

Hubungan Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dan Motivasi Kerja Pegawai Di Magistra Utama Cabang Semarang

Najwa Khalida Kahani-Sinta Petri Lestari
Email: *khalidanajwa760@gmail.com*

ABSTRAKSI

Dasar komunikasi antara satu orang dengan orang lainnya, merupakan kajian khusus dalam ilmu komunikasi yang disebut komunikasi interpersonal. Untuk membangun komunikasi interpersonal individu harus mempunyai konsep dalam komunikasi, yaitu bagaimana mengkonsepkan diri dan membentuk komunikasi dua arah untuk menciptakan komunikasi yang baik. Lalu harus menjadi pendengar yang baik.

Komunikasi interpersonal yang buruk dapat mengakibatkan sumber permasalahan di dalam sebuah perusahaan. Motivasi kerja dapat menurun dan dapat berdampak pada hasil kerja yang tidak maksimal. Motivasi tidak hanya datang dari diri sendiri, melainkan bisa datang dari orang lain dan untuk meningkatkan motivasi kerja, komunikasi antar karyawan dan pimpinan harus di jaga dengan baik

Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja pegawai pada Magistra Utama Semarang. Data dikumpulkan dengan kuesioner pada 10 responden, dan studi pustaka.

Dari hasil pengolahan data kuesioner yang disebarkan kepada seluruh responden, diperoleh hasil bahwa tingkat hubungan komunikasi interpersonal pimpinan di Magistra Utama Semarang rendah, yaitu sebesar 60% dan dapat dikategorikan komunikasi interpersonal pimpinan belum efektif. Dan tingkat motivasi kerja karyawan sebesar 70% dan dapat dikategorikan sangat rendah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat agar pimpinan lebih menjaga komunikasi interpersonal agar dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan untuk mencapai target perusahaan yang lebih baik lagi.

Key Words: *Interpersonal, Kerja, Komunikasi, Motivasi, Pimpinan*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Sejak lahir manusia telah melakukan komunikasi yang sangat sederhana, seiring dengan perkembangan individu komunikasinya menjadi lebih sempurna sehingga terjadi suatu proses antara pemberi pesan dengan penerima pesan. Komunikasi ini dibutuhkan dalam semua sisi kehidupan, baik dalam rumah

tangga maupun lingkungan masyarakat, termasuk dunia kerja.

Komunikasi berlaku kompleks di dalam sebuah perusahaan, yakni tidak terbatas pada proses penyampaian pesan saja tetapi juga merujuk pada usaha yang sistematis, persuasif, dan membentuk pola komunikasi dan disesuaikan pada pesan yang telah disusun oleh pimpinan perusahaan, inilah yang disebut sebagai komunikasi interpersonal. Komunikasi

interpersonal seorang pimpinan bisa menentukan pola dan bentuk komunikasi dari perusahaan tersebut. Hal ini terjadi karena pimpinan tersebut memiliki wewenang tersendiri. Biasanya komunikasi interpersonal seorang pimpinan mengadopsi pengalaman sebelumnya ketika ia memimpin di tempat lain ataupun memiliki usaha di bidang lain dan dipadupadankan dengan kepribadian dari pemimpin tersebut. Inilah yang menentukan komunikasi interpersonal karyawan.

Seorang pemimpin harus mampu untuk menempatkan posisi komunikasi yang diterapkan dengan sifat yang terbuka dan tidak ada yang disembunyikan atau ditutupi terkait perihal kerja dan perihal perusahaan, guna kepentingan dan kemajuan bersama, meskipun komunikasi terbuka belum tentu memberikan jaminan yang terbaik untuk perusahaan. Pemimpin juga harus bisa melihat, memahami, dan menindak lanjuti situasi kondisi yang dihadapi karyawan dilingkungan kerja. Dengan demikian, apabila seorang pemimpin melakukan hal di atas, komunikasi yang terbuka pada semua pihak, maka harmonisasi kinerja karyawan meningkat terjaga. Hal ini terjadi karena adanya komunikasi yang terbuka, karyawan akan mendapatkan informasi yang lengkap dalam melaksanakan pekerjaan sehingga akan berpengaruh pada peningkatan motivasi karyawan dan membuat harmonisasi kinerja dilingkungan perusahaan.

Tingkah laku sumber daya manusia (karyawan) di lingkungan perusahaan (dunia kerja) harus dibangun melalui komunikasi yang

sehat. Komunikasi ini diperlukan untuk memelihara hubungan pegawai dengan atasan. Komunikasi merupakan aspek dan elemen yang penting dalam kefungsiannya sebuah organisasi. Merupakan suatu proses dari penyaluran informasi, baik dari dalam maupun dari luar organisasi secara timbal balik. Faktor komunikasi yang efektif merupakan alternatif yang paling diinginkan guna memenuhi secara tepat dan efisien penyampaian pesan, instruksi-instruksi dan umpan baliknya dari para bawahan. Sekaligus mengoreksi apakah pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima dengan baik oleh para bawahannya.

Dasar komunikasi antara satu orang dengan orang lainnya, merupakan kajian khusus dalam ilmu komunikasi yang disebut komunikasi interpersonal. Untuk membangun komunikasi interpersonal individu harus mempunyai konsep dalam komunikasi, yaitu bagaimana mengkonsepkan diri dan membentuk komunikasi dua arah untuk menciptakan komunikasi yang baik. Lalu harus menjadi pendengar yang baik. Kemudian individu dapat mengatur perasaan emosinya, terutama dalam mengekspresikan kemarahan dan konstruktif. Terakhir adanya keinginan untuk berkomunikasi kepada orang lain secara bebas dan terus terang dengan tujuan untuk menjaga hubungan interpersonal.

Suatu perusahaan terdapat berbagai perbedaan individu. Perbedaan pengalaman, pendidikan, status, pemikiran, tujuan, kebutuhan, dan sebagainya. Menurut Tri Utami komunikasi merupakan aspek penting dan tidak dapat

dipisahkan dari kehidupan manusia. Seluruh kegiatan dan aktifitas tidak berjalan dengan baik apabila tidak ada komunikasi yang baik. Terciptanya komunikasi yang baik akan menimbulkan kenyamanan dan keharmonisan bagi semua pegawai maupun pimpinan. Karyawan dapat termotivasi dalam bekerja ketika lingkungan tempat kerja sangat kondusif, namun ketika komunikasi berjalan tidak baik, maka akan menimbulkan konflik (2013:2).

Menurut Wadudu Komunikasi interpersonal yang buruk dapat mengakibatkan sumber permasalahan di dalam sebuah perusahaan. Motivasi kerja dapat menurun dan dapat berdampak pada hasil kerja yang tidak maksimal. Motivasi tidak hanya datang dari diri sendiri, melainkan bisa datang dari orang lain dan untuk meningkatkan motivasi kerja, komunikasi antar karyawan dan pimpinan harus di jaga dengan baik (2013:66).

Salah satu bentuk dunia kerja adalah Magistra Utama. Magistra Utama merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Kerja yang juga mengalami masalah komunikasi interpersonal pimpinan kepada bawahannya sehingga proses motivasi kerja karyawan menurun. Karena baik pemimpin maupun bawahannya, mempunyai masalah yang berkenaan dengan tugas maupun diluar tugas masing-masing. Tak dapat dipungkiri bahwa para pegawai juga mempunyai masalah berkenaan dengan tugas yang diembankan kepada mereka, maupun tentang peraturan yang diberlakukan pada instansi. Hal ini sangat penting diketahui oleh pimpinan untuk menunjang kelancaran proses komunikasi

interpersonal dalam meningkatkan motivasi kerja bawahan.

Dalam masalah ini penulis menemukan kurangnya komunikasi interpersonal pimpinan kepada bawahan terhadap motivasi kerja pegawai. Kendala utama saat ini adalah kurangnya komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh atasan dengan pegawai. Sering terjadi kesalah pahaman di dalam satu pekerjaan yang mengakibatkan konflik maupun perselisihan antar pribadi di dalam kantor. Berdasarkan dari uraian latar belakang, maka penelitian Tugas Akhir mengangkat judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Pimpinan terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Magistra Utama Semarang”.

Rumusan Masalah

Komunikasi interpersonal sangat penting untuk memotivasi kerja pegawai di dalam sebuah perusahaan. Komunikasi yang baik akan menimbulkan kenyamanan dan keharmonisan dalam suasa kerja serta dapat meningkatkan motivasi antar pegawai.

Sebagaimana telah diuraikan di atas, maka perumusan pnelitian ini adalah “Adakah hubungan komunikasi interpersonal antara pimpinan dan bawahan pada Motivasi Kerja Pegawai di Magistra Utama Semarang ?”.

Kerangka Teori

Komunikasi

Manusia diciptakan untuk saling berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi dapat membantu untuk mewujudkan suatu tujuan yang telah ditetapkan. Istilah komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris yaitu Communication. Istilah ini berasal dari bahasa latin *communicare* yang bermakna

membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan dan berteman (Hardjana,2016:1).

Komunikasi adalah “proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lainnya” (Barelson dan Steiner dalam Fajar 2009:32). Komunikasi adalah “suatu proses pemberian signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah” (Louise Forsdale dalam Muhammad 2005:2).

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.

Unsur – Unsur Komunikasi

Menurut Harapan dan Ahmad komunikasi merupakan suatu proses yang di dalamnya berbagai unsur sebagai berikut:

1. Sumber (source) adalah pihak yang berinisiatif atau berkebutuhan untuk berkomunikasi, individu, kelompok, organisasi, perusahaan, dan lain-lain. Pihak sumber memiliki gagasan yang akan disampaikan kepada penerima. Gagasan diubah menjadi pesan melalui proses encoding, yaitu proses mengubah gagasan menjadi simbo-simbol yang umum (kata, bahasa, tanda, gambar, dan seterusnya) sehingga dapat dipahami oleh penerima.

2. Pesan (message) merupakan hal-hal yang bersifat verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, pikiran, keinginan atau maksud sumber.
3. Saluran/media (channel) adalah alat/wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima pesan.
4. Penerima (receiver) adalah orang yang menerima pesan dari sumber. Penerima pesan menerjemahkan/menafsirkan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang diterima menjadi gagasan yang dapat dipahami. Proses demikian disebut decoding.
5. Efek (effect) adalah apa yang terjadi pada penerima setelah penerima menerima pesan tersebut (2016:15-16).

Sedangkan menurut Effendy unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sender: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding: Penyandian proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. Message: pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4. Media: saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding: pengawasandian, proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator.
6. Receiver: komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response: tanggapan,

seperangkat reaksi pada komunikasi setelah di terima pesan.

8. Feedback: umpan balik, tanggapan komunikasi apabila tersampaikan atau disampaikan pada komunikator.
9. Noise: gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikasi yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya (2004:18-19).

Berdasarkan pengertian para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi antar manusia bisa terjadi, jika seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya terjadi kalau di dukung dengan adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek.

Tujuan Komunikasi

Menurut Fajar kegiatan komunikasi bertujuan untuk membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Saling memahami atau mengerti bukan berarti harus menyetujui tetapi mungkin dengan komunikasi terjadi suatu perubahan sikap, pendapat, perilaku ataupun perubahan secara sosial.

1. Perubahan Sikap (Attidue Change)

Seorang komunikasi setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi komunikator harus berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif.

2. Perubahan Pendapat (Oppinon Change)

Dalam komunikasi berusaha

menciptakan pemahaman. Setelah memahami apa yang dimaksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikasi.

3. Perubahan perilaku (Bahavior Change) Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang.
4. Perubahan sosial (Social Change)

Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan dengan orang lain. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama yang didalamnya terdapat perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku dan perubahan sosial.

Hambatan Komunikasi

Menurut Cangara menyatakan tujuh macam gangguan yang pada umumnya timbul dalam proses komunikasi. Ketujuh macam gangguan tersebut dapat mengganggu saat berlangsungnya komunikasi, yaitu:

1. Gangguan Teknis

Misalnya gangguan teknis adalah gangguan pada stasiun radio, jaringan telepon, kerusakan pada alat komunikasi dna lain sebagainya.

2. Gangguan Semantik

Gangguan ini timbul yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Misalnya, kata-kata yang terlalu banyak memakai jargon asing, penggunaan struktur bahasa yang tidak sebagaimana mestinya.

3. Gangguan Psikologis

Gangguan yang terjadi karena adanya persoalan dalam diri individu. Misalnya rasa curiga, situasi berduka atau gangguan kejiwaan.

4. Rintangan Fisik atau Organik

Gangguan yang letak geografis. Misal, jarak yang jauh sehingga sulit dicapai alat transportasi dan jaringan komunikasi.

5. Rintangan Status

Gangguan yang terjadi karena perbedaan status sosial dan senioritas. Misalnya antara raja dengan rakyat, antara pimpinan dengan pegawai biasa, atau antara dosen dengan mahasiswa.

6. Rintangan Kerangka Pikir

Gangguan ini terjadi karena adanya perbedaan pola pikir bisa disebabkan karena pengalaman dan latar belakang pendidikan yang berbeda.

7. Rintangan Budaya

Sedangkan gangguan ini terjadi karena perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi tidak selalu berjalan baik bahkan terdapat hambatan yang dapat mengganggu terjadinya komunikasi. Hambatan dapat ditimbulkan karena adanya gangguan dari dalam maupun dari luar.

Teori Coordinated Of Management Meaning

Menurut Griffin Coordinated of management meaning (CMM) teori ini diciptakan oleh barnett pearce dan Venon Cronen. Dasar pemikiran yang membawa mereka kepada teori ini adalah mereka percaya bahwa “kualitas kehidupan personal kita dan kualitas dunia sosial kita terhubung secara

langsung dengan kuliatas komunikasi di mana kita terlibat”. Karena konversasi (secara umum komunikasi) antara manusia adalah bahan dasar yang membentik dunia sosial (sosial universe). Oleh sebab itu, mereka mengatakan (teori CMM juga dimulai dengan mengatakan), manusia dalam konversasi (person in conversation) mengkonstruk bersama-sama (co-construck) realitas sosial (sosial reality) dan secara simultan juga dibentuk oleh dunia sosial yang mereka buat sendiri. Pearce dan Cronen, menciptakan teori CMM sebagai suatu teori praktis yang dapat menolong orang untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Dengan mampu berkonversasi dengan baik, orang bisa memperbaiki kualitas hidup personal dan kualitas dunia sosialnya (2003:66).

Teori ini di pengaruhi oleh pendekatan humanistik, pendekatan ini berasumsi bahwa seorang pemimpin bisa dikatakan berhasil dalam mengolah suatu organisasi jika mampu memberdayakan orang-orang yang ada di dalamnya. Dengan kata lain, pemimpin tersebut mampu membuat organisasi sedemikian rupa sehingga memberikan sedikit kebebasan dan kelonggaran kepada individu untuk mewujudkan motivasinya sendiri yang potensial untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dan pada saat yang bersamaan memberikan sumbangan bagi pencapaian tujuan organisasi. Teori ini dapat dikatakan sebagai teori hubungan antara manusia yang artinya adalah mengusahakan keseimbangan antara kebutuhan atau

kepentingan perseorangan dan kebutuhan atau kepentingan umum organisasi.

Bergerak lebih sedikit jauh dari pemikiran dasarnya, ajaran dasar dari teori CMM adalah ketika terlibat dalam konversasi, manusia (*persons-in-conversation*) menciptakan suatu ikatan relasi (*bond of union*) yang jika dijabarkan lebih jauh:

1. Pengalaman dari manusia dalam konversasi adalah proses sosial yang utama dalam hidup manusia. Artinya, melalui konversasi (secara umum komunikasi) manusia membentuk siapa dirinya dan menciptakan *relationship-nya*.
2. Bagaimana seseorang berkomunikasi, seringkali, lebih penting dari isi komunikasi itu sendiri. Artinya, bagaimana seseorang menyiapkan pesan memegang peran lebih besar ketimbang isi pesan dalam proses konstruksi sosial.
3. Tindakan dari manusia dalam konversasi direproduksi secara reflektif sebagaimana interaksi itu berlanjut. Artinya, ketika kita terlibat dalam konversasi, kita ikut mengkonstruksi realitas sosial dan realitas sosial yang kita konstruksi ini akan berpengaruh terhadap tindakan kita berikutnya.

Adapun pendekatan CMM antara lain:

1. Teori CMM mengkhhususkan perhatian pada “*metaphor pesan*”. Inti teori CMM mengemukakan bahwa hubungan antar pola-pola komunikasi akan dinilai berkualitas tinggi kalau hubungan itu dilakukan pada konteks hubungan antar pribadi

yang dilandasi konsep diri (*self concept*) atau konsep kebudayaan sendiri (*self culture*). Asumsinya semua tindakan menghasilkan konteks dan konteks menghasilkan tindakan. Pendekatan CMM selalu membahas komunikasi sebagai proses yang kreatif, komunikasi yang kreatif bisa beroperasi dengan baik pada semua konteks hubungan antar pribadi termasuk hubungan budaya. Relasi selalu terbentuk berdasarkan koordinasi makna pesan yang diketahui bersama karena ada suasana hubungan yang terbuka dengan standar hubungan yang homogen. Interaksi harus memuaskan dua pihak dan dampak interaksi harus menghasilkan pemahaman bersama atas makna.

2. Pendekatan CMM pun menolak semua anggapan bahwa pendekatan teoritis yang mengatakan bahwa penghentian relasi antar pribadi selalu dengan dua alasan dikotomis, yakni alasan “*ekonomis*” (keuntungan dan kerugian relasi) dengan gerakan atau daya dorong internal. Pendekatan ini mengajukan argumentasi bahwa perilaku relasi manusia secara serempak oleh rata-rata tiga faktor: kepastian, berdasarkan logika dan ekonomis.

Apabila dikaitkan dengan pendekatan CMM terhadap CMM terhadap konteks, maka ada lima tingkatan konteks:

1. Konteks perilaku verbal dan non verbal. Diasumsikan bahwa pesan yang ditukar oleh mereka yang terlibat dalam komunikasi antar

- pribadi selalu memilih konteks yang sesuai bagi penerapan pesan verbal dan nonverbal.
2. Konteks aktifitas komunikasi lisan, konteks ini selalu dikaitkan dengan tingkat pemahaman bersama atas makna.
 3. Konteks periode, konteks ini selalu menggambarkan situasi yang memudahkan penampilan dan pengembangan pola-pola perilaku timbal balik yang secara teratur di terima.
 4. Konteks relationship, adalah konteks yang menggambarkan situasi bentuk antara dua orang atau lebih.
 5. Konteks life scripting, adalah konteks yang mementingkan penghayatan atas “konsep diri” dalam berbagai tindakan relasi antar pribadi.

Komunikasi Interpersonal

Dalam sebuah organisasi, komunikasi selalu dilakukan oleh orang ke orang secara langsung maupun tidak langsung. Aktivitas komunikasi yang dilakukan antar pribadi disebut dengan komunikasi interpersonal.

Definisi tentang komunikasi interpersonal menurut Muhammad mengemukakan bahwa “Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya” (2005:159).

Menurut Widjaja komunikasi antarpribadi merupakan rangkaian tindakan, kejadian dan kegiatan yang terjadi secara terus-menerus.

Dengan kata lain, komunikasi antarpribadi bukanlah suatu yang statis, tetapi sesuatu yang dinamis. Artinya segala sesuatu yang tercakup dalam komunikasi antarpribadi selalu dalam keadaan berubah, yakni para pelaku, pesan maupun lingkungannya (2000:125). Menurut Fajar komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses yang unik, artinya tidak seperti kegiatan lainnya. Selain itu, komunikasi antarpribadi juga menuntut adanya tindakan saling memberi dan menerima diantara palaku yang terlibat dalam komunikasi (2009:81).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan paling sedikit dua prang yang dapat berlangsung dengan tatap muka maupun media kemudian mendapatkan reaksi serta mendapatkan feedback.

Lima Kualitas Komunikasi Interpersonal

De Vito menyampaikan bahwa tujuan dasar komunikasi adalah informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh penerima atau tercapainya persamaan persepsi. Komunikasi efektif bila terdapat tanggapan, respon, umpan balik. Melalui umpan balik dapat diketahui hasil komunikasi yang kita lakukan sesuai penilaian orang lain. Komunikasi antarpribadi yang efektif memiliki lima kualitas sebagai pendekatan atau model Humanistik, yaitu: keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiviness), dan kesetaraan (equality). 1.) Keterbukaan (Oppeness). Sikap terbuka (open

minedness) sangat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Pimpinan organisasi seyogyanya dapat memfasilitasi kondisi munculnya keterbukaan. Kondisi keterbukaan dapat diwujudkan bila pimpinan maupun karyawan dapat berinteraksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Terjadi komunikasi secara tatap muka penting untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang. Pimpinan perlu bersikap tanggap terhadap apa yang disampaikan oleh karyawan agar komunikasi dapat berhasil. Keterbukaan mengisyaratkan pimpinan bersedia menerima kritik-kritik dan saran yang disampaikan karyawan. Dengan sikap bersedia menerima kritik dan saran, berarti pimpinan dapat mengakui perasaan dan pikiran yang dilontarkan oleh individu, dalam hal ini karyawan.

Sikap terbuka akan mempengaruhi dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Lawan dari sikap terbuka adalah dogmatisme. Dogmatisme ditandai adanya sikap tertutup. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keterbukaan berpengaruh dalam komunikasi interpersonal yang efektif. Keterbukaan dapat diwujudkan melalui sikap yang jujur dan membuka diri dalam berinteraksi serta dapat mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan merupakan milik pribadi, sehingga masing-masing pihak yang berkomunikasi dapat bertanggung jawab atas komunikasi yang dilakukan. Dalam komunikasi interpersonal menurut De Vito, terdapat Self Disclosure atau pengungkapan diri, jenis

komunikasi dimana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan. Pengungkapan diri adalah informasi tentang diri sendiri, tentang pikiran, perasaan dan perilaku seseorang. Agar pengungkapan diri terjadi maka komunikasi harus melibatkan orang lain. Informasi harus diterima dan dimengerti oleh orang lain. Salah satu manfaat pengungkapan diri adalah kita mendapatkan perspektif baru tentang diri sendiri dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku diri sendiri. 2.) Empati (Empathy). Dalam komunikasi antara pimpinan dengan karyawan, maupun sesama karyawan perlu ditumbuhkan sikap empati. Kondisi empati dapat terwujud bila pimpinan bersedia memberikan perhatian kepada karyawan dan dapat mengetahui apa yang sedang dialami oleh karyawan dan empati bisa terwujud hanya bila karyawan dapat menciptakan saling kerjasama, dapat menyelesaikan konflik secara damai serta menghindari evaluasi, kritik terhadap rekan kerja berdasar pandangan atau pendapat pribadi. 3.) Dukungan (Supportiveness). Kemampuan untuk memberikan umpan balik secara deskriptif. Spontan terhadap tingkah laku. Umpan balik spontan merefleksikan perasaan langsung dan tanpa pamrih. Dukungan mengembangkan atmosfer suportif akan membuat orang lain membuka diri dan interaksi secara terbuka. 4.) Sikap Positif (Positiveness). Menunjukkan sikap positif pada diri sendiri, orang lain yang merefleksikan penghargaan pada diri yang positif. Terutama bila di dukung

sikap positif orang yang berkomunikasi dengan kita. Perasaan positif atau negatif mempengaruhi terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan interaksi. 5. Kesetaraan (Equality). Mengarahkan interaksi yang mengakui setiap orang, berarti dan memiliki pesan, interaksi yang tepat berdasar keseimbangan antara pengirim dan penerima. Dalam suatu hubungan antar pribadi dapat terjadi ketidakseimbangan, ketidaksepakatan, dan konflik meski di coba pahami perbedaan tetap tidak dapat dielakan. Keseimbangan bukan berarti penerimaan dan persetujuan terhadap semua tingkah laku orang lain.

Motivasi

Istilah motivasi (motivation) berasal dari bahasa latin yakni *movere*, yang berarti “menggerakkan” (to move). Menurut McDonald yang dikutip oleh Oemar Hamalik (2011:158) “motivation is an energy change within the person characterized by affective arousal and anticipatory goal reaction” (“motivasi adalah perubahan energi dalam diri pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan”. Menurut Hilgard yang dikutip oleh Wina Sanjaya (2006:29) yakni “motivasi adalah suatu keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.” Jadi motivasi kerja merupakan suatu dorongan yang dapat menyebabkan seseorang melakukan kegiatan atau bekerja untuk mencapai tujuan.

Menurut Sardiman “motivasi berpangkal dari kata “motif” yang diartikan daya penggerak yang ada di dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas- aktivitas tertentu demi terciptanya suatu tujuan” (2011:73).

Marno mendefinisikan motivasi sebagai suatu keadaan yang membuat motif bergerak sesuai dengan kebutuhan yang di miliki oleh masing-masing individu (2008:22).

Menurut Hamzah B. Uno mendefinisikan motivasi sebagai kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah di tetapkan sebelumnya (2008:1). Sementara itu, Malayu S.P Hasibuan menyatakan bahwa “motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan”. Jadi motivasi adalah hal yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan (2003:95).

Motivasi merupakan bagian penting dalam setiap kegiatan, tanpa motivasi tidak ada kegiatan yang nyata. Para pegawai akan bekerja dengan sungguh – sungguh apabila memiliki motivasi yang tinggi. Apabila pegawai memiliki motivasi yang positif, dia akan memperlihatkan minat, mempunyai perhatian, dan tanggung jawab terhadap tugasnya, sehingga kinerja mereka meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat E. Mulyasa bahwa motivasi dibutuhkan pada kegiatan-

kegiatan yang berkaitan langsung dengan peningkatan kerja (2003:120).

Prinsip-Prinsip Motivasi Kerja

Menurut Anwar Prabu

Mangkunegara terdapat beberapa prinsip dalam motivasi kerja, yaitu:

1. Prinsip Partisipasi.

Dalam upaya memotivasi kerja, pegawai perlu diberikan kesempatan ikut berpartisipasi dalam menentukan tujuan yang akan dicapai oleh pemimpin.

2. Prinsip Komunikasi.

Pemimpin mengkomunikasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas, dengan informasi yang jelas, pegawai akan lebih dimotivasi kerjanya.

3. Prinsip Mengakui Andil Bawahan.

Pemimpin mengakui bahwa bawahan (pegawai) mempunyai andil di dalam usaha pencapaian tujuan. Dengan pengakuan tersebut, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.

4. Prinsip Pendelegasian Wewenang.

Pemimpin yang memberikan otoritas atau wewenang kepada pegawai untuk sewaktu-waktu dapat mengambil keputusan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, akan membuat pegawai yang bersangkutan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin.

5. Prinsip Memberi Perhatian.

Pemimpin memberikan perhatian terhadap apa yang diinginkan pegawai, itu akan memotivasi pegawai bekerja apa yang diharapkan pemimpin.

Fungsi Motivasi Kerja

Motivasi mendorong timbulnya kelakuan dan mempengaruhi serta merubah

kelakuan. Fungsi tersebut adalah:

1. Mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan, tanpa motivasi tidak akan timbul suatu tindakan atau perbuatan.
2. Motivasi berfungsi sebagai pengaruh, artinya mengarahkan perbuatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
3. Motivasi berfungsi sebagai penggerak. Besar kecilnya motivasi akan menentukan cepat atau lambatnya suatu pekerjaan

Tujuan Motivasi Kerja

Secara umum tujuan motivasi adalah untuk menggerakkan atau mengunggah seseorang agar timbul keinginan dan kemauan untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau pencapaian tujuan tertentu. Sedangkan tujuan motivasi dalam Malayu S.P. Hasibuan mengungkapkan bahwa:

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
2. Meningkatkan produktifitas kerja karyawan
3. Mempertahankan kestabilan karyawan perusahaan
4. Meningkatkan kedisiplinan absensi karyawan
5. Mengefektifkan pengadaan karyawan
6. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
7. Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan partisipasi karyawan
8. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
9. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya.

Bentuk Motivasi Kerja

Pada umumnya bentuk motivasi yang sering dianut oleh perusahaan meliputi empat elemen utama, yaitu sebagai berikut:

1. Kompensasi bentuk uang

Salah satu bentuk yang paling diberikan kepada karyawan adalah berupa kompensasi. Kompensasi yang diberikan kepada karyawan biasanya berwujud uang. Kompensasi sebagai kekuatan untuk memberi motivasi selalu mempunyai reputasi atau nama baik dan memang sudah selayaknya demikian. Yang telah dihubungkan dengan naluri yang paling fundamental dan mungkin di antara naluri biologis yang lain. Maka bukan merupakan hal yang luar biasa, kompensasi berupa uang telah mengembangkan reputasinya sebagai stimulus yang mujarab.

2. Pengarahan dan pengendalian

Pengarahan yang dimaksudkan menentukan bagi karyawan mengenai apa yang harus mereka kerjakan dan apa yang tidak harus mereka kerjakan. Sedangkan pengendalian dimaksudkan menentukan bahwa karyawan harus mengerjakan hal-hal yang telah diinstruksikan. Fungsi pengendalian mencakup penilaian kinerja, pemeriksaan mutu, dan pengukuran hasil kerja.

3. Penetapan pola kerja yang efektif

Pada umumnya reaksi terhadap kebosanan kerja menimbulkan hambatan yang berarti bagi keluaran produktifitas kerja. Karena manajemen menyadari bahwa masalahnya bersumber pada cara pengaturan pekerjaan, mereka menanggapi dengan berbagai teknik yang efektif dan kurang efektif.

4. Kebijakan

Kebijakan dapat di definisikan sebagai satu tindakan yang diambil dengan sengaja oleh manajemen untuk mempengaruhi sikap atau perasaan para karyawan. Dengan kata lain, kebijakan adalah usaha untuk membuat karyawan bahagia.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja

Motivasi sebagai proses dalam diri seseorang akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut dapat di bedakan atas:

a. Faktor eksternal yang mempengaruhi motivasi kerja:

1. Lingkungan kerja yang menyenangkan. Adalah keseluruhan sarana dan prasarana kerja yang ada di sekitar karyawan yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan itu sendiri.
2. Kompensasi yang memadai. Kompensasi merupakan sumber penghasilan utama bagi karyawan untuk menghidupi diri beserta keluarganya. Kompensasi yang memadai merupakan motivasi yang paling ampuh bagi perusahaan untuk mendorong para karyawan bekerja dengan baik.
3. Supervisi yang baik. Fungsi supervisi dalam suatu pekerjaan adalah memberikan pengarahan, bimbingan kerja kepada karyawan, agar mereka dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik tanpa membuat kesalahan.
4. Adanya penghargaan atas prestasi. Setiap orang akan mau bekerja mati-matian mengorbankan pada dirinya untuk perusahaan, agar dapat meraih penghargaan atas prestasi dan

jaminan karir yang jelas di dalam perusahaan.

5. Status dan tanggung jawab. Status dan kedudukan dalam jabatan tertentu merupakan dambaan setiap karyawan dalam bekerja di perusahaan.
6. Peraturan yang berlaku. Bagi perusahaan yang besar biasanya sudah ditetapkan sistem dan prosedur kerja yang harus dipatuhi oleh semua karyawan.

b.Faktor Internal yang mempengaruhi motivasi kerja:

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

Metode Penelitian dan Pembahasan

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Simamora “data kuantitatif adalah representasi realitas yang disimbolkan secara numerik (dengan angka-angka)” (2004:223). Dalam penelitian ini yang termasuk data kuantitatif adalah banyaknya jumlah pegawai pada Magistra Utama Semarang. Dalam penelitian ini salah satu metode yang digunakan adalah metode kuesioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penggagas pencipta skala likert adalah Rensis Likert asal Amerika Serikat yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya.

Terdapat kategori dan empat alternatif pilihan jawaban yang masing-masing kategori tersebut diberi nilai tertentu, yaitu :

- Skor 4 = Sangat Setuju (SS)
- Skor 3 = Setuju (S)
- Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
- Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Pembahasan

Magistra Utama didirikan secara resmi pertama kali pada tanggal 01 Juni 1996 di Malang oleh para mantan aktifis mahasiswa yang menjadi pelopor kegiatan kemahasiswaan. Para pendirinya adalah para anak muda yang memiliki dedikasi yang tinggi terhadap bidang peningkatan dan pengembangan SDM Indonesia. Tanggal tersebut merupakan wujud legal dari lahirnya ide sudah dirintis sejak tahun 1990 ketika para pendirinya menjadi mahasiswa. Magistra Utama didirikan sebagai upaya nyata, terpadu dan profesional dengan satu tujuan mulia yaitu membantu masyarakat memberdayakan dirinya agar dengan gagah berani menghadapi semua persoalan sekarang maupun masa datang. Penyelenggaraan kegiatan dan kinerja yang dimiliki bertumpu pada asas : Profesionalisme, Loyalitas, Kemandirian, dan Legal Formal.

Magistra Utama sebagai Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Kerja, merasa penting dan harus dipertahankan dan didukung sepenuhnya agar mampu menjalankan fungsi dan perannya secara lebih luas dan dapat memberikan manfaat lebih banyak kepada masyarakat. Pendirian Lembaga Pendidikan Kerja Magistra Utama akan sangat mendukung pemerintah dalam upaya

memerangi kebodohan, mengentaskan kemiskinan melalui pendidikan yang berkualitas dan berkelanjutan dengan modal pengalaman 21 tahun menyelenggarakan pendidikan vokasi.

Magistra Utama Semarang adalah Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) yang didirikan secara resmi pertama kali pada tanggal 1 Juni 1998 di Jl. Lamper Sari (sekarang belakang JavaMall) dan akhirnya pada tahun 2000 pindah di Jl. Teuku Umar No. 26 Semarang. Magistra Utama Semarang dalam programnya menyelenggarakan Pendidikan dan Pelatihan Kandidat Karyawan Program 1 Tahun yang menjadi mitra pemerintah sebagai wujud peran serta masyarakat guna ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dengan mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional yang dioperasikan bersama dunia kerja (partnership) melalui praktik kerja lapangan dan atau permagangan guna melayani setiap peserta didik belajar dan berlatih sampai terampil.

Pendidikan dan pelatihan, MAGISTRA UTAMA Semarang diselenggarakan sesuai ketentuan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 pasal 26 bahwa Pendidikan dan Pelatihan sebagaimana yang diselenggarakan MAGISTRA UTAMA Semaraang berfungsi sebagai penambah dan/atau pelengkap ijazah pendidikan formal. Pengertian dan pemahaman mengenai maksud, tujuan dan keberadaan Pendidikan dan Pelatihan Kerja mengacu pada

pengertian/pemahaman yang dimaksud oleh pasal 26 ayat 2 undang-undang SISDIKNAS tentang lembaga pendidikan nonformal yang menekankan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional. Penyelenggaraan Pendidikan dan Pelatihan kerja ini selalu disesuaikan dengan ketentuan perundangan dan ketentuan pemerintah yang berlaku.

Kategorisasi Variabel

Komunikasi Interpersonal (Variabel X)

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa mayoritas kategori variabel X rendah dibuktikan dari hasil sebagai berikut :

Tabel 3.2.21 Kategorisasi Komunikasi Interpersonal (X) F = 10

No	Tingkat Komunikasi Interpersonal	Nilai	Frekuensi	Present ase (%)
1.	Sangat Tinggi	66 – 80	0	0%
2.	Tinggi	51 – 65	4	40%
3.	Rendah	36 – 50	6	60%
4.	Sangat Rendah	20 – 35	0	0%
		Total	10	100%

Sumber data : Diolah dari Tabel Induk

Berdasarkan dari tabel di atas diketahui bahwa, 4 responden (40%) menilai komunikasi interpersonal pimpinan dalam kategori tinggi, dan 6 responden (60%) menilai komunikasi interpersonal pimpinan dalam kategori rendah. Pada data diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal pimpinan di Magistra Utama Semarang rendah. Yang disebabkan kurangnya

komunikasi interpersonal pimpinan terhadap bawahan yang menyebabkan kurangnya komunikasi dan koordinasi antara pimpinan dan pegawai di Magistra Utama Semarang.

Kategorisasi Variabel Motivasi Kerja Karyawan (Variabel Y)

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa mayoritas kategori variabel Y rendah dibuktikan dari hasil sebagai berikut :

Tabel 3.3.21 Kategorisasi Motivasi Kerja Karyawan (Y) F = 10

NO	Tingkat Komunikasi Interpersonal	Nilai	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tinggi	66 – 80	0	0%
2.	Tinggi	51 – 65	3	30%
3.	Rendah	36 – 50	7	70%
4.	Sangat Rendah	20 – 35	0	0%
Total			10	100%

Sumber data : Diolah dari Tabel Induk

Berdasarkan tabel induk diatas diketahui bahwa, 3 responden (30%) memiliki tingkat motivasi kerja dalam katerogi yang tinggi. Dan 7 responden (70%) memiliki tingkat motivasi kerja dalam kategori yang rendah. Yang disebabkan kurangnya motivasi kerja para pegawai yang mengakibatkan turunnya kinerja pegawai di Magistra Utama Semarang.

Tabulasi Silang

Sedangkan analisa tabulasi silang antara tingkat komunikasi interpersonal (X) dengan Motivasi Kerja Karyawan di Magistra Utama Semarang (Y). Analisa dibawah ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan korelasi

antara variabel X dan variabel Y.

Tabel 3.4.1. Tabulasi Silang N = 10

Motivasi Kerja (Y)	Komunikasi Interpersonal (X)				
	ST	T	R	SR	Jumlah
ST	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
T	0 0%	2 20%	1 10%	0 0%	3 30%
R	0 0%	2 20%	5 50%	0 0%	7 70%
SR	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Jumlah	0 0%	4 40%	6 60%	0 0%	10 100%

Berdasarkan penelitian yang diambil dari 10 responden diketahui bahwa presentase sebanyak 20% atau 2 responden menyatakan bahwa hubungan komunikasi interpersonal pimpinan dalam kategori tinggi terhadap motivasi kerja pegawai Magistra Utama Semarang. Dimana terlihat komunikasi interpersonal pimpinan terjalin dengan baik yang mengakibatkan tingginya motivasi karyawan sehingga merasa nyaman dan percaya diri dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Sedangkan sebanyak 70% atau 7 responden menyatakan hubungan komunikasi interpersonal pimpinan dalam kategori rendah terhadap motivasi kerja pegawai Magistra Utama Semarang. Dimana terlihat komunikasi interpersonal pimpinan kurang terjalin dengan baik. sehingga motivasi karyawan dalam meningkatkan produktifitas kerja rendah.

Dari hal di atas dapat diketahui bahwa persentase hubungan komunikasi interpersonal pimpinan terhadap motivasi kerja pegawai di

Magistra Utama Semarang dalam kategori rendah. Dengan rendahnya komunikasi interpersonal pimpinan mengakibatkan rendah pula motivasi kerja pegawai, yang akan berpengaruh pada hasil kerja pegawai di Magistra Utama Semarang.

Penutup

Simpulan

Pada bab ini akan dijelaskan hasil dari penelitian mengenai pengaruh komunikasi interpersonal pimpinan terhadap motivasi kerja di Magistra Utama Semarang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa :

1. Adapun pengaruh komunikasi interpersonal, berdasarkan hasil penelitian (Tabel 3.2.21) komunikasi interpersonal atasan sangat rendah. Hal ini dinyatakan pada nilai yang paling rendah dari tabel tersebut sebanyak 7 responden (70%), dari 10 responden. Artinya komunikasi interpersonal atasan belum bisa dikatakan baik, sehingga pendekatan yang dilakukan pimpinan belum dikatakan berhasil dalam mengolah suatu organisasi, dan pimpinan belum bisa mengusahakan keseimbangan antara kebutuhan atau kepentingan perseorangan dan kebutuhan atau kepentingan umum organisasi.
2. Adapun pengaruh motivasi kerja karyawan, berdasarkan hasil penelitian (Tabel 3.3.21) motivasi kerja karyawan sangat rendah. Hal ini dinyatakan pada nilai yang paling rendah sebanyak 7 responden (70%), dari 10 responden. Artinya motivasi kerja pegawai sangat rendah, sehingga bisa dikatakan bahwa pegawai tidak memiliki motivasi kerja

yang baik mengakibatkan hasil kerja yang kurang memuaskan.

3. Dari hasil penelitian yang dilakukan dan perhitungan tabulasi (Tabel 3.4.1) yang telah dibuat dapat disimpulkan bahwa variabel X (komunikasi interpersonal pimpinan) mempunyai hubungan yang rendah terhadap variabel Y (motivasi kerja karyawan). Hal ini dinyatakan pada nilai yang paling rendah sebanyak 7 responden (70%). Karena rendahnya komunikasi interpersonal pimpinan yang berdampak pada kurangnya motivasi kerja pada pegawai di Magistra Utama Semarang.

Saran

Berdasarkan simpulan tersebut diatas, maka disarankan untuk:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan komunikasi interpersonal pimpinan terhadap motivasi kerja karyawan di Magistra Utama Semarang rendah. Maka sebaiknya pimpinan mengadakan pertemuan atau face to face dengan karyawan setidaknya seminggu sekali, untuk dapat mempererat hubungan yang lebih mendalam antara pegawai maupun dengan pimpinan dan lebih meningkatkan motivasi pegawai pada perusahaan.
2. Dan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi kerja yang rendah.

Maka sebaiknya pimpinan dapat memberikan apresiasi terhadap setiap peningkatan kinerja pegawai. Karena pemberian apresiasi ini sangat penting untuk meningkatkan motivasi kerja pegawai.

3. Untuk penelitian selanjutnya, semoga hasil penelitian ini bisa

menjadi gambaran dan bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budayatna, Muhammad dan Gainem, Laila Mona. 2011. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana
- Cangara, H. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devinto, Joseph. A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. edisi ke lima. Jakarta: Profesional Book
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eva Noviyanti. 2016. *Hubungan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan*. Fisip. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Fajar, Marhareni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harapan, Edi dan Syarwani Ahmad. 2016. *Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.
- Griffin. 2003. *A First Look At Communication Theory*. New York : McGraw Hill.
- Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Buku Kompas.
- Hasibuan, Melayu. 2014. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, Melayu. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Evaluasi Kerja*. Bandung: Refika Aditama
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Richard, west. 2008. *Pengantar Teori Ilmu Komunikasi*. Salemba: Humanika
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2004. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiranta. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru
- Tri Utami, Diana. 2013. *Peranan Komunikasi Interpersonal untuk meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT Asuransi Jiwasraya (persero) Bandung*. Skripsi. Program Studi Manajemen. Bandung : Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.
- Utamingtyas, Rara Rinrin Budi. 2012. *Pengembangan Kepribadian*. Semarang : Penerbit Polines.
- Wadudu, Halim. 2013. *Analisis Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pada Koperasi Unit Desa Karangplosong Malang)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Konsentrasi Bidang Sumber

Daya Manusia. Malang
:Fakultas Ekonomi Universitas
Tribhuwana Tungadewi.
Widjaja. 2000. Ilmu komunikasi
Pengantar Studi. Jakarta. PT
Rineka Cipta.

Daftar Online :

[https://www.academia.edu/6808588/
TEORI_KOMUNIKASI_chapter_4_
5_6_7_em_Griffin](https://www.academia.edu/6808588/TEORI_KOMUNIKASI_chapter_4_5_6_7_em_Griffin). (Diakses tanggal
04/04/2019:12.35)

[https://bellashabrina.wordpress.com/
5-skala-pengukuran-sikap/](https://bellashabrina.wordpress.com/5-skala-pengukuran-sikap/).
(Diakses Tanggal 18/4/2019.
14.05)

<https://www.diedit.com/skala-likert/>.
(Diakses Tanggal 18/4/2019. 13.55)

[https://tatangmanguny.wordpress.co
m/2010/11/01/skala-likert-
penggunaan-dan- analisis-datanya/](https://tatangmanguny.wordpress.com/2010/11/01/skala-likert-penggunaan-dan-analisis-datanya/).
(Diakses Tanggal 18/4/2019. 13:52)