

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris “*communication*”, berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dalam kata *communis* ini memiliki makna “berbagi” atau “menjadi milik bersama” yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.¹ Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward mengenai komunikasi manusia yaitu :

Human communication is the process through which individuals –in relationships, group, organizations and societies—respond to and create messages to adapt to the environment and one another. Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Komunikasi adalah penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai *feedback* diantara keduanya. Tanpa disadari sebagai manusia kita tidak lepas dari kegiatan berkomunikasi,

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya, 1984) hlm. 9

sejak kita lahir hingga dewasa kita menggunakan indra kita sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada orang lain dan lingkungan sekitar kita. Dalam berkomunikasi dengan orang lain ataupun lingkungan sekitar seseorang tanpa di sadari telah melakukan komunikasi baik itu secara simbolik (nonverbal) atau bahasa (verbal). Komunikasi juga banyak macamnya dan tergolong dalam beberapa bagian misalnya komunikasi massa, komunikasi organisasi, komunikasi budaya, dan sebagainya. Salah satu komunikasi yang menggunakan alat teknologi dan selalu mengikuti trend adalah komunikasi massa yang merupakan sebuah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik).²

Komunikasi massa (*mass communication*) dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. juga menambahkan konteks komunikasi publik. Pengertian komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini.³

Perkembangan komunikasi massa saat ini sangatlah pesat. Media komunikasi yang selalu dapat memberikan informasi kepada khalayak salah

² http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_massa, 09 April 2012, 20: 45.

³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung : Rosda Karya, 2005), hlm.72

pesawat penerima (Radio), dan sinyal suara itu di ubah kembali menjadi suara/audio di dalam audio/loudspeaker.⁶ Dunia penyiaran saat ini sangatlah banyak di minati oleh para khalayak khususnya penyiaran dalam radio untuk menggali informasi para pendengar yang sedang di perjalanan atau sedang tidak bisa menyaksikan televisi. Dunia penyiaran saat ini tidak layak lagi di jadikan sarana doktrinasi atau alat penguasa tetapi lebih cenderung dalam sarana untuk menghibur dan pemberi informasi. Pemberian informasi dan hiburan dalam dunia siaran ini harus disesuaikan dengan terapan penyiaran yang baik dan benar sesuai dengan sifat-sifat kerja penyiaran sehingga siaran tersebut akan menghasilkan sesuatu yang berkualitas. Informasi yang disajikan oleh radio hendaknya berupa kata-kata dan ucapan yang mudah untuk di cerna dan di terima oleh para pendengar. Selain berupa ucapan atau kata-kata dalam media massa (radio) juga terdapat musik sebagai program hiburan yang banyak diminati pendengar.

Saat ini banyak bermunculan radio komunitas selain di universitas-universitas juga bermunculan di perusahaan perusahaan tertentu. Radio-radio tersebut didirikan untuk kepentingan pribadi perusahaan atau instansi-instansi. Begitu pula dengan PT HM Sampoerna Tbk. (Sampoerna) yang merupakan salah satu perusahaan rokok terkemuka di Indonesia yang bekerjasama dengan Idego Tatakarsa membentuk sebuah radio siaran non frekuensi dengan tujuan memberikan informasi dan hiburan kepada para karyawan. Bagi PT HM Sampoerna, kesuksesan merupakan hasil kerja keras dari karyawan yang bekerja dengan seluruh potensi yang mereka miliki untuk

⁶ J.B. Wahyudi, *Dasar - Dasar Manajemen Penyiaran* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 16.

itu fasilitas yang memadai, seperti Radio Sampoerna menjadi salah satu media yang di rasa dapat mengembangkan dan memberi semangat bagi para karyawan. Mengingat banyaknya perusahaan di Surabaya, munculnya Radio Sampoerna ini merupakan Radio *Industrial Community* pertama, dan satu-satunya di dunia yang dimiliki oleh perusahaan rokok PT HM Sampoerna. Untuk sementara keberadaan radio ini hanya ada di kota Surabaya dan Malang. Untuk wilayah Surabaya, Radio Sampoerna dapat di jumpai di seluruh cabang pabrik rokok antara lain di daerah kali rungkut, rungkut industri, dan kebalen.

Radio Sampoerna telah ada sejak tahun 2007 yang lalu, radio dikelola oleh Idego Tatakarsa, sebuah perusahaan konsultasi dan pelatihan komunikasi, kampanye, dan media. Radio Sampoerna merupakan sebuah radio layaknya radio siaran pada umumnya, namun perbedaanya Radio Sampoerna tidak menggunakan pemancar/frekuensi namun dengan sistem kabel (*cabling system*) yakni menggunakan kabel sebagai media penghantar pengganti pemancar dimana kabel tersebut dihubungkan dari studio siaran sampai menuju ke seluruh *Unit/Gudang* tempat karyawan berproduksi. Sehingga, para karyawan dapat menikmati siaran yang dibawakan oleh para penyiar Radio Sampoerna secara *live/langsung*. Tiap harinya penyiar mengambil topik berbeda-beda sesuai dengan jadwal program yang disusun oleh manajemen radio. Siaran ini berupa informasi, hiburan, agama, dan motivasi. Siaran informasi meliputi informasi perusahaan dan informasi publik/umum, siaran hiburan meliputi lagu-lagu jawa, dangdut, pop, hingga campur sari mulai dari pagi hingga sore, sedangkan agama/religi di

khususkan hari jumat. Selain itu para penyiar juga memberikan motivasi kepada para karyawan, agar mereka semakin semangat dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Para karyawan Sampoerna juga bisa langsung request lagu yang mereka inginkan dan kirim salam lewat sms atau atensi. Sistem kerja Radio Sampoerna sendiri disesuaikan dengan jam kerja karyawan/pelinting rokok (06.00 – 15.00), namun untuk start operasional/*sign on* program radio diberi jeda waktu 1 jam dari jam masuk karyawan yakni pukul 07.00 wib hal tersebut dikarenakan setelah karyawan sampai/masuk ke pabrik, mereka masih butuh waktu untuk mempersiapkan segala peralatan yang akan digunakan untuk bekerja dan alat yang di gunakannya pun merupakan alat yang masih manual bukan dari alat yang canggih (mesin pembuat rokok). Di sini radio mengikuti kebutuhan perusahaan, sehingga jam produksi karyawan dan radio akan disesuaikan. Maksudnya adalah apabila karyawan diwajibkan oleh perusahaan untuk kerja lembur maka radio juga akan *on* sesuai dengan tambahan jam/hari lembur apabila itu diperlukan namun jika tidak maka radio tersebut akan *off*. Misalnya, perusahaan menginginkan tambahan waktu di hari minggu (tujuh hari kerja) maka radio juga ikut siaran, sebaliknya jika perusahaan mengadakan libur kerja (libur hari raya/tahun baru) maka radio juga akan *off* Jadi semua hanya mengikuti permintaan dari perusahaan.

Dengan hadirnya radio tersebut, para karyawan memperoleh informasi yang cukup mengenai manajemen PT HM Sampoerna, selain itu mereka menjadi semakin semangat dalam melakukan pekerjaannya. Yang semula

mereka hanya memutar musik ala kadarnya kini menjadi sebuah radio yang bisa memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan menjadi media favorit bagi para pegawai pelinting rokok. Hal ini terbukti dengan terpilihnya Radio Sampoerna sebagai media terfavorit pilihan karyawan mencapai 90% suara pada tahun 2008 dalam penghargaan 4 media yang ada antara lain majalah lentera, internet sampoerna, TV Sampoerna, dan Radio Sampoerna.

Dari penjelasan di atas peneliti mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh program siaran Radio Sampoerna terhadap kenyamanan kerja karyawan karena, Radio Sampoerna merupakan sebuah fasilitas yang didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan semangat dan kenyamanan kerja karyawan di PT HM Sampoerna. Penelitian ini sendiri berjudul **“PENGARUH PROGRAM SIARAN RADIO SAMPOERNA TERHADAP KENYAMANAN KERJA KARYAWAN PT HM SAMPOERNA”**

B. Rumusan Masalah :

1. Adakah pengaruh program siaran di Radio Sampoerna terhadap kenyamanan kerja karyawan PT HM Sampoerna ?
2. Seberapa kuat pengaruh program siaran di Radio Sampoerna terhadap kenyamanan kerja karyawan PT HM Sampoerna ?

C. Tujuan Penelitian :

1. Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh program siaran Radio Sampoerna terhadap kenyamanan kerja karyawan PT HM Sampoerna.

2. Untuk mengukur kekuatan tingkat pengaruh program siaran Radio Sampoerna terhadap kenyamanan kerja karyawan PT HM Sampoerna.

D. Manfaat Penelitian :

Hasil dari penelitian ini peneliti mengharapkan semoga dapat memberi manfaat :

a. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan di bidang komunikasi terutama dalam bidang komunikasi massa khususnya tentang penyiaran radio dan tentang program siaran dalam radio komunitas.

b. Manfaat Praktis

1. Guna pengembangan akademis dan dalam upaya memahami praktek – praktek komunikasi yang dilakukan di masyarakat, sehingga dalam materi komunikasi tidak hanya diketahui dari sisi teorinya namun lebih di praktekkan pada pengembangan berpikir terhadap keadaan sosial dan realita yang ada dalam masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Radio Sampoerna untuk menjaga kualitas program siaran yang menjadi favorit para pendengar/karyawan SKT (Pelinting Rokok) di PT HM Sampoerna, serta mengembangkan programnya dan berinovasi agar tercipta program-program yang lebih menarik.
3. Bagi PT HM Sampoerna sendiri khususnya bagian manajemen SDM agar dapat memahami apa yang diinginkan karyawan saat mereka

bekerja dan merasakan kenyamanan di dalam ruang kerjanya sehingga dapat berdampak pada peningkatan produktivitas dan kinerja karyawan.

4. Sedangkan untuk Fakultas Dakwah, khususnya program studi komunikasi sebagai referensi untuk menambah teori tentang penelitian komunikasi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian komunikasi kuantitatif di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sasaran Penelitian	Penelitian Terdahulu
	1
Nama Peneliti	Muttia A. Sutja
Judul	Pengaruh Musik Pengiring kerja Terhadap Produktivitas (Studi Pada Pekerja Pembungkus Lapis Legit di Home Industry Tanggo Rajo Lapis Legit, Jambi)
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	2009
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk menganalisa adanya pengaruh musik terhadap Produktivitas Pekerja Pembungkus Lapis Legit di Home Industry Tanggo Rajo
Hasil Temuan Penelitian	<p>Musik Yang Disukai : Dangdut, Yang tidak Disukai : Keroncong.</p> <p>Musik yang berpengaruh baik adalah musik dangdut, karena mengakibatkan peningkatan produktivitas paling tinggi sehingga sesuai digunakan sebagai musik pengiring di Home Industry Tanggo Rajo Lapis Legit.</p> <p>Sedangkan yang berpengaruh buruk adalah musik rock, karena mengakibatkan penurunan yang berarti terhadap produktivitas, sehingga sebaiknya tidak digunakan.</p>
Perbedaan	Dalam penelitian kali ini tidak hanya musik, namun meneliti program siaran suatu radio apakah dapat mempengaruhi kepuasan komunikasi suatu kelompok/pekerja penggiling rokok

F. Definisi Operasional :

Untuk menghindari adanya bias yang akan timbul dalam pembahasan dan judul skripsi yang peneliti buat, maka disini perlu adanya pembatasan pengertian yang menjadi pembahasan dengan sudut pandang dari judul **Pengaruh Program Siaran Radio Sampoerna terhadap kenyamanan kerja karyawan PT HM Sampoerna**. Maka komponen penyusun Definisi Operasional adalah :

1. Pengaruh Program Siaran Radio Sampoerna

Pengaruh adalah hubungan sebab-akibat yang ditimbulkan oleh dua variabel (variabel bebas dan variabel terikat).

Program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Program yang dikelola harus disesuaikan dengan karakteristik audience nya sehingga mampu menarik sebanyak mungkin audience yang dituju. Format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audience nya.⁷ Sedangkan program yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah program siaran dari Radio Sampoerna yang berupa informasi, motivasi, dan hiburan. Program tersebut hadir dengan berbeda tema tiap harinya.

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui

⁷ <http://docstoc.com/docs/8100797/BAB-II-KONSEP-DASAR-RADIO> 06 Mei 2012 21:51

perangkat penerima siaran.⁸ Dalam penelitian kali ini siaran yang dimaksud ialah siaran radio tanpa frekuensi melainkan menggunakan kabel yang di hubungkan/dialurkan ke seluruh gudang produksi yang ada di pabrik PT HM Sampoerna Surabaya yang ada di kawasan rungkut industri raya.

Program siaran di Radio Sampoerna sendiri ada 3 antara lain, informasi, motivasi, dan hiburan. Program-program yang disiarkan bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan bekerja dan mengurangi kejenuhan. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap hasil produksi rokok. Mendengar lagu dan obrolan dapat membuat kita tetap bersemangat dan bergairah dalam bekerja.⁹

Radio Sampoerna adalah radio siaran lokal non frekuensi yang terdapat di *plant* (pabrik) PT HM Sampoerna Surabaya dan Malang, di Surabaya Radio Sampoerna hadir di 3 *plant* SKT yang bertujuan menghibur, menginformasi dan memotivasi karyawan SKT Sampoerna. Hadir 9 jam per hari di mulai 1 jam setelah karyawan mulai produksi dan berakhir 1 jam sebelum produksi berakhir.

2. Kenyaman Kerja Karyawan PT HM Sampoerna

Kenyamanan adalah penilaian komperhensif seseorang terhadap lingkungannya. Dalam penelitian ini kenyamanan yang dimaksud adalah rasa nyaman para karyawan SKT (Sigaret Kretek Tangan) yang bekerja setiap hari selama 11 jam perharinya.

⁸ *Ibid.*,

⁹ *Majalah lentera edisi 129* (Surabaya : PT HM Sampoerna, 2010) hal 18

Karyawan PT Sampoerna adalah karyawan SKT (Sigaret Kretek Tangan) yang bekerja setiap hari selama 11 jam perharinya. Yang dimaksud SKT adalah karyawan produksi/pembuat rokok manual baik itu yang berstatus borongan maupun harian dengan jumlah ribuan orang dalam 1 *plant*/pabrik, yang kemudian dibagi ke dalam gudang/unit produksi.

PT HM Sampoerna adalah salah satu produsen rokok terbesar di Indonesia. Kantor pusatnya berada di Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan ini sebelumnya merupakan perusahaan yang dimiliki keluarga Sampoerna, namun sejak Mei 2005 kepemilikan mayoritasnya berpindah tangan ke Philip Morris International, perusahaan rokok terbesar di dunia dari Amerika Serikat, mengakhiri tradisi keluarga yang melebihi 90 tahun. Di Surabaya rokok yang diproduksi adalah Dji Sam Soe, dimana proses pembuatannya secara manual dengan alat tradisional.

Jadi, kenyamanan kerja karyawan PT HM Sampoerna merupakan suasana yang kondusif dalam lingkungan kerja mereka, sehingga para karyawan akan lebih betah dan semangat dalam bekerja. Kenyamanan kerja sendiri dipengaruhi oleh kondisi lingkungan tempat karyawan bekerja, salah satunya adalah program siaran dari Radio Sampoerna.

G. Kerangka Teori dan Hipotesis :

1. Teori *Uses and Gratifications*

Teori ini menjelaskan bahwa sebenarnya khalayak adalah pihak yang aktif. Model *Uses and Gratification* tidak tertarik pada apa yang dilakukan media kepada diri orang lain, tetapi lebih tertarik kepada apa yang dilakukan orang lain terhadap media. Model ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya adalah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.¹⁰

Kebutuhan terhadap media massa di penuhi melalui surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Baik dalam isi maupun melalui daya terpaannya (*exposure*) secara konteks sosial tempat dimana terpaan berlangsung.

2. Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*)

Teori ketergantungan terhadap media mula-mula diutarakan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin Defleur. Seperti teori *uses and gratifications*, pendekatan ini juga menolak asumsi kausal dari awal hipotesis penguatan. Untuk mengatasi kelemahan ini, penggagas teori ini mengambil suatu pendekatan sistem yang lebih jauh.¹¹ Di dalam model ini

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm.289-290

¹¹ *Ibid.*, hlm. 292

mereka mengusulkan suatu relasi yang bersifat integral antara pendengar, media, dan sistem sosial yang lebih besar. Sejalan dengan apa yang dikatakan oleh teori uses and gratifications, teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digaris bawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. Sumber ketergantungan yang kedua adalah kondisi sosial. Model ini menunjukkan sistem media dan institusi sosial itu saling berhubungan dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan minat. Pada gilirannya hal ini akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan, melainkan kondisi sosial. Untuk mengukur efek yang ditimbulkan media massa terhadap khalayak, ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu riset eksperimen, survey dan riset etnografi.

Hipotesis :

Dalam penelitian ini ada dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis kerja atau hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nihil atau hipotesis nol (H_0). Dalam hal ini hipotesis alternative (H_a), Menyatakan adanya pengaruh antara Program Radio Sampoerna terhadap Kenyamanan Kerja Karyawan PT HM Sampoerna. Sedangkan hipotesis nol atau hipotesis statistik (H_0), menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh Program Radio Sampoerna dengan Kenyamanan Kerja Karyawan PT HM Sampoerna.

komunikasi untuk kenyamanan kerja para karyawan.

c. Lokasi Penelitian : PT HM Sampoerna Surabaya Jalan Rungkut Industri Raya No.18 Surabaya, telp. (031) 8431699, fax. 0318431834

3. Teknik Sampling :

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek atau fenomena yang diriset. Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.¹⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan PT HM Sampoerna dengan jumlah 3.500 karyawan. Dengan rincian karyawan laki – laki sebanyak 70 orang (2%) dan karyawan perempuan sebanyak 3.430 orang (98%).

2. Sampel

Sampel adalah sebagian wakil populasi yang diteliti atau obyek yang diambil dan dapat mewakili populasi.¹⁵

Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling random sederhana, adalah teknik yang paling mudah dilakukan. Disini setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi

¹⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 6

¹⁵ *Ibid.*, hlm 57

sampel. Periset menulis atau member nomer pada seluruh anggota populasi, lalu mengundinya (merandom/mengacak) sampai mendapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan.¹⁶ Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, rumusnya adalah menggunakan Rumus Slovin :

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

keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

E : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir, misalnya 2%, kemudian e ini di kuadratkan.

Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%¹⁷

Jadi, sample dari populasinya adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{3500}{1 + 3500(0.1)^2} \\ &= 97 \text{ karyawan} \end{aligned}$$

4. Variabel dan Indikator Penelitian :

Variabel Bebas : Program Siaran Radio Sampoerna.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 152-153

¹⁷ *Ibid.*, 162

Indikator :

- a) Informasi
- b) Hiburan
- c) Motivasi



Variabel Terikat :Kenyamanan kerjaKaryawanPT HM Sampoerna.

Indikator :

- a) Semangat dalam bekerja
- b) Menikmati pekerjaannya
- c) Lebih rajin dalam bekerja
- d) Senang akan pekerjaannya

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini, menurut cara memperolehnya dilakukan dengan dua pendekatan yaitu :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dari responden. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari karyawan SKT PT HM Sampoerna dari hasil penyebaran angket pada responden dengan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang disusun berdasarkan dari rumusan masalah, variabel dan indikator untuk mengetahui tingkat kenyamanan kerja karyawan.

X : Angka mentah untuk variable X

Y : Angka mentah untuk variable Y

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Indikator – indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi responden.

I. Sistematika Pembahasan :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang gambaran umum penelitian yang didalamnya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dalam penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori yang dihasilkan untuk membahas keterkaitan antara judul penelitian dan teori yang digunakan.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Berisi tentang gambaran umum subyek, obyek dan lokasi penelitian. Dan sebagai deskripsi data-data yang diperoleh dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang tidak dapat langsung diperoleh dari lapangan. Data sekunder dikumpulkan melalui sumber-sumber informasi kedua seperti perpustakaan, Majalah, Wawancara, dan lain sebagainya. Data sekunder ini akan digunakan sebagai data penunjang untuk melakukan analisis.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menjelaskan variabel-variabel tanpa mencari korelasi satu sama lainnya. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner selanjutnya akan diolah untuk mendeskripsikan Pengaruh Program Siaran Radio Sampoerna terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan PT HM Sampoerna Surabaya. Pengolahan data dari hasil kuesioner tersebut terdiri dari : mengedit, mengkode, dan memasukkan data tersebut kedalam tabulasi data untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif berdasarkan tabel frekuensi dari setiap pertanyaan yang diajukan.

Data yang di peroleh kemudian di analisis dengan menggunakan rumus *product moment*:

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

Keterangan :

r : koefisien korelasi Pearson's Product Moment

N : Jumlah Individu dalam sample

BAB IV : ANALISIS DATA

Berisi deskripsi data yang diperoleh dalam penelitian, kemudian dijabarkan dan disajikan sehingga dapat dihasilkan bentuk pola, tema dan kecenderungan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan rekomendasi dari penelitian ini.