa. Menyesuaikan detail barang yang dibutuhkan, Mencari vendor dan *supplier*, menganalisa surat penawaran, membuat kontrak Menerima tagihan pembayaran dan melakukan *control*.

7. *Human Capital*

Melakukan proses rekrutmen karyawan.

Memberikan *job desc* dalam struktur organisasi.

Mengukur Beban Karyawan. Memvalidasi Data, dan

Menghitung Penyusutan Perlengkapan dan Peralatan Pelanggan Karyawan.

8. *Accounting & Tax*

Memersiapkan Laporan Bulanan dan Tahunan.

Mempersiapkan *Daily Budget*.

Melakukan validasi transaksi keuangan dan pajak

Mengaplikasikan peraturan perpajakan dan keuangan pada perusahaan.

Memantau system akuntansi dan perpajakan perusahaan secara internal.

Mengelola dan memproses data-data keuangan dan pajak perusahaan menjadi sebuah laporan.

9. *Chief Operation Officer*

Sebagai yang ke dua dalam komando kepada CEO, posisi COO ditugaskan untuk memberikan kepemimpinan, manajemen, dan visi untuk memastikan bahwa bisnis orang-orang yang efektif, *control operasional*.

Dan Produser Administrasi.

10. *Operation & Engineering*

Secara umum *operation* dan *engineering* mempunyai tugas melaksanakan pengawasan teknis.

Menjaga Kelancaran Proses Produksi Perusahaan.

Melakukan *Check Mesin* Secara Berkala.

11. *Commerce*

Menentukan komisi penjualan sesuai dengan ketentuan direksi perusahaan.

Memberikan masukan terhadap *Manager/General Manager Business* Perusahaan.

Melakukan *Coaching dan Counseling* terhadap bawahan yang di pimpin.

### 12. *Implementation*

Memastikan fungsi instalasi dan implementasi produk di lapangan berjalan dengan baik.

Melakukan monitoring system layanan dan *control operasi system*.

Melakukan pemantauan infrastruktur layanan seperti jaringan, *server, hard drive, memory* dan lain-lain.

### 13. *Engineering & Business Development*

Memastikan keselamatan pelanggan.

Melakukan kontroling alat pada proses pelanggan atau produksi.

Mengelola material pendukung.

Sedangkan Business Development mempunyai tugas seperti

Menghubungi klien dan mengawasi potensi nutk menjalin hubungan dan mengatur pertemuan.

Merencanakan dan mengawasi inisiatif pemasaran baru.

Menghadiri konferensi, rapat, dan acara industri.

### 14. *Network Operation*

Menangani konfigurasi dan perubahahan manajemen jaringan, *network security, performance dan policy*, monitoring, pelaporan, jaminan kualitas, scheduling dan dokumentasi dengan memanfaatkan kemampuan *management network*.

Sumber: Internal Perusahaan

#### 4.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 4.2 Logo Perusahaan



Sumber: [www. Ajn.Solusindo.co.id](http://www.Ajn.Solusindo.co.id)

#### **4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan**

##### **Visi**

Menjadi pemimpin dalam penyediaan solusi teknologi informasi dan komunikasi. Terkemuka dalam penyedia solusi teknologi informasi dan komunikasi baik di tingkat regional maupun nasional.

##### **Misi**

Menyediakan solusi di bidang teknologi dan informasi dan komunikasi yang memenuhi harapan pelanggan dan memaksimalkan nilai kepada pemegang saham.

Sumber : [www.Ajn.Solusindo.co.id](http://www.Ajn.Solusindo.co.id)

#### **4.2 Analisa Data dan Pembahasan**

##### **4.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid tidaknya keseluruhan kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu menunjukkan hasil yang diukur oleh kuesioner tersebut, akan tetapi kuesioner dinyatakan tidak valid apabila kuesioner tersebut tidak memberikan hasil yang sesuai dengan yang diukur. Uji validitas ini ditujukan kepada 14 responden dalam PT AJN Solusindo Jakarta Selatan.

Menurut Sugiyono (2013: 333), harga  $r$  pada tabel untuk 14 responden adalah 0,532. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan dapat dinyatakan valid. Begitupun sebaliknya, apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini, digunakan program SPSS dalam menghitung validitas variabel X dan Y. Berikut merupakan hasil analisis uji validitas Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT AjN Solusindo Jakarta Selatan:

## 1. Variabel X

**Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komuniiasi)**

Item	R tabel	R hitung	Kesimpulan
X1.1	0,532	0.632	valid
X1.2	0,532	0.548	valid
X1.3	0,532	0.632	valid

**Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)**

Item	R tabel	R hitung	Kesimpulan
X2.1	0,532	0.693	valid
X2.2	0,532	0.700	Valid
X2.3	0,532	0.801	Valid

**Tabel 4.3 Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)**

Item	R tabel	R hitung	Kesimpulan
X3.1	0,532	0.881	valid
X3.2	0,532	0.680	valid
X3.3	0,532	0.825	valid
X3.4	0,532	0.743	valid
X3.4	0,532	0.825	valid

**Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)**

Item	R tabel	R hitung	Kesimpulan
X4.1	0,532	0.743	valid
X4.2	0,532	0.880	valid
X4.3	0,532	0.676	valid

**Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)**

<b>Item</b>	<b>R tabel</b>	<b>R hitung</b>	<b>Kesimpulan</b>
X5.1	0,532	0.618	valid
X5.2	0,532	0.783	valid
X5.3	0,532	0.699	valid

Sumber: Data yang telah diolah

## 2.Variabel Y

**Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabeel Y (Motivasi Kerja)**

<b>Item</b>	<b>R tabel</b>	<b>R hitung</b>	<b>Kesimpulan</b>
Y1.1	0,532	0.921	valid
Y1.2	0,532	0.664	valid
Y1.3	0,532	0.921	valid

**Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja)**

<b>Item</b>	<b>R tabel</b>	<b>R hitung</b>	<b>Kesimpulan</b>
Y2.1	0,532	0.832	valid
Y2.2	0,532	0.559	valid
Y2.3	0,532	0.571	valid

**Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja)**

<b>Item</b>	<b>R tabel</b>	<b>R hitung</b>	<b>Kesimpulan</b>
Y3.1	0,532	0.905	valid
Y3.2	0,532	0.581	valid
Y3.3	0,532	0.597	valid
Y3.4	0,532	0.788	valid

**Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja)**

Item	R tabel	R hitung	Kesimpulan
Y4.1	0,532	0.593	Valid
Y4.2	0,532	0.659	Valid
Y4.3	0,532	0.825	Valid
Y4.4	0,532	0.729	Valid
Y4.5	0,532	0.811	Valid

**Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel U (Motivasi Kerja)**

Item	R tabel	R hitung	Kesimpulan
Y5.1	0,532	0.822	Valid
Y5.2	0,532	0.854	Valid
Y5.3	0,532	0.774	Valid

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pernyataan-pernyataan variabel X (Gaya Komunikasi pemimpin) dan Y (Motivasi Kerja) adalah valid. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Ajn Solusindo Jakarta Selatan adalah valid.

#### **4.2.2 Uji Reliabilitas**

Dari hasil pengujian reliabilitas terhadap 14 responden karyawan PT AJN Solusindo Jakarta Selatan terhadap variabel X dan Y melalui kuesioner SPSS, maka nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebagai berikut:

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas *Alpha Cronbach's*, yaitu:

**Gambar 4.3 Uji Reliabilitas *Cronbach's Alpha* Variabel X**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	17

Sumber: Data yang telah diolah

**Gambar 4.4 Uji Reliabilitas *Cronbach's Alpha* Variabel Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	18

Sumber: data yang telah diolah

Dengan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X dan Y memiliki nilai *Alpha* diatas 0,6 maka dapat diketahui bahwa variabel X dan Y memiliki tingkah reliabilitas yang tinggi.

#### **4.2.3 Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengukur normal atau tidaknya tingkat data, dalam penelitian ini menggunakan program SPSS untuk mengetahui kenormalan data dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov adalah membandingkan data yang akan diuji normalitasnya dengan distribusi normal baku (Siregar, 2013: 153). Pada uji Kolmogorov Smirnov, dasar pengambilan keputusannya adalah jika signifikansi  $< 0,05$  berarti data yang diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, dengan kata lain data tersebut tidak normal. Sedangkan, jika signifikansi  $> 0,05$  berarti data yang diuji tersebut tidak mempunyai perbedaan yang signifikan sehingga data tersebut normal. Hasil uji normalitas sangat penting karena dalam melakukan analisis regresi, diperlukan data yang normal. Berikut ini merupakan hasil data uji normalitas variabel X dan Y yang diperoleh:

**Tabel 4.11 Uji Normalitas Variabel X dan Y**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a</sup> Mean		.0000000
Std. Deviation		3.85555967
Most Extreme	Absolute	.089
Differences	Positive	.055
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.843
Asymp. Sig. (2-tailed)		.477

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,477 > 0,05$  Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 4.2.4 Analisis Koefisien Kolerasi

Untuk mengetahui adanya pengaruh antara perhitungan validitas variabel X dan Y, untuk itu digunakan rumus korelasi *Pearson's Product Moment* yang dilambangkan dengan r dan berikut ini merupakan hasil analisis uji validitas Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT. Ajn Solusindo Jakarta Selatan. Penulis menggunakan program SPSS untuk mengetahui kuat lemahnya korelasi antara kedua variabel. Nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 dan 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ). Nilai hubungan yang didapat dari korelasi, yaitu:

**Tabel 4.12 Tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60- 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

**Tabel 4.13 Hasil Korelasi Variabel X dan Y**

## Correlations

		Gaya Komunikasi	Motivasi Kerja
Gaya Komunikasi	Pearson Correlation	1	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Motivasi Kerja	Pearson Correlation	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan tabel koefisien korelasi *Pearson's Product Moment* diatas, maka diperoleh nilai korelasi 0,841 dengan sig 0,000. Melihat pada tabel interpretasi r pada range 0,80-0,1000 , maka dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT.AJN Solusindo Jakarta Selatan. Untuk itu, Komunikasi Interpersonal Pemimpin dan Motivasi Kerja Karyawan memiliki hubungan positif.

#### 4.2.5 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kecilnya pengaruh variabel Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT.AJN Solusindo Jakarta Selatan, untuk itu digunakan perhitungan koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R iSquare	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.704	3.87740

a. Predictors: (Constant), Gaya Komunikasi

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,841)^2 \times 100\% = 70,8\%$$

Dengan hasil perhitunggan diatas, maka dapat diketahui bahwa pengaruh variabel X ( Gaya Komunikasi) terhadap variabel Y (Motivasi Kerja) adalah sebesar 70,8% dan sisanya 29,2% merupakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.2.6 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan apabila kolerasi antara dua variabel memiliki hubungan sebab akibat atau pengaruh dan berikut merupakan hasil analisis regresi linier sederhana yang diperoleh:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.328	3.363		1.882	.063
	Gaya Komunikasi	.939	.064	.841	14.598	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Kerja

Sumber: Data Kuesioner yang telah diolah

Dari hasil diatas, diperoleh persamaan regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6.328 + 0,939X$$

Dimana:

$$Y = \text{Motivasi Kerja} \quad X = \text{Gaya Komunikasi}$$

Pada hitungan diatas, konstan 6.328 menyatakan bahwa Motivasi Kerja atau sama dengan 0, maka Motivasi Kerja Karyawan PT AJN Solusindo Jakarta Selatan adalah 6.328. Variabel Y menyatakan jika setiap perubahan dari satuan nilai dari X akan memberikan perubahan sebesar 0,939 pada Y.

Hasil diatas semakin membuktikan bahwa adanya pengaruh yang positif antara Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan. Di PT AJJN Solusindo Jakarta Selatan.

#### 4.2.7 Uji t

Seperti yang dijelaskan pada bab 3 uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. suatu variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel. nilai t hitung dapat dilihat pada tabel *coefficients* dari tabel regresi.

Tahap-tahap pengujiannya sebagai berikut (Priyanto, 2013:50)

a. menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$$H_0: X = 0$$

Artinya Gaya Komunikasi Pemimpin tidak berpengaruh secara signifikan pada motivasi kerja.

$$H_a: X \neq 0$$

Artinya Gaya Komunikasi Pemimpin berpengaruh secara signifikan pada motivasi kerja.

b. Menentukan taraf signifikansi. taraf signifikansi penelitian ini menggunakan 5% (0,05).

c. t hitung dan t tabel

nilai t hitung Gaya Komunikasi Pemimpin pada tabel *coefficient* adalah sebesar 14,598 dan t tabel dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05 serta derajat kebebasan dengan rumus  $df = n-2$ , maka t tabel yang didapatkan adalah sebesar 1,987.

d. Pengambilan keputusan

-  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

-  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

e. kesimpulan berdasarkan hasil.

$14,598 > 1,987$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Jadi kesimpulannya adalah Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.

### **4.3 Pembahasan Penelitian**

#### **4.3.1 Hubungan Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi kerja Karyawan**

Menurut penelitian terdahulu yang berjudul Hubungan Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kedisiplinan terhadap Motivasi Kerja Guru di Perguruan Setia Bakti Tangerang, hasil penelitian yang didapatkan adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepemimpinan kepala sekolah dan motivasi kerja guru. Juga terdapat hubungan yang kuat antara variabel kedisiplinan dan motivasi kerja guru. Jadi dapat dilihat bahwa motivasi kerja guru dapat dipengaruhi oleh kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan dalam hubungannya.

Berdasarkan hasil dari nilai koefisien korelasi ( $r$ ) adalah sebesar 0,841 dengan sig 0,000 yang berada pada skala 0,80-0,1000 yang berarti Gaya Komunikasi Pemimpin dengan motivasi kerja memiliki korelasi yang sangat kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan memiliki hubungan yang signifikan. Yang artinya apabila Gaya Komunikasi Pemimpin meningkat maka motivasi kerja karyawan juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila Gaya Komunikasi Pemimpin menurun, maka motivasi kerja karyawan juga akan menurun. Maka didasarkan pada

penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo. Karena pada dasarnya, dalam proses pengembangan karir seorang karyawan juga dibutuhkan perhatian perusahaan.

Hal ini didukung dengan teori yang dinyatakan Pace & Faules (2010: 276) bahwa tujuan kepemimpinan adalah membantu orang untuk menegakkan kembali, mempertahankan dan meningkatkan motivasi mereka. Jadi pemimpin adalah orang yang membantu orang lain untuk memperoleh hasil-hasil yang diinginkan. Untuk itu didasarkan penelitian terdahulu ini, maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin juga memiliki hubungan yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan Karena pada dasarnya kepemimpinan melibatkan Gaya Komunikasi Pemimpin yang dilakukan pemimpin di dalamnya.

Sedangkan menurut penelitian terdahulu yang berjudul Hubungan Kepuasan Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja Karyawan di PT Srikandi Plastik Sidoarjo, hasil penelitian yang didapatkan adalah adanya hubungan positif antara kepuasan komunikasi organisasi dengan motivasi kerja. Hubungan variabel kepuasan komunikasi organisasi dengan variabel motivasi kerja karyawan adalah sangat erat atau sangat kuat, dimana apabila kepuasan komunikasi organisasi berjalan dengan baik maka motivasi kerja yang dirasakan karyawan dapat maksimal, begitu pula sebaliknya bila kepuasan komunikasi organisasi berjalan dengan buruk maka motivasi kerja karyawan akan menurun.

Maka didasarkan pada penelitian terdahulu ini, dapat disimpulkan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin juga memiliki hubungan yang positif terhadap motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo. Dimana apabila Gaya Komunikasi Pemimpin baik, maka motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo juga dapat meningkat. Dari hasil analisis regresi linier sederhana, ditunjukkan persamaan regresi  $Y = 6.328 + 0,939 X$ , yang artinya setiap penambahan 1 poin Gaya Komunikasi Pemimpin pemimpin, maka akan meningkatkan motivasi kerja sebesar 0,939.

Dengan ini dapat dinyatakan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan. Karena kepuasan komunikasi organisasi juga dapat terjadi apabila Gaya Komunikasi Pemimpin berjalan dengan efektif. Hal ini didukung dengan teori yang dinyatakan dalam (Muhammad, 2014: 88) bahwa kepuasan komunikasi organisasi mencakup tingkat kepuasan informasi. Jadi apabila informasi yang disampaikan pemimpin jelas dan tepat, maka kepuasan informasi maka kepuasan komunikasi organisasi dapat terjadi dan berdampak juga pada motivasi kerja yang tinggi.

Sedangkan variabel motivasi kerja memiliki pengertian yaitu sebagai pendorong bagi seseorang untuk melakukan pekerjaannya dengan lebih baik, juga merupakan faktor yang membuat perbedaan antara sukses dan gagal dalam banyak hal dan merupakan tenaga emosional yang sangat penting untuk suatu pekerjaan baru (Kadarisman, 2012: 278). Pada penelitian ini, tingkat motivasi diukur berdasarkan kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan penghargaan (*esteem needs*), kebutuhan aktualitas diri (*self actualization needs*) (Siagian, 2012: 146).

#### **4.3.2 Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan**

Hasil penelitian dari uji t yang menyatakan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan dengan nilai t hitung 14,598 yang lebih besar dari t tabel 1,987. maka berdasarkan pembahasan ini, dapat dinyatakan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin yang dilakukan pemimpin telah berjalan dengan baik sehingga memberikan pengaruh yang positif terhadap motivasi kerja karyawan AJN Solusindo. Hal ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa dengan adanya perhatian perusahaan terhadap pengembangan karir tentunya akan meningkatkan motivasi kerja karyawan (Hasibuan, 2005: 69). Sehingga Gaya Komunikasi Pemimpin yang dilakukan pemimpin juga akan turut berperan dalam pengembangan karir karyawan yang nantinya juga berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan.

Dalam melakukan penelitian pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin

terhadap motivasi kerja karyawan di PT Ajn Solusindo telah dilakukan berbagai uji dan hasil uji validitas menyatakan bahwa semua butir-butir pernyataan kuesioner yang diajukan dalam instrumen penelitian kepada responden adalah valid setelah diukur melalui SPSS dengan rumus *Pearson*, dimana nilainya diatas r tabel 0,532. Hal ini menyatakan bahwa butir-butir pernyataan kuesioner tersebut dapat dilanjutkan ke tahap penelitian yang berikutnya. Sehingga hasil dari penelitian ini senada dengan apa yang dinyatakan oleh Devito bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin pemimpin pada PT Ajn Solusindo Jakarta Selatan sudah berjalan dengan efektif apabila didasarkan dengan adanya keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Dan berdasarkan uji reliabilitas, menyatakan bahwa variabel X (gaya komunikasi) dan variabel Y (motivasi kerja) adalah reliabel. Nilai *cronbach's alpha* variabel X (gaya komunikasi) 0,857 dan nilai *cronbach's alpha* variabel Y (motivasi kerja) 0,895 Syarat dan ketentuan data dapat dikatakan reliabel apabila bernilai diatas 0,60. Hasil *cronbach's alpha* kedua variabel diatas 0,60, maka syarat tersebut telah terpenuhi. Dari hasil uji normalitas yang didapat dari rumus *Kolmogorov Smirnov*, dapat dilihat bahwa variabel Gaya Komunikasi Pemimpin dan motivasi kerja memenuhi syarat normal karena memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05.

Dari hasil data dapat dinyatakan bahwa teori-teori yang digunakan di dalam bab 2 dalam penelitian ini telah dipraktekkan dalam kegiatan nyata. Variabel Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki pengertian yaitu cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan para verbal, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti dalam (Allen,dkk(2006)).Pada penelitian ini, keefektifitasan komunikasi interpersonal didasarkan pada Keterbukaan (*openness*), Empati (*empathy*), Sikap mendukung (*supportiveness*), Sikap Positif (*positiveness*), Kesetaraan (*equality*) (Devito, 2011: 286).

Hasil uji menunjukkan bahwa koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan adalah sebesar 70,8% dan sisanya sebesar 29,1%, yang merupakan

faktor-faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. faktor-faktor lain tersebut adalah komunikasi interpersonal, dan kepuasan komunikasi organisasi yang didapatkan dari penelitian terdahulu yang mendasarinya penelitian ini.

Hal ini didukung dengan teori yang dinyatakan Kadarisman (2012: 277) bahwa proses motivasi dimulai dari adanya kebutuhan yang tidak terpenuhi, kebutuhan yang tidak terpenuhi tersebut menyebabkan karyawan mencari jalan untuk berusaha memenuhinya. Tugas pimpinanlah untuk berusaha memahami jenis kebutuhan mana yang lebih menonjol dan diinginkan karyawan untuk mengarahkan perilakunya kearah pencapaian tujuan. Hasil penelitian ini juga senada dengan apa yang dinyatakan oleh Siagian bahwa motivasi kerja karyawan pada PT AJN Solusindo Jakarta Selatan sudah tinggi yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan mengenai penelitian “Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan”, maka dapat diambil simpulan statistik dan simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari nilai koefisien korelasi ( $r$ ) adalah sebesar 0,841 dengan sig 0,000 yang berada pada skala 0,80-0,1000 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan.
2. Berdasarkan hasil dari uji  $t$  yang menyatakan bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan dengan nilai  $t$  hitung 14,598 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1,987. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan.

#### **5.2 Saran**

Setelah melihat dari hasil yang diperoleh, maka dapat diketahui bahwa adanya hubungan dan pengaruh yang signifikan antara Gaya Komunikasi Pemimpin dan motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo Jakarta Selatan untuk pengembangan lebih lanjut, maka diberikan saran yang dapat bermanfaat untuk sebagai pihak:

1. Saran Praktis
  - a. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa Gaya Komunikasi Pemimpin sudah berjalan dengan efektif serta tingginya motivasi kerja karyawan di PT AJN Solusindo, untuk itu disarankan agar PT AJN Solusindo dapat terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan lagi Gaya Komunikasi Pemimpin yang sudah efektif tersebut dengan

pemimpin tetap bersikap terbuka, jujur,, empati secara tepat, mendukung , bersifat positif dan tidak membeda-bedakan karyawan dala berkomunikasi. Serta mempertahankan motivasi kerja karyawan yang sudah tinggi misalnya dengan pelaksanaan jamsostek yang lebih lagi , terus mengadakan rekreasi bersama seperti *outbound* dan *family gathering*, dan pemimpin dapat selalu menilai prestasi kerja karyawan dengan objektif.

- b. Karena pentingnya motivasi kerja karyawan untuk mencapai tujuan tujuan perusahaan, maka pemimpin di dalam perusahaan harus secara kontinue menjaga dan meningkatkan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, pemimpin harus mempertahankan hubungan baiknya dengan karyawan misalnya dengan lebih menghargai karyawan, tetap mau mendengarkan saran dan ide karyawan untuk perusahaan tanpa bersikap subjektif dan tetap bersedia membantu karyawan ketika karyawan mengalami kesulitan dalam pekerjaannya, sehingga pemimpin dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan karyawannya serta dapat memberikan dorongan-dorongan positif secara langsung dengan memperlihatkan tingkah laku yang percaya penuh kepada karyawan dalam melaksanakan tugas dan kewajiban mereka.
2. Saran Akademis
- a. Untuk peneliti lainnya yang membahas topik yang sama dalam penelitian, disarankan untuk meneliti dengan lebih mendalam dan lebih luas lagi dengan variabel-variabel lainnya seperti variabel komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, komunikasi internal, dan sebagainya agar dapat dilakukan penelitian lanjutan yang membahas mengenai pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan.

- b. Dengan hasil penelitian yang terdapat sebesar 70,8% pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap motivasi kerja karyawan, maka disarankan agar penelitian yang selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel lainnya seperti variabel kepemimpinan, kepuasan komunikasi organisasi, pengembangan karir, lingkungan kerja, dan lain-lain yang sebesar 29,1% agar dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen komunikasi: Filosofi, konsep, dan aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Budyatna, Muhammad & Leila Mona Ganiem. (2011). *Teori komunikasi antarpribadi*. Jakarta: Kencana.
- Devito, Joseph A. (2011). *Komunikasi antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma.
- Fahmi, Irham. (2013). *Manajemen kinerja, teori dan aplikasinya*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. (2013). *Perilaku organisasi. Teori, aplikasi dan kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. JawaTimur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kadarisman, M. (2012). *Manajemen kompensasi*. Jakarta: Rajawali pers.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Laswell, Harold D. & Onong Uchjana Effendi. (2002). *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maslow, Abraham. (2012). *Teori hierarki motivasi*. Jakarta: Hasibuan.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi komunikator, pesan, percakapan, dan hubungan (interpersonal)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu komunikasi sebuah pengantar praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nurjaman, Kadar & Khaerul Umam. (2012). *Komunikasi dan public relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar metodologi penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Siagian, S. P. (2013). *Teori motivasi dan aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siregar, Syofian. (2012). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan spss*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian dan pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V W. (2014). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS).
- Suranto, AW. (2011). *Komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widjaja, H A W. (2000). *Ilmu komunikasi pengantar studi (Cet. Ke-2)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wood, J.T. (2010). *Komunikasi interpersonal: interaksi keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Y Z, Abidin. (2015). *Manajemen komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia Aditama.

### LAMPIRAN

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

#### Lampiran 1. Pertanyaan Variabel X (Gaya Komunikasi)

no	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Pemimpin bersedia membuka diri untuk berinteraksi dengan karyawan.	1	2	3	4
2	Pemimpin menghargai karyawan dalam berkomunikasi	1	2	3	4
3	Pemimpin mau menerima masukan karyawan dalam mengambil keputusan	1	2	3	4
4	Pemimpin menunjukkan rasa empati terhadap apa yang sedang dialami karyawan	1	2	3	4
5	Pemimpin memberikan kesempatan kepada karyawan dalam mengutarakan pendapat.	1	2	3	4
6	Pemimpin memahami pengalaman kerja yang dimiliki karyawan.	1	2	3	4
7	Pemimpin memberkan kesempatan kepada karyawan dalam mengutarakan pendapat	1	2	3	4
8	Pemimpin memahami perilaku karyawan saat bekerja.	1	2	3	4
9	Pemimpin mampu bersikap positif dalam berkomunikasi dengan karyawan.	1	2	3	4
10	Pemimpin menunjukkan rasa empati terhadap apa yang sedang dialami karyawan	1	2	3	4
11	Pemimpin mampu memberikan penjelasan yang baik kepada akaryawan.	1	2	3	4

12	Pemimpin memberikan saran yang berguna bagi karyawan.	1	2	3	4
13	Pemimpin memahami motivasi kerja karyawan.	1	2	3	4
14	Pemimpin mampu bersikap positif dalam berkomunikasi dengan karyawan.	1	2	3	4
15	Pemimpin mau mendengarkan apa yang disampaikan karyawan	1	2	3	4
16	Pemimpin bertanggung jawab terhadap pesan yang disampaikan	1	2	3	4
17	Pemimpin bereaksi secara jujur dalam berkomunikasi dengan karyawan	1	2	3	4

### Lampiran 2. Kuesioner Pertanyaan Variabel Y( Motivasi Kerja)

no	Pernyataan	Pilihan jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Tempat tinggal yang ditempati sudah layak.	1	2	3	4
2	Gaji sangat menentukan dalam penyelesaian pekerjaan	1	2	3	4
3	Dengan gaji yang diterima selama ini, mempengaruhi rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan	1	2	3	4
4	Waktu istirahat yang diberikan per hari sudah cukup	1	2	3	4
5	Pelaksanaan jamsostek (misal: jaminan kesehatan, tunjangan hari raya, dan lain-lain) sudah baik.	1	2	3	4
6	Keselamatan kerja yang terjamin di perusahaan.	1	2	3	4

7	Keamanan dan kenyamanan lingkungan kerja sangat mendukung karyawan dalam bekerja.	1	2	3	4
8	Adanya jaminan hari tua pada saat karyawan tidak bekerja lagi.	1	2	3	4
9	Hubungan yang baik antara karyawan dengan pemimpin di dalam perusahaan.	1	2	3	4
10	Pemimpin mau membantu menyelesaikan pekerjaan ketika karyawan mengalami kesulitan.	1	2	3	4
11	Karyawan memiliki kelompok/ tim kerja yang kompak dalam perusahaan.	1	2	3	4
12	Adanya rekreasi bersama dengan sesama rekan kerja dan pemimpin sebagai sarana <i>refreshing</i> .	1	2	3	4
13	Pemimpin selama ini menghargai setiap pekerjaan yang mampu diselesaikan oleh para bawahannya.	1	2	3	4
14	Pemimpin selama ini mampu menilai prestasi kerja karyawan dengan objektif.	1	2	3	4
15	Pemimpin memberikan promosi jabatan kepada karyawan yang berprestasi	1	2	3	4
16	Pemimpin memberi kebebasan kepada karyawan untuk menyelesaikan kesulitan dalam pekerjaannya.	1	2	3	4
17	Pekerjaan yang karyawan tekuni sesuai dengan bakat dan keterampilan yang dimiliki.	1	2	3	4
18	Adanya kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan potensi diri di dalam perusahaan.	1	2	3	4

### Lampiran 3. Total Tabulasi Data Responden

NO	X1.T	X2.T	X3.T	X4.T	X5.T	TOTAL	Y1.T	Y2.T	Y3.T	Y4.T	Y5.T	TOTAL
1	12	12	16	12	12	64	12	12	16	16	12	68
2	12	12	16	12	12	64	12	9	13	14	8	56
3	10	11	13	10	10	54	10	8	14	9	7	48
4	10	10	14	10	11	55	9	11	13	14	9	56
5	11	9	14	12	11	57	11	11	15	15	10	62
6	9	9	12	10	10	50	9	9	13	13	9	53
7	12	10	15	10	11	58	10	11	15	16	12	64
8	10	9	12	9	9	49	9	9	12	12	9	51
9	12	11	13	12	12	60	12	12	16	16	12	68
10	11	10	13	9	10	53	10	9	13	12	9	53
11	11	9	14	10	10	54	10	10	13	14	9	56
12	10	9	14	10	9	52	11	9	15	13	11	59
13	10	11	12	10	11	54	11	10	14	13	9	57
14	12	12	16	12	12	64	12	12	14	13	12	63
15	9	11	15	10	10	55	9	10	13	13	11	56
16	12	12	16	12	12	64	12	12	16	16	12	68
17	10	9	12	9	9	49	10	11	13	13	9	56
18	10	10	14	8	8	50	10	9	13	14	10	56
19	10	10	13	11	9	53	10	9	12	8	8	47
20	7	12	15	12	11	57	11	12	13	15	12	63
21	9	9	12	10	9	49	11	9	13	12	9	54
22	10	10	14	9	11	54	10	8	12	12	9	51
23	9	9	12	9	10	49	8	8	10	14	9	49
24	10	11	15	11	10	57	10	8	10	13	10	51
25	10	8	13	9	11	51	10	9	12	14	10	55
26	12	11	14	11	10	58	11	9	16	16	9	61
27	9	9	12	9	9	48	9	9	13	11	8	50
28	8	9	12	11	9	49	8	10	11	14	9	52
29	9	8	13	9	8	47	10	10	14	13	11	58
30	9	10	13	10	9	51	10	10	13	13	10	56
31	3	3	5	3	3	17	3	3	4	4	3	17
32	9	9	14	11	10	53	9	8	9	11	9	46
33	12	12	16	12	12	64	10	12	16	16	11	65
34	11	11	15	12	11	60	11	8	13	15	10	57
35	9	8	12	7	8	44	9	9	11	12	8	49
36	9	8	15	12	10	54	10	8	12	14	11	55
37	7	9	12	9	9	46	9	9	12	12	9	51
38	10	8	11	9	10	48	9	9	12	13	9	52
39	10	9	12	9	9	49	9	9	12	12	9	51
40	9	9	11	8	9	46	9	9	12	12	9	51

NO	X1.T	X2.T	X3.T	X4.T	X5.T	TOTAL	Y1.T	Y2.T	Y3.T	Y4.T	Y5.T	TOTAL
41	8	9	12	8	8	45	9	8	12	12	9	50
42	9	8	12	9	9	47	9	10	12	13	9	53
43	9	9	12	9	8	47	9	9	14	12	9	53
44	11	9	11	9	9	49	9	9	12	13	9	52
45	9	8	13	10	9	49	10	9	13	13	9	54
46	9	9	11	9	9	47	9	9	12	13	9	52
47	11	9	12	9	9	50	9	8	11	12	8	48
48	9	9	12	9	8	47	9	9	12	11	9	50
49	9	9	11	9	9	47	9	10	12	12	8	51
50	9	9	13	9	9	49	9	9	12	11	8	49
51	12	11	14	11	10	58	11	11	14	12	10	58
52	10	12	15	12	12	61	12	12	16	15	11	66
53	8	8	12	9	9	46	9	10	12	12	9	52
54	10	9	12	9	8	48	9	8	11	13	9	50
55	9	10	11	9	8	47	9	9	13	11	11	53
56	9	9	12	9	8	47	10	10	11	13	9	53
57	10	11	12	10	8	51	9	8	12	11	9	49
58	9	9	12	9	9	48	10	9	10	12	9	50
59	9	9	11	9	9	47	9	10	12	13	10	54
60	9	10	11	9	8	47	9	9	12	12	8	50
61	10	9	12	8	9	48	9	9	12	12	10	52
62	9	9	12	9	8	47	9	9	13	12	10	53
63	9	9	13	9	9	49	9	9	11	12	9	50
64	8	9	11	7	9	44	8	8	11	11	9	47
65	9	10	12	8	9	48	9	10	11	12	9	51
66	9	9	12	10	9	49	9	9	12	12	9	51
67	9	9	12	9	9	48	9	8	12	11	9	49
68	12	9	13	7	8	49	8	9	16	14	9	56
69	10	10	14	9	10	53	9	9	13	13	9	53
70	11	9	12	9	9	50	9	9	12	12	10	52
71	11	9	12	9	11	52	10	11	12	14	9	56
72	10	9	13	10	10	52	9	9	13	13	9	53
73	9	9	14	9	9	50	9	9	13	12	11	54
74	9	9	13	9	8	48	9	9	13	12	9	52
75	10	10	12	10	9	51	9	10	12	13	10	54
76	11	10	14	10	9	54	10	11	13	13	10	57
77	10	10	13	9	10	52	9	9	12	11	9	50
78	12	12	16	12	12	64	12	11	15	15	12	65
79	11	12	14	9	9	55	11	9	13	13	9	55
80	9	11	16	11	12	59	11	11	16	16	12	66
81	11	10	14	12	11	58	12	12	15	16	11	66
82	10	12	14	11	12	59	11	12	15	15	10	63
83	10	10	16	10	10	56	12	11	15	15	12	65
84	10	11	13	9	12	55	11	12	15	15	11	64
85	10	12	15	12	11	60	11	11	15	16	11	64
86	9	11	14	10	11	55	11	12	15	16	12	66
87	10	10	14	10	11	55	10	11	15	16	11	63
88	10	12	13	12	11	58	11	11	15	16	11	64
89	9	9	12	12	11	53	11	10	16	15	11	63
90	9	10	13	10	10	52	12	11	14	14	12	63

**Lampiran 4. Hasil *Correlations* Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)**

		<b>Correlations</b>			
		X1. 1	X1.2	X1.3	X1.T
X1.1	Pearson Correlation	1	.000	.143	.632*
	Sig. (2-tailed)		1.000	.626	.015
	N	14	14	14	14
X1.2	Pearson Correlation	.000	1	.000	.548*
	Sig. (2-tailed)	1.000		1.000	.043
	N	14	14	14	14
X1.3	Pearson Correlation	.143	.000	1	.632*
	Sig. (2-tailed)	.626	1.000		.015
	N	14	14	14	14
X1.T	Pearson Correlation	.632*	.548*	.632*	1
	Sig. (2-tailed)	.015	.043	.015	
	N	14	14	14	14

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 5 .Hasil *Correlations* Uji Validitas Variabel X(Gaya Komunikasi)**

		<b>Correlations</b>			
		X2. 1	X2.2	X2. 3	X2.T
X2.1	Pearson Correlation	1	.174	.289	.693*
	Sig. (2-tailed)		.552	.317	.006
	N	14	14	14	14
X2.2	Pearson Correlation	.174	1	.452	.700*
	Sig. (2-tailed)	.552		.104	.005

	N	14	14	14	14
X2.3	Pearson Correlation	.289	.452	1	.801*
	Sig. (2-tailed)	.317	.104		.001
	N	14	14	14	14
X2.T	Pearson Correlation	.693**	.700*	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.005	.001	
	N	14	14	14	14

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Lampiran 6. Hasil *correlations* Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.T
X3.1	Pearson Correlation	1	.499	.560*	.807**	.560*	.881**
X3.1	Sig. (2-tailed)		.070	.037	.000	.037	.000
	N	14	14	14	14	14	14
X3.2	Pearson Correlation	.499	1	.411	.439	.411	.680**
X3.2	Sig. (2-tailed)	.070		.145	.117	.145	.007
	N	14	14	14	14	14	14
X3.3	Pearson Correlation	.560*	.411	1	.320	1.000**	.825**
X3.3	Sig. (2-tailed)	.037	.145		.264	.000	.000
	N	14	14	14	14	14	14
X3.4	Pearson Correlation	.807**	.439	.320	1	.320	.743**
X3.4	Sig. (2-tailed)	.000	.117	.264		.264	.002
	N	14	14	14	14	14	14
X3.5	Pearson Correlation	.560*	.411	1.000**	.320	1	.825**
X3.5	Sig. (2-tailed)	.037	.145	.000	.264		.000
	N	14	14	14	14	14	14
	Pearson Correlation	.881**	.680**	.825**	.743**	.825**	1

X	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.002	.000	
3.	N	14	14	14	14	14	14
T							

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 7. Hasil *Correlatons* Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.T
X4.1	Pearson Correlation	1	.560*	.167	.743*
	Sig. (2-tailed)		.037	.569	.002
	N	14	14	14	14
X4.2	Pearson Correlation	.560*	1	.420	.880*
	Sig. (2-tailed)	.037		.135	.000
	N	14	14	14	14
X4.3	Pearson Correlation	.167	.420	1	.676*
	Sig. (2-tailed)	.569	.135		.008
	N	14	14	14	14
X4.T	Pearson Correlation	.743**	.880**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.008	
	N	14	14	14	14

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 8. Hasil *Correlations* Uji Validitas Variabel X (Gaya Komunikasi)

<b>Correlations</b>				
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.T
Pearson Correlation	1	.324	-	.618*
			.015	
Sig. (2-tailed)		.259	.959	.019
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.324	1	.407	.783*
				*
Sig. (2-tailed)	.259		.149	.001
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	-.015	.407	1	.699*
				*
Sig. (2-tailed)	.959	.149		.005
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.618*	.783**	.699**	1
Sig. (2-tailed)	.019	.001	.005	
N	14	14	14	14

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 9. Hasil *correlation* Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja)

<b>Correlations</b>				
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.T
Pearson Correlation	1	.320	1.000	.921**
			**	
Sig. (2-tailed)		.264	.000	.000
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.320	1	.320	.664**

Sig. (2-tailed)	.264		.264	.010
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	1.000**	.320	1	.921**
Sig. (2-tailed)	.000	.264		.000
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.921**	.664**	.921*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	
N	14	14	14	14

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Lampiran 10. Hasil *Correlations* Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja)

<b>Correlations</b>				
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.T
Pearson Correlation	1	.248	.324	.832*
Sig. (2-tailed)		.392	.259	.000
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.248	1	-.141	.559*
Sig. (2-tailed)	.392		.630	.038
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.324	-.141	1	.571*
Sig. (2-tailed)	.259	.630		.033
N	14	14	14	14
Pearson Correlation	.832**	.559*	.571*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.038	.033	
N	14	14	14	14

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 11. Hasil *Correlation* Uji Validitas Variabel Y (Motivasi Kerja)**

<b>Correlations</b>					
	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	Y3.T
Pearson Correlation	1	.548*	.411	.650*	.905**
Sig. (2-tailed)		.043	.145	.012	.000
N	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.548*	1	-.125	.228	.581*
Sig. (2-tailed)	.043		.670	.433	.029
N	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.411	-.125	1	.411	.597*
Sig. (2-tailed)	.145	.670		.145	.024
N	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.650*	.228	.411	1	.788**
Sig. (2-tailed)	.012	.433	.145		.001
N	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.905**	.581*	.597*	.788**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.029	.024	.001	
N	14	14	14	14	14

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran 12. Hasil *Correlation* Uji Validitas Variabel Y (Mottivasi Kerja)**

<b>Correlations</b>						
	Y4.1	Y4.2	Y4.3	Y4.4	Y4.5	Y4.T
Pearson Correlation	1	.189	.326	.324	.411	.593*
Sig. (2-tailed)		.519	.255	.259	.145	.026
N	14	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.189	1	.445	.248	.559*	.659*
Sig. (2-tailed)	.519		.111	.392	.038	.010
N	14	14	14	14	14	14

Pearson Correlation	.326	.445	1	.558*	.563*	.825*
Sig. (2-tailed)	.255	.111		.038	.036	.000
N	14	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.324	.248	.558*	1	.444	.729*
Sig. (2-tailed)	.259	.392	.038		.112	.003
N	14	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.411	.559*	.563*	.444	1	.811*
Sig. (2-tailed)	.145	.038	.036	.112		.000
N	14	14	14	14	14	14
Pearson Correlation	.593*	.659*	.825**	.729**	.811*	1
Sig. (2-tailed)	.026	.010	.000	.003	.000	
N	14	14	14	14	14	14

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 13. Hasil *Correlations* Uji Validitas Variabel Y ( Motivai Kerja)

		Correlations			
		Y5.1	Y5.2	Y5.3	Y5.T
Y5.1	Pearson Correlation	1	.591*	.391	.822**
	Sig. (2-tailed)		.026	.167	.000
	N	14	14	14	14
Y5.2	Pearson Correlation	.591*	1	.520	.854**
	Sig. (2-tailed)	.026		.056	.000
	N	14	14	14	14
Y5.3	Pearson Correlation	.391	.520	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.167	.056		.001
	N	14	14	14	14
Y5.T	Pearson Correlation	.822**	.854**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	

N	14	14	14	14
---	----	----	----	----

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. HASIL RELIABILITAS SETIAP VARIBAEEL

### Lampiran 14. Hasil Variabel Mean X (Gaya Komunikasi)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	54.07	22.225	.456	.850
X1.2	54.00	22.462	.411	.852
X1.3	54.07	22.841	.326	.856
X2.1	54.07	22.841	.326	.856
X2.2	54.36	24.555	-.003	.867
X2.3	54.00	24.000	.092	.866
X3.1	54.29	20.220	.752	.834
X3.2	54.29	21.912	.591	.845
X3.3	54.14	21.978	.516	.847
X3.4	54.43	21.187	.661	.840
X3.5	54.14	21.978	.516	.847
X4.1	54.14	21.209	.688	.840
X4.2	54.29	20.220	.752	.834
X4.3	54.00	23.231	.249	.859
X5.1	54.36	22.555	.334	.856
X5.2	54.29	20.989	.819	.835
X5.3	54.21	21.258	.525	.847

**Lampiran 15. Hasil Variabel Mean Y (Motivasi Kerja)**

	<b>Item-Total Statistics</b>			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	56.64	29.940	.305	.896
Y1.2	56.93	28.841	.486	.891
Y1.3	56.64	29.940	.305	.896
Y2.1	56.86	27.055	.752	.881
Y2.2	56.71	30.527	.208	.899
Y2.3	56.79	28.797	.577	.888
Y3.1	56.79	28.489	.641	.886
Y3.2	56.50	29.346	.415	.893
Y3.3	56.64	28.555	.565	.888
Y3.4	56.79	28.951	.545	.889
Y4.1	56.79	28.797	.577	.888
Y4.2	56.71	29.451	.411	.893
Y4.3	56.64	27.324	.618	.886
Y4.4	56.86	27.055	.752	.881
Y4.5	56.64	28.709	.535	.889
Y5.1	56.86	27.055	.752	.881
Y5.2	56.50	29.038	.473	.891
Y5.3	56.93	27.764	.687	.884



Lampiran 16. Foto bersama HRD AJN Solusindo