

HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI PIMPINAN DENGAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN

Denny Effendie

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
dhia2006@outlook.co.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan di Astra Mobil88 Kalimantan Jakarta Timur. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi antarpribadi dan Teori motivasi kerja, Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif kuantitatif dengan metode survei. Populasi dan sampel penelitian sebanyak 40 orang. Hipotesis pengujian dilakukan dengan korelasi Pearson Product Moment. Dari data-data yang diperoleh, selanjutnya analisis data yang dilakukan dengan hitungan secara statistik, menggunakan rumus Pearson Product Moment Correlations, korelasi ini termasuk kedalam kategori cukup baik pada tingkat hubungan yang sedang, karena berada pada interval koefisien antara 0.40 – 0.599 yang menghasilkan adanya hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 cabang Kalimantan Jakarta Timur.

Kata-kata kunci: Komunikasi antar pribadi, Hubungan, Motivasi

Abstracts

The purpose of this essay is to find out if there is a relations between interpersonal communications and motivational of employees, and researcher use interpersonal communications theory and motivation theory in this essay. The type of this essay that have been used is quantitative explanative, and with survey as the method. The populations of this research is as much as sample that taken are at 40. Testing the hypothesis is by correlations Pearson Product Moment. From data that have been obtained, next thing to do are calculated statically, using formula Pearson Product Moment Correlations, this correlations are categorized on good and at medium correlations level, because its on the coefficient between 0.40 - 0.599 that has a result of the correlation of chief interpersonal communication with employees motivation at Astra Mobil88 appraiser division.

Keyword : Interpersonal Communications, Relation, Motivation.

Pengertian ilmu komunikasi pada dasarnya sama dengan pengertian ilmu secara umum, hanya saja objek perhatiannya yang berbeda. Salah satunya definisi yang cukup jelas diberikan oleh Berger dan Chaffe “yaitu ilmu komunikasi adalah ilmu pengetahuan tentang produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat diuji dan digeneralisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi” (Sendjaja, 2007:10). Dari sekian banyak definisi yang dikemukakan para ahli, para peminat komunikasi masih sering mengutip paradigma komu-

nikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, yang mengatakan bahwa “cara terbaik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut, yaitu Who, Says What, In Which Channel, To Whom and With What Effect” (Cangara, 2012:21). Berdasarkan penjabaran diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang dapat menimbulkan hasil atau efek tertentu.

Komunikasi antarpribadi adalah: “interpersonal communication is sending of messages by one person

and receiving messages by another person, of small group of person with some effect and some immediate feedback” (pengiriman dan penerimaan pesan oleh seseorang kepada orang lain dalam jumlah kelompok kecil dengan beberapa dampak atau umpan balik yang seketika), (Devito, 2011: 238). Keberhasilan komunikasi antarpribadi seorang pimpinan di Mobil88 cabang Kalimalang dengan appraiser disana sangat tergantung dari sejauhmana kedua belah pihak dapat saling terbuka. Jika ini tidak disadari oleh pimpinan ataupun karyawan maka komunikasi antarpribadi akan mengalami perusakan. Oleh karena itu menjadi tugas seorang pimpinan terutama untuk dapat membangun komunikasi antarpribadi dengan karyawannya sehingga terjadi ikatan yang kuat dengan karyawan. Jika keadaan ini sudah terbentuk pada diri karyawan maka pada akhirnya dapat memperlancar penyampaian pesan sebagaimana tujuan yang diinginkan pimpinan

Astra Mobil88 used car merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jual beli mobil bekas, yang dimana Mobil 88 ini adalah anak perusahaan dari Astra, perusahaan ini pertama kali berdiri pada tanggal 11 nopember 1988 dengan nama PT. Arya Kharisma.

Kemudian pada tahun 1999, berubah nama menjadi PT. Used Car Sales Operation. Pada tahun 2000 perusahaan ini merger dengan Auto 2000 sebagai salah satu perusahaan Astra terbesar. dalam rangka penguatan skala bisnisnya. dalam kurun waktu (2000 – 2006) terjadi banyak perubahan pada tubuh Astra sendiri sebagai salah satu perusahaan swasta yang terus berkembang, maka pada tahun 2006 mobil 88 bergabung dengan PT. Serasi Autoraya yang merupakan salah satu anak perusahaan Astra lainnya, Mobil 88 bergerak dengan bisnis utamanya adalah jual-beli mobil, dan tukar tambah mobil, di jabodetabek dua cabang utama terletak di Kalimalang dan Cilandak, hal ini berdasarkan informasi yang tercantum di website resmi Astra Mobil88.

Majalah Finance Asia pada tahun 2015 menyatakan bahwa, Astra merupakan perusahaan otomotif nomor satu di Indonesia, angka penjualan mobilnya sangat tinggi dibandingkan oleh para pesaingnya seperti Suzuki, Nissan, dan Honda. Mobil88 sendiri menduduki peringkat pertama dalam penjualan mobil bekas di Indonesia dibandingkan para pesaingnya seperti Bendi21, Tunas Used Car, dan Raja Mobil seperti yang dilansir disitus resmi Astra Mobil88, itulah mengapa penulis mengambil anak perusahaan Astra untuk diteliti yaitu Mobil88 cabang Kalimalang Bagian appraiser adalah satuan kerja pada Astra Mobil88 used car yang bertugas untuk mencari dan membeli mobil-mobil bekas dan berkualitas untuk dijual kembali di Mobil88, setiap

karyawan di satuan kerja ini mempunyai target setiap bulannya untuk membeli mobil, appraiser senior ditargetkan untuk memberi 10 mobil setiap bulannya, dan appraiser junior ditargetkan membeli 5 mobil setiap bulan, tentunya komunikasi antarpribadi pimpinan dengan appraiser disini sangat berpengaruh dengan motivasi kerja pegawai dalam mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan, bagi seorang pimpinan kegiatan komunikasi antarpribadi dengan karyawan sangat penting artinya, selain dapat menciptakan suasana akrab dan hangat, kegiatan komunikasi antarpribadi juga dapat digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam dari pimpinan terutama tentang informasi yang berkaitan dengan tugas mereka sebagai appraiser di Mobil88.

Komunikasi antarpribadi di Mobil88 tentu juga banyak dilakukan oleh karyawan, baik sesama karyawan ataupun dengan pimpinan, dari isi informasi yang disampaikan oleh karyawan pada saat melakukan komunikasi antarpribadi juga beraneka ragam, bisa saja masalah pekerjaan, masalah keluarga, hoby, masalah budaya, masalah sosial atau mungkin hal-hal lain untuk terciptanya suasana hangat dan akrab dari kedua belah pihak. Humas menurut Cutlip & Center dalam Effendy (2009:116) ”adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik”.

Fungsi manajemen adalah bagian dari fungsi humas, yang dimana dalam hal ini pimpinan harus melakukan interaksi dan komunikasi antarpribadi dengan para appraiser dengan baik, dan juga sebaliknya para appraiser juga bisa melakukan komunikasi antarpribadi dengan pimpinan untuk menyelesaikan kendala yang ada pada appraiser dan tentunya untuk memenuhi target yang telah ditetapkan oleh Mobil88.

Motivasi menurut Onong Uchjana Effendi didalam buku (Ruslan,1999:20) adalah “kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil tindakan yang dikehendaki”, pimpinan harus memberikan dorongan kepada appraiser di Mobil88 Cabang Kalimalang, agar mereka termotivasi dirinya untuk berkerja, dan target yang ditetapkan perusahaan bisa tercapai di setiap bulan.

Di dalam motivasi kerja appraiser di Mobil88, faktor intrinsik yang meliputi pengakuan, tanggung jawab, prestasi, adanya kemungkinan untuk berkembang dan kemajuan sangat berpengaruh dalam motivasi kerja mereka, serta faktor ekstrinsik seperti gaji, interaksi

antar pegawai, keamanan kerja, kondisi kerja, status, kebijaksanaan perusahaan serta mutu dan teknik pengawasan juga berpengaruh besar. Mobil88 sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jual beli mobil mempunyai target setiap bulan kepada bagian appraiser, dengan sudah diberikan fasilitas yang memadai, tetapi target itu terkadang belum bisa tercapai di setiap bulannya hal ini berdasarkan laporan pembelian mobil appraiser Mobil88 cabang kalimalang pada tahun 2015, ada faktor-faktor yang menyebabkan hal itu terjadi, seperti pengalaman yang kurang, tidak berani menghadapi penjual, maupun teknik negosiasi yang tidak dikuasai dengan baik, jadi pimpinan menggunakan komunikasi antarpribadi sebagai alat dan pengukit untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Dari uraian latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: Hubungan Komunikasi Antarpribadi Pimpinan dengan Motivasi Kerja Karyawan (Survei Karyawan Astra Mobil88 Used Car Bagian Appraiser Cabang Kalimalang Jakarta Timur)

Rumusan Masalah

Menurut Pariata Westra dkk dalam buku *Ensiklopedi Administrasi* (1981:263) bahwa "Suatu masalah yang terjadi apabila seseorang berusaha mencoba suatu tujuan atau percobaannya yang pertama untuk mencapai tujuan hingga berhasil". Adapun hasil perumusan masalah yang akan diteliti dan dianalisis adalah: 1) Bagaimana komunikasi antarpribadi pimpinan Astra Mobil88 cabang Kalimalang Jakarta Timur ? 2) Bagaimana motivasi kerja karyawan Astra Mobil88 bagian appraiser cabang Kalimalang Jakarta Timur ? 3) Apakah ada hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 cabang Kalimalang Jakarta Timur ?

Kajian Pustaka & Kerangka Teori

Dalam penulisan ini teori yang digunakan adalah sebagai keterkaitan dengan permasalahan yang diangkat. Teori ini sudah relevan sehingga dapat menjawab pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah. Teori yang diangkat dalam penulisan ini adalah Teori Komunikasi Organisasi, Teori Komunikasi Antarpribadi, Teori Motivasi, dan Teori Human Relations.

Komunikasi diterapkan di dalam suatu organisasi atau perusahaan, tujuan utamanya yaitu untuk mempersatukan individu-individu yang tergabung didalam organisasi atau perusahaan tersebut, didalam komunikasi organisasi terdapat komunikasi Antarpribadi atau interpersonal communications.

Komunikasi Organisasi

Menurut Deddy Mulyana (2005:75) „komunikasi organisasi (organizational communication) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok „. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi kebawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, dan komunikasi informal seperti komunikasi antarsejawat.

Menurut Werther dan Davis (1996:8) dalam Melda Sari (2001:15), menjabarkan komunikasi vertikal kedalam dua kategori:

Komunikasi vertikal dari atas ke bawah (Downward communications)

Tipe komunikasi ini merupakan dari satu titik tertentu didalam organisasi dan diturunkan atau disebarkan ke bawahan sesuai dengan hirarki yang ada di organisasi tersebut untuk menginformasikan atau mempengaruhi para bawahan tersebut. Hal ini sering dimanfaatkan para atasan untuk mengontrol arus informasi. Dalam hal ini atasan bertindak sebagai komunikator/ encoder dan bawahan bertindak sebagai komunikan/ decoder. Ciri komunikasi ini adalah terletak pada besarnya pengaruh wewenang dan kekuasaan komunikator dalam kerangka membatasi dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan komunikasi.

Tujuan komunikasi kebawah (Downward communication) menurut (Muhammad, 2000:108) "Untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan karena salah informasi, mencegah kesalah pahaman dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan".

Komunikasi Vertikal dari bawah ke atas (upward communications)

Jenis teori ini merupakan komunikasi yang dilakukan oleh bawahannya kepada atasannya untuk menjelaskan informasi, pikiran maupun perasaannya. Media ini adalah melalui forum rapat antar karyawan dengan atasan. Selain itu pertemuan informal juga dapat menjadi saluran komunikasi ini. Bila pada komunikasi kebawah lebih didominasi oleh pesan yang bersifat sangat instruktif (directs) maka dalam komunikasi keatas pesan lebih didominasi oleh hal-hal yang non instruktif atau cenderung bersifat partisipatif.

Tujuan komunikasi keatas (Upward Communication) menurut (Muhammad, 2000:117) yaitu "untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengaju-

kan pertanyaan Komunikasi Literal/Horizontal menurut (Stoner, 1996:7) adalah „komunikasi horizontal adalah proses komunikasi antar departemen yang pada umumnya mengikuti alur pekerjaan bukannya komando““. Sedangkan (Robbins 1998:22) menambahkan bahwa „komunikasi lateral ini melibatkan rekan kerja yang setingkat““. Komunikasi lateral ini merupakan komunikasi yang efektif untuk koordinasi dan pemecahan masalah karena tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak melewati hierarki/vertikal, adapun tujuan dari komunikasi Horizontal yang dikemukakan oleh (Muhammad, 2000:121) sebagai berikut: “pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecah masalah, penyelesaian konflik dan memberikan informasi.

Komunikasi Antarpribadi

Dalam kehidupan sehari – hari manusia melakukan interaksi dengan cara berkomunikasi dengan sesama, salah satu komunikasi yang frekuensinya cukup dibidang tinggi adalah komunikasi antarpribadi, karna setiap hari kita melakukan komunikasi dengan bertatap muka dengan orang lain.

Komunikasi Antar pribadi menurut Joseph A. Devito (2011:252) adalah „penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera““. Agus M.

Hardjana (2003:85) mengatakan „komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung juga““, pendapat yang sama juga dikatakan oleh Deddy Mulyana (2008:81) 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 verbal maupun nonverbal““.

Menurut (Effendy, 2003:49) „Komunikasi antar-pribadi sering disebut komunikasi persuasif. Karena dengan menggunakan komunikasi interpersonal, maka seorang komunikator akan mudah melakukan persuasi kepada komunikannya““. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal ini menjadi bentuk komunikasi yang paling ampuh.

Joseph A. Devito (2011:285) juga mengemukakan lima karakteristik efektifitas komunikasi antarpribadi, adalah keterbukaan,

empati, dukungan, rasa positif, dan kesamaan,

yang secara rinci dikemukakan sebagai berikut:

Keterbukaan (Openness)

Keterbukaan mengacu setidaknya pada tiga aspek dari komunikasi antarpribadi, yaitu:

Mengacu pada kemampuan kita untuk membuka diri (untuk mengungkapkan informasi tentang diri kita yang biasanya selama ini kita tutupi).

Mengacu kepada kemampuan kita untuk bereaksi secara jujur terhadap pesan yang kita terima, biasanya kita menginginkan agar orang bereaksi secara jujur terhadap apa yang kita katakan dan kita rasakan dan kita berhak atas hal-hal tersebut.

Empati (Empathy)

Mungkin kualitas komunikasi yang paling sulit untuk dicapai adalah kemampuan kita untuk berempati kepada orang lain, artinya bahwa kita merasakan apa yang dirasakan orang lain, mencoba mengalami apa yang dialami orang lain dari sudut pandang orang tersebut.

Dukungan (Supportiveness)

Dukungan adalah suasana yang lebih bersikap deskriptif dari pada mengevaluasi yang mengarah kepada sebuah dukungan. Ketika kita merasa komunikasi sebagai sebuah permintaan atas informasi atau penggambaran atas sebuah kejadian, kita biasanya tidak merasakan sebagai sebuah ancaman. Ketika kita tidak merasa tertantang dan tidak perlu untuk membela diri. Bagaimanapun juga komunikasi yang sifatnya menghakimi atau mengevaluasi biasanya membuat kita menjadi lebih bertahan, menarik diri membangun semacam penghalang antara kita dan evaluator.

Rasa Positif (Positiveness)

Rasa positif dapat kita komunikasikan dalam komunikasi antarpribadi dengan dua cara yaitu:

Memperlihatkan perilaku positif

Perilaku positif dalam komunikasi antarpribadi mengacu kepada hal yang positif dari satu orang kepada yang lain dan kepada situasi komunikasi secara umum. Perasaan negative biasanya membuat komunikasi lebih sulit dan akhirnya memperbesar 3) Memuji orang yang berinteraksi dengan anda

Bila anda memuji seseorang, maka anda mengukainya sebagai seseorang, sebagai manusia yang penting.

Kesamaan (Equality)

Kesamaan adalah karakteristik yang khas dalam berbagai situasi, yang mungkin saja terdapat beberapa

ketidaksamaan, tidak ada dua orang atau lebih yang benar-benar sama dalam berbagai aspek, komunikasi antarpribadi yang dilakukan pimpinan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap karyawan.

Melalui komunikasi antarpribadi pimpinan dapat mempengaruhi karyawan dalam hal pengetahuan dan juga perilakunya, pimpinan dapat menciptakan kondisi kerja yang efektif, Kondisi kerja yang efektif akan dapat terwujud dengan adanya hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan. Oleh karena itu penting bagi pimpinan maupun bawahan dalam berkomunikasi untuk adanya saling keterbukaan, menaruh simpati, saling mendukung, perasaan positif dan adanya kesamaan di dalam tugas.

Menurut (Sunarto, 2003:13) „pada hakekatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan““, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya. Jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

Motivasi kerja

Frederick Herzberg menyatakan bahwa ada faktor faktor tertentu di tempat kerja yang menyebabkan kepuasan kerja, sementara pada bagian lain ada pula faktor lain yang menyebabkan ketidakpuasan, dengan kata lain kepuasan dan ketidakpuasan kerja berhubungan satu sama lain, faktor faktor tertentu di tempat kerja tersebut disebut hygiene factors dan motivation factor (Sondang, 2002:107)

Menurut Frederick Herzberg yang dikenal dengan teori motivasi dan hygiene (Motivation-Hygiene Theory), yang dikutip Sondang P. Siagian, dalam buku Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja, menyatakan terdapat dua faktor motivasi kerja, yaitu:

a. Faktor ekstrinsik, faktor yang berkaitan dengan ketidakpuasan kerja karyawan, meliputi: 1) Gaji upah 2) Interaksi antar pegawai 3)Keamanan kerja 3) Kondisi kerja 4) Status 5) Kebijaksanaan perusahaan 6) Mutu dan teknik pengawasan .

b. Faktor intrinsik, faktor yang berkaitan dengan kepuasan kerja karyawan meliputi: 1) Pengakuan 2) Tanggung jawab 3) Prestasi 4) Adanya kemungkinan

untuk berkembang 5) Kemajuan.

Human Relations

Menurut Haloran, 1978 dalam (Liliweri, 2004:239), bahwa“Human Relations adalah studi tentang interaksi antarmanusia dalam organisasi untuk mencegah, mengurangi terjadinya konflik dalam lingkungan kerja““.

Menurut Effendy (1993:50) terdapat dua arti human relations yaitu dalam arti luas dan arti sempit

Human relations dalam arti luas adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan. Jadi human relations dilakukan dimana saja seperti dirumah, dijalan, dalam bis dan sebagainya.

Human relations dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (work situation) dan dalam organisasi kekerjaan (work organization) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati.

Kunci aktivitas human relations adalah motivasi, memotivasi para karyawan untuk bekeja giat berdasarkan kebutuhan mereka secara memuaskan, yakni kebutuhan akan upah yang cukup bagi keperluan hidup keluarganya sehari hari, kebahagiaan keluarganya, kemajuan dirinya sendiri, dan lain sebagainya (Effendy 1993:52).Ditinjau Dari ilmu komunikasi, hubungan manusiawi itu termasuk kedalam komunikasi interpersonal, sebab berlangsung pada umumnya antara dua orang secara dialogis.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian menurut Sugiyono (2002:72) merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu yang di ambil tanpa menyebutkan adanya taraf kesalahan dan taraf kepercayaan. Hipotesis penelitian ini adalah hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 cabang Kalimalang Jakarta Timur.

Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik menurut Sugiyono (2002:76) umumnya dilakukan bila penelitian yang dilakukan menggunakan sampel sehingga dapat diketahui apakah data sampel dapat diberlakukan pada populasi.

Hipotesis statistik akan menunjukkan dua kemungkinan, yaitu :

Ho : r xy = 0

Tidak ada hubungan komunikasi antarpribadi pimpi-

nan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 cabang Kalimantan Jakarta Timur

Ha : $r_{xy} \neq 0$

Adanya hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 cabang Kalimantan Jakarta Timur.

Paradigma

Jadi paradigma penelitian dalam hal ini diartikan sebagai pola yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan.

„Positivisme adalah Penggunaan data kuantitatif yang diperlukan dalam analisis dan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya demi tercapainya ketepatan data dan ketepatan penggunaan model hubungan variabel bebas dan variabel tergantung“ (Suparlan, 1997:95).

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2002:8) „kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka - angka dan analisis dengan menggunakan statistik“ . Penelitian dengan metode kuantitatif menggunakan survei sebagai metode pengambilan sampel. Melalui penelitian, penulis berusaha untuk menemukan kaitan antara topik yang diteliti, menguji teori dan hipotesis.

Penelitian survei Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi (2011:8) „adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data yang cocok dan sesuai“ . Dalam kuesioner akan ada sebuah pertanyaan atau pernyataan yang akan di jawab oleh responden.

Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian yang bersifat eksplanatif kuantitatif. Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi (2011:5) „eksplanatif yaitu menjelaskan hubungan korelasi (sebab-akibat) antara suatu gejala sosial utama (variabel) dengan sosial yang lain (variabel), sekaligus menjawab mengapa itu bisa terjadi, melalui pengujian hipotesis. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa kuat hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraisers di Mobil88 Kalimantan

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei, yaitu penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah.

Populasi

Dalam penelitian ini akan ada jumlah populasi yang menjadi target atau sasaran yang ditujukan kepada khalayak. „Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap“ . (Ridwan 2003:8).

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan bagian appraiser Astra Mobil88 cabang Kalimantan, adapun populasi di penelitian ini adalah appraiser yang secara langsung mengikuti atau menerima komunikasi antar-pribadi dari pimpinan. setelah melakukan pra penelitian peneliti mendapatkan jumlah populasi penelitian, yaitu sebesar 40 orang karyawan bagian appraiser yang berada di Astra Mobil88 cabang Kalimantan Jakarta Timur.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2006 : 177), „Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian“ . Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya.

Realibilitas Instrumen

Menurut Husaini (2003:293), „Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen“ . Pengujian ini dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrumen yang handal, konsistensi, stabil dan dependable, sehingga bila digunakan berkali-kali dapat menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrument adalah sejauh mana alat tersebut mampu memberikan kegiatan pengukuran yang sesuai dengan apa yang telah diukur. Dalam penerapannya, realibilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas yang angkanya dalam rentang 0,0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya, jika koefisiens semakin rendah mendekati 0 maka semakin rendah reliabilitasnya

Teknik Analisis Data.

Pengukuran skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Untuk jumlah dari tiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, jawaban setiap responden, setiap item diberi skor, lihat tabel 1:

Tabel 1

No	Kategori	Skor
1.	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
2.	Setuju/sering/positif	4
3.	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4.	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
5.	Sangat tidak setuju/tidak pernah/ sangat Negatif	1

(Sugiyono, Statistika untuk Penelitian, 2009:231)

Rumus yang digunakan untuk menganalisis data-data mengenai hubungan antara variabel memakai korelasi Pearson Product Moment. Korelasi Product Moment merupakan teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara dua variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari dua (2) variabel atau lebih adalah sama.

Rumus korelasi Product Moment dari Karl Pearson. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r : Koefisien Relasi
- n : Jumlah Subjek

- X : Skor Tiap Item
- Y : Skor Total
- ($\sum X^2$) : Kuadrat Jumlah Skor Item
- $\sum X$: Jumlah Kuadrat Skor Item
- $\sum Y$: Jumlah Kuadrat Skor Total
- ($\sum Y^2$) : Kuadrat Jumlah Skor Total

Teknik analisis data menggunakan bantuan program perangkat lunak SPSS (Statistic Package Social Science) untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yang berdasarkan uji korelasi product moment dengan menggunakan taraf signifikansi atau tingkat kepercayaan 95% (0,05). Untuk dapat memberikan interpretasi seberapa kuat hubungan antar variabel, maka digunakan pedoman menurut Sugiyono (2008:214), sebagai berikut:

Pedoman untuk memberikan Interpretasi terhadap Koefisien

Korelasi

Tabel 2

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

Rumus uji signifikansi

Menurut Sunarto (2007:81) Uji signifikansi berguna untuk membuktikan apakah jumlah sampel atau responden yang telah ditetapkan dapat digeneralisasikan pada populasi penelitian.

Rumus uji signifikansi korelasi product moment di-

tunjukkan pada rumus berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan

t : Signifikansi Hubungan

r : Koefisiensi Korelasi

n : Jumlah Sampel

Hipotesis Statistik

Ho : $r \times y = 0$

Tidak ada hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 Cabang Kalimantan Jakarta Timur.

Ha : $r \times y \neq 0$

Adanya hubungan komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan bagian appraiser di Astra Mobil88 Cabang Kalimantan Jakarta Timur

Pembahasan Penelitian

Pembahasan dilakukan dengan mensintesis hasil penelitian dengan teori-teori relevan hasil penelitian sejenis terdahulu, yaitu dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaannya untuk menemukan implikasi hasil penelitian dan menawarkan solusi atau implikasi tersebut. Hal-hal yang diuraikan dalam pembahasan meliputi:

Komunikasi Antarpribadi

„Komunikasi Antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi yang berlangsung secara dua arah atau adanya timbal balik ini dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara“ (Cangara, 2004:31). Ia juga mengemukakan fungsi dari komunikasi antarpribadi ini yaitu meningkatkan hubungan insani dan menghindari konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidak pastian sesuatu serta membagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Seperti yang dilakukan oleh seorang pemimpin di Astra Mobil88 yang menerapkan komunikasi antarpribadi sebaik mungkin dengan salah satu kegiatan mengedukasi para karyawan tentang pekerjaan yang akan diberikan, dan juga menyampaikan ide serta gagasan untuk menunjang keberhasilan karyawan tersebut. Selain itu seorang pimpinan juga harus terbuka untuk menerima kritikan dari karyawan agar komunikasi antarpribadi yang dapat berjalan secara timbal balik atau dua arah ini dapat berjalan efektif di suatu perusahaan. Komunikasi Antarpribadi mendapatkan perhatian dari karyawannya dengan tingkatan baik. Dalam jumlah hasil mean Komunikasi Antarpribadi yaitu 3,79 yang

berarti dalam tingkatan baik, ini sebuah kegiatan komunikasi yang baik karena mendapatkan perhatian dari para karyawannya.

Motivasi Kerja

Motivasi menurut Onong Uchjana Effendi didalam buku (Ruslan,1999:20) adalah “kegiatan memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil tindakan yang dikehendaki”.

Hasil mean dari motivasi kerja adalah sebesar 3.77 yang menunjukkan motivasi karyawan di Astra Mobil88 sudah baik, ditandai dengan adanya tanggung jawab pekerjaan yang harus diselesaikannya dan juga saling kerja sama yang baik antar karyawan didalam bekerja.

Human Relations

Human Relations merupakan penghubung penyampaian informasi antara komunikasi antarpribadi dengan motivasi kerja di suatu perusahaan yang konteksnya lebih kepada kejiwaan dan kemanusiaan pada penyampaian informasinya, untuk menciptakan motivasi karyawan didalam bekerja, sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Dengan kemampuan human relation yang baik seorang pimpinan akan memecahkan masalah para karyawannya, mengurangi informasi-informasi yang tidak pasti serta mengurangi pandangan yang negatif terhadap pimpinan, sedangkan human relations juga mempengaruhi kinerja disuatu perusahaan, salah satunya motivasi kerja dari karyawan dapat meningkat, hubungan kerja sama antar karyawan juga dapat meningkat, hal tersebut tentunya akan meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Jadi dapat dilihat dari hasil jumlah mean dari variabel X dan variabel Y yang menunjukkan tingkatan baik, berarti hubungan Human relation dengan komunikasi antarpribadi ini sudah diterapkan sehingga motivasi kerja dari karyawan di Astra Mobil88 ini dalam tingkatan yang baik.

Hasil analisis kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja karyawan di Mobil88, nilai hubungan kedua variabel ini sebesar 0.537, dan termasuk kedalam hubungan yang sedang, selain itu juga diketahui besarnya nilai kontribusi komunikasi antarpribadi dengan motivasi kerja appraiser di Astra Mobil88 sebesar 28.8%, sedangkan sisanya sebesar 71.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan hasil pengujian hipotesis yang telah diuraikan pada bab -

bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengujian hipotesis antara indikator variabel X (Komunikasi Antarpribadi) mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel Y (Motivasi kerja), agar dapat menjawab rumusan masalah yang diangkat oleh penulis yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan hasil rekapitulasi variabel bebas (X) yaitu Komunikasi Antarpribadi diperoleh total nilai mean sebesar 3,79 termasuk dalam kategori baik karena berada pada kontinum interval skala likert 3,01-4, dengan nilai persentase sebesar 80% dan bila disesuaikan dengan kontinum nilai interval, maka hasilnya termasuk dalam kategori Positif. Jadi berdasarkan hasil mean di atas dapat diketahui bahwa Komunikasi Antarpribadi yang dilakukan oleh pimpinan kepada appraiser di Astra Mobil88 ini berada dalam kategori baik.

Dari hasil rekapitulasi variabel terikat (Y) yaitu motivasi kerja diperoleh total nilai mean sebesar 3,77 termasuk ke dalam kategori baik karena berada pada kontinum interval skala likert 3.01-4 dengan nilai persentase sebesar 80% dan bila disesuaikan dengan kontinum nilai interval, maka hasilnya termasuk ke dalam kategori

Positif. Berdasarkan hasil mean di atas dapat diketahui bahwa motivasi kerja di Astra Mobil88 ini berada dalam kategori yang baik, dan karyawan menunjukkan motivasi kerja yang positif.

Selanjutnya, dari analisa korelasi antara kedua variabel yang diujikan, dimana nilai koefisien korelasinya (r) adalah sebesar 0,537. Jadi dapat diketahui bahwa hubungan antara komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja appraiser di Astra Mobil88 berada pada tingkat Sedang, selain itu juga diketahui besarnya kontribusi komunikasi antarpribadi dengan motivasi kerja appraiser di Astra Mobil88 sebesar 28.8%, sedangkan sisanya sebesar 71.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Dari hasil rekapitulasi variabel terikat (Y) yaitu motivasi kerja diperoleh total nilai mean sebesar 3,77 termasuk ke dalam kategori baik karena berada pada kontinum interval skala likert 3.01-4 dengan nilai persentase sebesar 80% dan bila disesuaikan dengan kontinum nilai interval, maka hasilnya termasuk ke dalam kategori

Positif. Berdasarkan hasil mean di atas dapat diketahui bahwa motivasi kerja di Astra Mobil88 ini berada dalam kategori yang baik, dan karyawan menunjukkan motivasi kerja yang positif.

Selanjutnya, dari analisa korelasi antara kedua variabel yang diujikan, dimana nilai koefisien korelasinya

(r) adalah sebesar 0,537. Jadi dapat diketahui bahwa hubungan antara komunikasi antarpribadi pimpinan dengan motivasi kerja appraiser di Astra Mobil88 berada pada tingkat Sedang, selain itu juga diketahui besarnya kontribusi komunikasi antarpribadi dengan motivasi kerja appraiser di Astra Mobil88 sebesar 28.8%, sedangkan sisanya sebesar 71.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Senjaya, Sasa Djuarsa. 2007. Teori Komunikasi. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Cangara, Hafied, 2003, Pengantar Ilmu Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- A Devito, Joseph. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Cutlip, Scoot M. 2009. Effective Public Relations. Jakarta: Kencana
- Rosady, Ruslan, 1999, Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- David O. Sears, Jonathan L. Freedom, L. Anne Peplau; alih bahasa Michael Adryanto, Savitri Soekrisno ; Psikologi sosial jilid 1. 1999. Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. 2002. Metode Penelitian Administrasi. Bandung : CV Alfabeta
- Djuarsa Sendjaja, Sasa. Teori Komunikasi, Universitas Terbuka, Jakarta, 1993
- Liliweri Alo. 1997. Komunikasi Antarpribadi, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.
- Malayu, S.P Hasibuan, 1997, Manajemen Sumber Daya Manusia Jakarta : Gunung Agung
- Title: Yaslis Ilyas, Kiat sukses manajemen tim kerja; 2003; Gramedia Pustaka Utama; Jakarta
- Westra, Pariata dkk, 1981, Ensiklopedia Administrasi, Jakarta, Gunung Agung
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung :
- Remaja Rosdakarya
- Werther, William B dan Davis, Keith, 1996, Humasn Resource and Personnel Management, 5th ed., McGraw-Hill, New York
- A.F.Stoner James, dkk, 1996, Manajemen, Edisi Indonesia, PT Prehanllindo, Jakarta
- Robbins, S.P. (1998), Organizational Behavior- concepts, controversies, and applications (8th ed), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.