

Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Motivasi Kerja Karyawan Divisi Marketing PT. Antar Surya Media Surabaya

Oleh :

PRAMITA PUTRI DWI JAYANTI

Fakultas Psikologi, Universitas 45 Surabaya

Email : nonaamita@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Selanjutnya sampel yang diambil khususnya bagian marketing sebesar 55 orang (responden). Untuk menganalisis hasil penelitian menggunakan bantuan statistik Produk Moment. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang positif antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya. Artinya bahwa komunikasi interpersonal dapat dipakai sebagai dasar untuk memprediksi motivasi karyawan. Ini menunjukkan jika komunikasi interpersonal tinggi maka motivasi kerja karyawan tinggi. Sebaliknya jika komunikasi interpersonal rendah, maka motivasi kerja karyawan rendah.

Kata kunci : ***Komunikasi Interpersonal dan Motivasi Kerja.***

ABSTRACT

This study aimed to analyze the relationship between interpersonal communication with work motivation. This study uses kuantitatif approach. Further samples were taken specifically marketing being brought by 55 people (respondents). To analyze the results using statistical assistance Product Moment. The results showed there was a positive relationship between interpersonal communication with employee motivation in PT. Antar Surya Media Surabaya. It means that interpersonal communication can be used as a basis for predicting employee motivation. It shows if the high interpersonal communication, the employee motivation high. Reverse if interpersonal communication is low, then the employee motivation is low.

Keywords: *interpersonal communication and Employee Motivation.*

Pendahuluan

Masyarakat dunia telah mengalami pergeseran dari masa industri ke masa pasca industri dan selanjutnya ke masa informasi dan telekomunikasi. Hal ini ditandai oleh adanya kemajuan yang sangat pesat dalam bidang teknologi dan komunikasi. Kemajuan tersebut membawa pengaruh terhadap keluasan hubungan antar individu, tak lagi berskala lokal, melainkan sudah melampaui batas-batas nasional. Hubungan tersebut menjadi hubungan global yang bersifat kompetitif, rasional, dan pragmatis. Untuk itu sangat dibutuhkan sumber daya manusia yang handal, efektif dan inovatif, serta mempunyai kualitas yang tinggi.

Di dalam organisasi, peran dan fungsi sumber daya manusia harus diselaraskan dengan elemen-elemen sumber daya lainnya. Oleh karena itu dalam membuat kebijakan, organisasi memusatkan perhatiannya paada

bagaimana sistem kerja disusun sedemikian rupa sehingga ada kesesuaian antara gerak sumber daya manusia dengan sumber daya lainnya.

Praktek pengelolaan sumber daya manusia tersebut menunjukkan bahwa dunia kerja masa kini dan yang akan datang telah mengalami perubahan. Apabila diamati apa yang dilakukan oleh organisasi unggul di dunia, termasuk di Indonesia, jelas sekali bahwa yang mereka dahulukan dalam membangun organisasi adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia mereka.

Pembentukan sumber daya manusia (SDM) yang handal di dalam organisasi dimulai sejak proses seleksi sampai yang bersangkutan dapat menjalankan tugas sesuai dengan tugas masing-masing tenaga kerja yang ada di dalam perusahaan tersebut. Pada dasarnya sumber daya manusia adalah suatu sumber daya yang sangat dibutuhkan oleh suatu organisasi. Sebab sumber daya manusia adalah sumber yang berperan aktif terhadap jalannya suatu organisasi dan proses pengambilan keputusan.

Keputusan yang menentukan apakah organisasi dapat menentukan atau mengembangkan sumber daya manusianya sebaiknya dilakukan secara terstruktur dan terhimpun dalam suatu sistem yang baik sehingga proses penentuannya dapat cepat dilakukan dan mengurangi kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi sebelumnya seperti kesalahan menunjuk seseorang yang tidak tepat dalam pekerjaannya. Seorang pekerja akan mampu mengambil keputusan yang baik bila dia memahami dan mampu dalam bidang ruang lingkup yang dia hadapi.

Menurut Sedarmayanti (2007) Motivasi adalah kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi ke arah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi kebutuhan

individual. Hasibuan (2008) menyatakan motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegritasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.

Pemberian motivasi oleh pimpinan dalam pelaksanaan aktivitas kerja dapat terdiri atas pemberian penghargaan yang dapat menumbuhkan inisiatif, kemampuan-kemampuan yang kreatif dan semangat berkompetisi secara sehat, pemberian penghargaan sebagai upaya pembinaan motivasi tidak selalu harus berwujud atau barang, tetapi dapat juga berupa pujian-pujian dan hadiah-hadiah immaterial. Pemberian hadiah yang cukup kepada karyawan dengan segala potensi yang dimilikinya merupakan bentuk motivasi yang sederhana namun dampaknya cukup besar disebabkan dia merasa masih bisa untuk melakukan hal yang lebih baik dari apa yang telah dia dapatkan.

Pemberian motivasi yang tepat sesuai kebutuhan karyawan akan memberikan peluang bagi organisasi dalam mendukung tercapainya tujuan organisasi. Motivasi yang dimiliki seseorang akan semakin efektif apabila dorongan untuk melakukan pekerjaan tumbuh dari dalam diri individu. Sedangkan ciri-ciri seseorang yang motivasinya tinggi, yaitu: Tekun menghadapi tugas, Ulet menghadapi kesulitan (tidak lekas putus asa) tidak memerlukan dorongan dari luar untuk berprestasi sebaik mungkin, Menunjukkan minat terhadap bermacam-macam masalah untuk orang dewasa, Dapat mempertahankan pendapatnya, Tidak mudah melepaskan hal yang diyakini itu. Ciri-ciri motivasi seperti itu akan sangat penting dalam melaksanakan aktivitas kerja.

Tinggi atau rendahnya motivasi karyawan dalam melaksanakan aktivitas kerja sesuai dengan tugas dan fungsinya dibutuhkan dukungan adanya komunikasi interpersonal dari para rekan sekerja tersebut contohnya:

seringkali terjadi antar karyawan berkomunikasi dengan cepat kepada teman sekerjanya, sehingga teman sekerjanya tidak mengerti apa maksud dari perkataan tersebut, dan mengakibatkan komunikasi tidak berjalan dengan baik. Oleh karena itu untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara karyawan dengan karyawan lain dilakukan melalui komunikasi interpersonal yang baik. Komunikasi interpersonal adalah terjadinya proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara timbal balik.

Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain. Suatu pesan yang dikomunikasikan, bermula dari diri seseorang. Pentingnya suatu komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Dialog adalah bentuk komunikasi interpersonal atau antar pribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian.

Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya pergantian bersama dan empati. Dari proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing-masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia.

Keberhasilan suatu komunikasi interpersonal di perusahaan sangat ditentukan oleh cara penyampaian dalam proses komunikasi yang digunakan, semua unsur-unsur perusahaan, mulai dari pimpinan sampai bawahan harus dapat menggunakan pola komunikasi yang sesuai dengan situasi dan tataran komunikasi interpersonal yang dihadapi. Dilain pihak, kesempatan para

karyawan untuk mengemukakan usul dan gagasan tentu semakin memperkaya pemikiran baru bagi perusahaan itu sendiri.

Menurut De Vito (2007) Komunikasi interpersonal adalah sebuah bentuk komunikasi yang terdiri dari dua orang dengan hubungan yang mantap, hubungan yang saling menguntungkan, serta adanya kesadaran dari diri masing-masing partisipan. Komunikasi antar pribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan, sebab komunikasi berlangsung secara tatap muka. Oleh karena komunikator dengan komunikan itu saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi, pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika komunikator menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika. Komunikator dapat mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan komunikator. Apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tadi bisa dimengerti oleh komunikan atau sesuai yang diinginkan komunikator, maka komunikator dapat mempertahankan gaya komunikasinya, sebaliknya jika tanggapan komunikan negatif, maka komunikator dapat mengubah gaya komunikasinya sampai komunikasi tersebut berhasil.

Komunikasi yang demikian ini dapat digunakan untuk memotivasi karyawan dengan memperjelas kepada mereka apa yang harus dilakukan, mengkomunikasikan seberapa baik mereka bekerja dan memberikan umpan balik atas pekerjaan mereka.

Alasan penelitian dilakukan di PT. Antar Surya Media dikarenakan padatnya pekerjaan masing-masing karyawan di perusahaan tersebut sehingga membuat tidak gampang mengambil waktu untuk berinteraksi dan berkomunikasi antara atasan-bawahan, bawahan-atasan, maupun antar

karyawan saat bekerja dikarenakan fokus untuk pekerjaannya. Mengingat juga sangat dibutuhkannya komunikasi dalam sebuah organisasi untuk tercapainya tujuan. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui adanya komunikasi interpersonal yang terjadi, kemudian menghubungkan dengan motivasi kerja karyawan. Berdasarkan kondisi tersebut muncul pertanyaan apakah ada ” Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal dengan Motivasi Kerja” guna menjawab pertanyaan tersebut perlu dilakukan penelitian.

Metode

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2008).

Penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu :

1) Komunikasi interpersonal (Variabel Bebas)

Komunikasi interpersonal adalah sebuah bentuk komunikasi yang terdiri dari dua orang dengan hubungan yang mantap, hubungan personal yang saling menguntungkan, serta adanya kesadaran dari masing-masing partisipan untuk berfikir positif tentang hubungan mereka. Aspek ini kemudian diukur dengan skala yang meliputi: Keterbukaan, empati, kepositifan, kesamaan.

2) Motivasi kerja (Variabel Terikat)

Motivasi kerja adalah kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi ke arah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi kebutuhan individual. Aspek ini kemudian diukur dengan skala yang meliputi: Lingkungan yang kondusif, Ganjaran dan hukuman, Kompetisi, Pengembangan minat.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan divisi Marketing PT. Antar Surya Media Surabaya. Pengambilan sampel yaitu pada karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya yang berjumlah 55 orang. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner atau angket. Scoring untuk komunikasi interpersonal dan motivasi kerja dalam penelitian ini digunakan skala likert. Pada penelitian ini menggunakan 2 (dua) instrumen pengukuran yaitu instrumen komunikasi Interpersonal dan Instrumen Motivasi kerja.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis korelasi *Product Moment* menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja yaitu sebesar $r_{xy} = 0,635$ dengan nilai $p = 0.00$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi komunikasi interpersonal maka akan semakin tinggi motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya dalam melakukan aktivitas kerja dan begitu juga sebaliknya apabila komunikasi interpersonal semakin rendah, maka motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya akan semakin rendah dalam menjalankan aktivitas kerja.

Hasil penelitian tersebut di atas diperkuat atau didukung oleh hasil penelitian Hardiyanti (2014) mengatakan bahwa ada hubungan yang positif antara komunikasi interpersonal kepala sekolah dengan motivasi kerja guru di SMP Negeri Kecamatan Pulogadung, Jakarta Timur. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin efektif komunikasi interpersonal kepala sekolah kepada guru maka semakin tinggi pula motivasi kerja guru. Senadaa penelitian di atas juga hasil penelitian.

Selanjutnya hasil penelitian Alifah Kurnia (2013) mengatakan bahwa ada hubungan antara komunikasi interpersonal antar karyawan dengan karyawan kontrak dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,644 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf $p \text{ (sig)} < 0,05$. Ini menunjukkan tinggi atau rendahnya motivasi kerja karyawan devisi marketing sangat dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal PT. Antar Surya Media Surabaya. Keberhasilan suatu komunikasi interpersonal di perusahaan sangat ditentukan oleh cara penyampaian dalam proses komunikasi yang digunakan, karyawan dan pimpinan harus dapat menggunakan pola komunikasi yang sesuai dengan situasi dan tataran komunikasi interpersonal yang dihadapi. Dilain pihak, kesempatan karyawan untuk mengemukakan usul dan gagasan tentu semakin memperkaya pemikiran baru bagi perusahaan itu sendiri.

Komunikasi interpersonal karyawan penting untuk peningkatan motivasi kerja. Komunikasi interpersonal menyangkut hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan formal maupun non-formal, yang di dalamnya terdapat komunikasi yang berhubungan dengan masalah-masalah pekerjaan, tugas, kedinasan sampai masalah-masalah pribadi sebagai seorang manusia. Komunikasi yang demikian akan berdampak pada situasi psikologis, yaitu: kesamaan, perhatian, keterbukaan yang penuh dengan suasana hangat, persahabatan, saling memberi, dan menerima. Situasi psikologis tersebut cenderung akan mengurangi rasa saling curiga dengan orang lain, terhindar dari salah persepsi yang akan menumbuhkan jiwa dan semangat kebersamaan. Lebih daripada itu, kebersamaan akan membuat manusia menjadi antusias, suka cita dalam menghadapi tugas-tugas yang berat sekalipun. Berdasarkan hal ini, maka komunikasi interpersonal karyawan serta sesama karyawan di perusahaan karyawan PT. Antar Surya Media Surabaya terus dijaga agar selalu kondusif sehingga dapat

meningkatkan motivasi karyawan. Sehingga karyawan memberikan kontribusi yang lebih baik lagi kepada perusahaan.

Kesimpulan

Hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya. Ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal dapat dipakai sebagai dasar untuk memprediksi motivasi kerja. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi komunikasi interpersonal, maka motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya semakin baik, begitu sebaliknya semakin rendah komunikasi interpersonal, maka motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya akan semakin buruk.

Saran

1. Bagi PT. Antar Surya Media Surabaya

Untuk membangun komunikasi interpersonal karyawan khususnya di divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya hendaknya perusahaan membantu menumbuhkan komitmen karyawan untuk mengembangkan dirinya agar mampu membangun komunikasi antar karyawan. Komunikasi interpersonal karyawan perlu ditingkatkan dengan cara pelatihan komunikasi yang sepenuhnya difasilitasi oleh perusahaan, baik yang menyangkut biaya maupun penyelenggaraannya. Dengan dilaksanakan pelatihan komunikasi diharapkan akan mampu meningkatkan motivasi kerja.

2. Bagi Karyawan

Untuk para karyawan PT. Antar Surya Media Surabaya khususnya divisi marketing hendaknya berusaha meningkatkan komunikasi interpersonal. Karena komunikasi interpersonal juga merupakan faktor kunci untuk bisa menjadi manusia yang efektif, termasuk efektif dalam memotivasinya dirinya dalam bekerja. Hal ini merupakan salah satu syarat utama untuk menjadi manusia efektif adalah kemampuannya dalam hal komunikasi. Dengan demikian jelas sekali bahwa efektivitas komunikasi interpersonal berperan penting dalam meningkatkan motivasi kerja.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menggali lebih dalam lagi gambaran atau faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mempengaruhi motivasi kerja karyawan divisi marketing PT. Antar Surya Media Surabaya dalam menjalankan aktivitas kerja, serta mengadakan penelitian dengan permasalahan yang sama, disarankan untuk melakukan penelitian dengan populasi yang lebih besar dan memperhatikan faktor-faktor lain yang diduga berpengaruh terhadap motivasi kerja dalam melaksanakan tugas. Penelitian dengan populasi yang lebih luas menjadi penting mengingat motivasi yang tinggi akan berpengaruh hasil yang dicapai dan pada gilirannya akan mampu meningkatkan profesional kerja.

Daftar Pustaka

- Devito, Joseph A. 2007. *The Interpersonal Communication Book Eleventh Edition*. USA: Pearson Education Inc.
- Hardiyanti Jatu Tri, 2014. Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah Dengan Motivasi Kerja Guru Di Sekolah Menengah Pertama Negeri

Kecamatan Pulogadung Jakarta Timur, Skripsi <https://jurnalimprovement.wordpress.com/2014/03/03/komunikasi-interpersonal-dan-motivasi-kerja>.

Hasibuan, Malayu S.P. 2008. *Organisasi dan Motivasi: Dasar peningkatan Produktivitas*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sari, Alifa Kurnia. 2013. *Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Antar Karyawan Dengan Motivasi Kerja Karyawan Kontrak*.

_____, 2013. Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Antar Karyawan Dengan Motivasi Kerja Karyawan Kontrak, Skripsi, <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/11190>.

Sedarmayanti. 2001. *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*. Bandung. Mandar Maju.

_____, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung , PT. Refika Aditama

Sugiyono, 2013, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.