

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Komunikasi dalam organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota organisasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Dalam fungsi *public relations* terdapat berbagai macam bentuk hubungan yang dapat dilakukan. Diantaranya yang umum dilakukan adalah, *community relations*, *government relations*, *consumer relations*, *investor relations*, *media relations* dan *komunikasi internal*. Semua bentuk hubungan-hubungan tersebut diatur oleh *public relations*, dengan tujuan untuk mencapai pengertian publik, kepercayaan publik, dukungan public, dan kerjasama publik.¹

Salah satu bentuk hubungan dalam *public relations* yang mengatur hubungan antara perusahaan dan para karyawannya adalah *komunikasi internal* yang berbentuk *regular meeting*. *Regular meeting* dilakukan antara lain adalah untuk menciptakan bentuk hubungan atau komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis di antara keduanya. Dengan kata lain, *regular meeting* bertujuan untuk mencapai saling pengertian kerjasama serta loyalitas diantara pihak manajemen dengan para karyawannya. Aktivitas *regular meeting* yang berlangsung dalam organisasi akan berdampak langsung terhadap iklim komunikasi dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi yang di dalamnya terdapat

¹ S.K. Bonar, *Hubungan Masyarakat Modern*, (Jakarta: Rieka Cipta, 1993), hlm. 55

komunikasi yang merupakan hasil dari persepsi karyawan terhadap kegiatan komunikasi yang berlangsung di dalam perusahaan.

Dengan demikian apabila karyawan mempersepsikan bahwa aktivitas *regular meeting* yang berlangsung dalam organisasi tidak menciptakan iklim komunikasi dalam kondisi yang baik di dalam organisasi, tentunya hal tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku dan partisipasi karyawan dalam perusahaan. Sehingga hal tersebut mempengaruhi usaha organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Iklim komunikasi tertentu memberi pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Keputusan-keputusan yang diambil oleh karyawan untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikat diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam berkerja, untuk mendukung para rekan sekerja lainnya untuk melaksanakan tugas secara kreatif, dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif organisasi, semua ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti hubungan kegiatan *regular meeting* terhadap kepuasan komunikasi karyawan. Selain itu juga karena, hasil penelitian mengenai kepuasan komunikasi dalam organisasi merupakan sesuatu yang sangat berharga bagi organisasi. Kuesioner kepuasan komunikasi adalah pusaka berharga. Dilandasi suatu proses pengembangan yang kokoh, memiliki orientasi teoritis yang kaya, dan digunakan dalam berbagai situasi organisasi,

kuesioner ini terbukti merupakan sarana berguna, fleksibel, dan efisien untuk meninjau komunikasi organisasi.²

Dalam penelitian ini penulis memilih PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya sebagai objek penelitian. Alasan-alasan penulis dalam memilih PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation sebagai objek penelitian adalah, karena PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya grup perusahaan PT Infomedia Nusantara Tbk yang secara rutin melakukan aktivitas *regular meeting*. Kegiatan *regular meeting* tersebut berlangsung secara rutin, setidaknya satu kali dalam setiap minggu. Tapi walaupun demikian karyawan selalu ada yang berhenti bekerja dan ada pula yang ingin masuk jadi karyawan di PT infomedia itu. Oleh karena itu penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian ini.

Tidak mungkin terlepas dari reputasi baik yang dimiliki PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya sebagai suatu organisasi profit atas kualitas produk serta pelayanan jasanya, dan juga berdasarkan fenomena yang telah disebutkan di atas, sehingga penulis merasa perlu melakukan penelitian ini, dan memberikan jawaban atas fenomena tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Dengan adanya latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah,

² R Wayne Pace dan Don F Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung, Rosdakarya, 1998), hlm. 164

1. Apakah ada korelasi kegiatan *Regular Meeting* dan kepuasan komunikasi karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya?
2. Jika ada, sejauh manakah korelasi kegiatan *Regular Meeting* dan Kepuasan komunikasi karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Ingin mengetahui hubungan kegiatan *regular meeting* dan kepuasan komunikasi karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya. Periode Februari sampai April 2011
2. Ingin mengetahui sejauh manakah hubungan kegiatan *regular meeting* dan kepuasan komunikasi karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya, periode Februari sampai April 2011.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi akademis dalam ilmu komunikasi bidang studi *public relations* tentang komunikasi organisasi, khususnya mengenai *regular meeting* dan kepuasan komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan juga bahan masukan bagi perusahaan-perusahaan, khususnya bagi PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya mengenai aktivitas *regular meeting* yang baik. Sehingga kepuasan komunikasi karyawan dalam organisasi melalui aktivitas *regular meeting* dapat tercapai.

E. KAJIAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu yang relevan (referensi hasil penelitian oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan kajian peneliti adalah skripsi Moch Sofan Fitriani pada tahun 2006 dengan judul “pengaruhnya iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Jawa Pos ekspedisi Surabaya”, dan penelitian ini menggunakan metode penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Dan hasil data yang telah di dapat oleh peneliti kemudian data tersebut di analisis, maka peneliti dapat menerangkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa iklim komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Jawa Pos ekspedisi Surabaya
2. Adapun tingkat pengaruhnya iklim komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Jawa Pos ekspedisi Surabaya sebesar 0,19. Angka itu menyatakan bahwa pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Jawa Pos ekspedisi Surabaya tergolong sangat rendah.

Dan ada juga penelitian terdahulu yang juga relevan dengan menggunakan kajian penelitian korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan judul skripsi “Pengaruh Berita (harian) Terhadap kepuasan Informasi Masyarakat Pamekasan”. Dan peneliti dapat menyimpulkan adanya berita harian di pamekasan berpengaruh terhadap kepuasan informasi bagi masyarakat pameksan, sedangkan tingkat pengaruhnya lumayan tinggi dengan angka 0,50.

Dari kedua penelitian tersebut yang sama sama meneliti tentang kepuasan (Kepuasan kerja dan kepuasan informasi) maka penulis ingin meneliti kepuasan juga tapi bedanya penelitian ini mengambil kepuasan komunikasi karyawan.

F. DEFINISI OPERASIONAL

1. Regular Meeting

Regular meeting adalah salah satu bentuk komunikasi internal antara karyawan dengan manajemen pada waktu tertentu. *Regular meeting* atau publik internal adalah sekelompok orang bekerja (karyawan atau pegawai) didalam suatu organisasi, lembaga atau perusahaan. Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, bahwa publik internal tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti yang sama dan saling terkait erat satu sama lain. Definisi *regular meeting* menurut Neni Yulianita dalam buku dasar-dasar public

relations: “*regular meeting* yaitu kegiatan public relations untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya”³.

Komunikasi internal (lebih lanjut disebut sebagai komunikasi pegawai) memiliki tiga bentuk. Yang pertama adalah komunikasi ke bawah yaitu komunikasi dari pihak pimpinan kepada karyawan. Kedua adalah komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang berlangsung dari karyawan kepada atasannya. Ketiga adalah komunikasi sejajar, yaitu komunikasi yang berlangsung antar sesama pegawai.⁴

Dengan demikian berarti bahwa kegiatan komunikasi tatap muka seperti regular meeting merupakan bentuk komunikasi yang terbaik dalam kegiatan komunikasi internal. Dan juga dapat diartikan bahwa hubungan kepegawaian (*komunikasi internal*) tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses “produksi dan upah”, yang terkait dengan “lingkungan kerja”. Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antara karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif. Dari uraian di atas maka terlihat bahwa regular meeting merupakan sesuatu yang penting dalam perusahaan. Karena regular meeting memiliki tujuantujuan, yaitu tujuan dengan pengaruh yang kuat

³ <http://www.definition/meeting.html>, 09/07/2011

⁴ Frank, Jefkins, *Public Relations (edisi ke4)*, (Jakarta: Erlangga, 1995), hlm 15

2. Kepuasan Komunikasi

Kepuasan komunikasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan.⁵ Secara keseluruhan, kepuasan berhubungan dengan perbedaan antara apa yang orang inginkan dari sudut pandang komunikasi dalam organisasi dan apa yang orang miliki dalam kaitan tersebut. Kepuasan hampir tidak berhubungan dengan keefektifan pengungkapan pesan, tetapi bila pengalaman berkomunikasi memenuhi keinginan seseorang, biasanya hal itu dipandang sebagai memuaskan. Meskipun mungkin tidak efektif secara khusus sepanjang berkaitan dengan standar penciptaan, pengungkapan, dan penafsiran pesan.

Kepuasan adalah sesuatu yang biasanya berkenaan dengan kenyamanan atas pesan-pesan yang di terima atau yang disalurkan terhadap atasan, jadi kepuasan dalam komunikasi berarti anda merasa nyaman dengan pesan-pesan, media dan hubungan-hubungan dalam organisasi. Kenyamanan memiliki kecenderungan, dalam hal ini kadang-kadang menyebabkan individu lebih menyukai cara-cara pelaksanaan terbaru, yang sering kali gagal menghasilkan peningkatan kinerja tugas.⁶ Sedangkan Redding menyebutkan bahwa kepuasan komunikasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan.⁷

⁵ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2002), hlm. 87

⁶ Ibid., hlm. 164-165

⁷ Muhammad, op. cit., hlm. 67

G. KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

1. Teori Klasik (*classical theory*)

Teori klasik atau struktural berasal dari dua teori. Pertama, teori saintifik manajemen yang dikembangkan oleh W. Tylor 1911 yang menekankan pada pembagian pekerjaan untuk mendapatkan hasil maksimal dengan biaya seefisien mungkin. Sejalan dengan prinsip Tylor ini Henry Fayol 1919 mengembangkan teori yang agak lebih luas yang menekankan kepada spesialisasi pekerjaan, otoritas, kontrol dan pendelegasian tanggung jawab. Kedua, berasal dari teori birokrasi yang dikembangkan oleh Max Weber 1947 yang menekankan pada pentingnya bentuk struktur hierarki yang efektif bagi organisasi. Masing masing teori tersebut akan di bicarakan sepintas lalu sebelum masuk teori klasik.⁸

2. Teori Hubungan Manusia

Manusia sebagai anggota organisasi adalah merupakan inti organisasi sosial. Manusia terliabat dalam tingkah laku organisasi. Misalnya anggota organisasi yang memutuskan apa peranan yang akan dilakukannya dan bagaimana melakukannya. Tanpa manusia organisasi tidak akan ada. Oleh karena itu faktor manusia dalam organisasi haruslah mendapat perhatian dan tidak dapat di abaikan seperti halnya dengan teori klasik.⁹

⁸ Muhammad, op cit, hlm. 35

⁹ Ibid, hlm. 39

3. Hipotesa

Frank Jefkins menyatakan bahwa, *internal public relations* adalah salah satu kunci manajemen sukses untuk menuntut pengelolaan terbuka dan menutup celah antara manajemen dan karyawan. Dan sejak dahulu telah diketahui secara luas bahwa salah satu cara yang sangat ampuh untuk menciptakan hubungan yang lebih baik antara kedua belah pihak adalah komunikasi tatap muka.

Dalam penelitian mengenai hubungan kegiatan *regular meeting* dengan kepuasan komunikasi ini, dapat dirumuskan dua hipotesa yang dapat memberi jawaban sementara bagi permasalahan:

- Hipotesis Kerja (Ha)

“Ada hubungan antara kegiatan *regular meeting* dengan kepuasan komunikasi karyawan”

- Hipotesis Nihil (Ho)

“Tidak ada hubungan antara kegiatan *regular meeting* dengan kepuasan komunikasi karyawan”

H. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Tipe pada penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian korelasional digunakan untuk meneliti hubungan di antara variabel-variabel, dan hubungan dari variabel-variabel itu disebut sebagai korelasi. Husein Umar dalam bukunya Metode Penelitian Organisasi menyatakan bahwa penelitian korelasional adalah dirancang untuk menentukan tingkat hubungan

variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Perbedaan utama dengan metode lain adalah adanya usaha untuk menaksir hubungan dan bukan sekedar deskripsi.¹⁰

Sedangkan Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya “Metode Penelitian Komunikasi” mengatakan bahwa metode korelasi bertujuan untuk meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Bila hanya dua variabel yang dihubungkan, korelasinya disebut korelasi sederhana (*simple correlation*).¹¹

Selain itu Moekijat dalam bukunya “Metode Riset dalam Pelatihan” mengatakan bahwa:

Riset survei adalah suatu metode ilmiah untuk mengumpulkan dan memeriksa data yang tepat, yang seobjektif-objektifnya mengenai masalah tertentu, dengan cara sistematis, kemudian menganalisis dan menafsirkan data tersebut untuk memperbaiki kondisi-kondisi yang telah ada. Riset survei sebagian besar berhubungan dengan pembuatan laporan deskriptif secara objektif dan sebagaimana data itu benar-benar tampak. Hal ini menuntut agar peneliti mencatat data seperti yang sesungguhnya ada, tanpa prasangka dan ketidaktelitian”.¹²

Dalam penelitian ini metode survei digunakan untuk memperoleh fakta-fakta dan mencari keterangan secara faktual untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu hubungan kegiatan *regular meeting* dengan kepuasan komunikasi karyawan PT. Infomedia Nusantara Surabaya Tbk-Yellow Pages Sales Operation

¹⁰ Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 45

¹¹ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1995), hlm. 27

¹² Drs. Moekijat, *Metode Riset dalam Pelatihan*, (Bandung, Mandar Maju, 1994), hlm. 26-27

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah para karyawan serta Manager yang terletak di Jl. Graha Pena- Jawa Pos Lt 1 Jln Ahmad Yani No 88 Surabaya ini sebagai tempat melaksanakan Penelitian skripsi 2011.

3. Teknik Sampling

a. Populasi dan Sampel

Bagian yang menjadi objek sesungguhnya dari suatu penelitian disebut sampel.¹³ Menurut Sugiono dalam bukunya “Metode Penelitian Bisnis”, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁴ Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian karyawan PT. Infomedia Nusantara Surabaya Tbk-Yellow Pages Sales Operation

b. Teknik Penarikan Sampel

Setiap penelitian memerlukan sejumlah orang (sampel) yang harus diselidiki. Idealnya harus diselidiki keseluruhan populasi.¹⁵ Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengambilan sampel adalah bagaimana teknik sampel diambil dan berapa banyak elemen populasi yang akan diambil menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan

¹³ Dr. Soeratno. M.Ec dan Drs. Lincoln Arsyad, M.sc., *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta, UPPAMPYKPN, 1995), hlm. 105

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfa Bata), hlm. 115

¹⁵ Soeratno dan Arsyad, op.cit., hlm. 110

sampel sering disebut dengan Teknik *Sampling*.¹⁶ Bila kita meneliti seluruh unsure populasi, kita melakukan sensus (*total sampling*). Sensus mudah dilakukan bila jumlah populasi terbatas.¹⁷

Karena dalam penelitian ini jumlah populasinya terbatas maka teknik *sampling* yang digunakan adalah *total sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh dari jumlah.

Dengan demikian sampel dalam penelitian adalah seluruh karyawan PT. Infomedia Nusantara Surabaya Tbk-Yellow Pages Sales Operation yang berjumlah 47 orang.

4. Vareabel dan Indikator Vareabel

1) *Regular Meeting*

Komunikasi internal (lebih lanjut disebut sebagai komunikasi pegawai) memiliki tiga bentuk. Yang pertama adalah komunikasi ke bawah yaitu komunikasi dari pihak pimpinan kepada karyawan. Kedua adalah komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang berlangsung dari karyawan kepada atasannya. Ketiga adalah komunikasi sejajar, yaitu komunikasi yang berlangsung antar sesama pegawai.¹⁸

¹⁶ Umar, op.cit., hlm. 129

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat, op.cit., hlm. 78

¹⁸ Frank Jefkins, *Public Relations (edisi ke empat)*, op.cit., hlm 172

2) *Kepuasan komunikasi*

Kepuasan komunikasi adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan.¹⁹

Tabel 1.1

Pengukuran variabel dan indikator *regular meeting* dengan kepuasan komunika

Variabel	Sub Variabel	Indikator
A. <i>Regular Meeting</i> (Variabel X)	Komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang berlangsung dari karyawan kepada atasannya.	a. Karyawan dapat menyampaikan “apa yang ada dalam pikiran” kepada atasan dengan terbuka ketika kegiatan <i>regular meeting</i> .
		b. Dalam kegiatan <i>regular meeting</i> atasan mendengarkan dengan sikap terbuka terhadap saran-saran dan laporan masalah yang disampaikan bawahan.
		c. Suasana yang terbuka mewarnai hubungan komunikasi dari bawahan ke atasan dalam kegiatan <i>regular meeting</i> .
		d. Pada kegiatan <i>regular meeting</i> Setiap informasi yang diterima dari bawahan dipandang cukup penting oleh atasan.
		e. Ketika kegiatan <i>regular meeting</i> .

¹⁹ Muhammad, op.cit., hlm. 87

		karyawan dapat memberikan saran sebagai masukan untuk pengambilan suatu keputusan oleh atasan.
		f. Atasan selalu memberikan peluang bagi bawahan untuk menyampaikan saran-saran perbaikan ketika kegiatan <i>regular meeting</i> .
	Komunikasi sejajar, yaitu komunikasi yang berlangsung antar sesama karyawan.	a. Karyawan selalu mendapatkan kesempatan untuk saling berkomunikasi dengan rekan sekerja.
		b. Karyawan dan rekan sekerja dapat saling berkonsultasi membahas masalah mengenai pekerjaan.
		c. Suasana yang terbuka selalu mewarnai hubungan komunikasi antar sesama karyawan.
		d. Karyawan selalu memperoleh informasi dengan mudah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan dari rekan sekerja.
		e. Dalam berkomunikasi karyawan selalu merasakan adanya rasa saling pengertian antar sesama rekan sekerja.
	Komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi yang berlangsung dari atasan kepada	a. Pada waktu kegiatan <i>regular meeting</i> , atasan bersikap bijaksana dan tidak mempermalukan bawahan di depan publik.
		b. Atasan selalu memberikan pesan-

	bawahannya.	pesan yang dapat memotivasi bawahan ketika kegiatan <i>regular meeting</i> .
		c. Waktu kegiatan <i>regular meeting</i> atasan terlihat memiliki kepercayaan dan kejujuran dalam menyampaikan pesan-pesan.
		d. Atasan selalu memberikan arahan dan informasi mengenai kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan pekerjaan bawahannya ketika kegiatan <i>regular meeting</i> .
		e. Informasi yang disampaikan oleh atasan mengenai kebijakan perusahaan dan perkembangan perusahaan pada waktu kegiatan <i>regular meeting</i> disampaikan dengan jelas dan dapat dimengerti.

B. Kepuasan Komunikasi (Variabel Y)	Sejauh mana komunikasi dalam organisasi memotivasi dan merangsang para karyawan untuk memenuhi tujuan organisasi dan untuk berpihak kepada organisasi.	a. Pesan-pesan yang disampaikan oleh atasan dapat membantu bawahan dan membuat bawahan merasa telah menjadi bagian penting bagi perusahaan.
		b. Komunikasi antara karyawan dengan atasan atau dengan rekan sekerja memiliki pengaruh terhadap komitmen karyawan terhadap tujuan berkinerja tinggi (produktivitas

		tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah).
Sejauh mana para atasan terbuka pada gagasan, mau mendengarkan dan menawarkan bimbingan untuk memecahkan Persoalan persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan.	a.	Kesediaan atasan mendengarkan secara berkesinambungan dan berwawasan luas mengenai semua saran atau laporan masalah yang disampaikan oleh bawahan.puas
	b.	Kesediaan atasan untuk menawarkan bimbingan kepada bawahan untuk memecahkan persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan.
Sejauh mana para individu menerima informasi tentang lingkungan kerja saat itu.	a.	Karyawan merasa cukup dalam menerima informasi berkaitan dengan pekerjaan.
	b.	Karyawan merasa cukup dalam menerima informasi yang berkaitan dengan peraturan atau kebijakan perusahaan.
Sejauh mana Pertemuan pertemuan diatur dengan baik, pengarahan ditulis singkat dan jelas,dan jumlah komunikasi dalam organisasi cukup.	a.	Karyawan merasa puas terhadap kecukupan komunikasi yang diterima dalam lingkungan komunikasinya.
	b.	Informasi yang disampaikan melalui media penyampaian pesan, dapat dimengerti dengan jelas.
Sejauh mana terjadinya desas desus dan komunikasi horisontal yang cermat dan	a.	Karyawan dapat berkomunikasi dengan rekan sekerja mengenai desas desus yang muncul dalam lingkungan kerja.

	mengalir bebas	b. Komunikasi antara karyawan dengan rekan sekerja selalu mengalir bebas dan terbuka.
	Sejauh mana informasi Tentang organisasi sebagai suatu keseluruhan memadai.	a. Karyawan mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan
		b. Informasi mengenai perusahaan disampaikan dengan cepat dan jelas.
	Sejauh mana para bawahan responsive terhadap komunikasi ke bawah dan mempeerkirakan kebutuhan penyelia.	a. Karyawan dapat memahami setiap informasi yang diberikan oleh atasan.
		b. Karyawan selalu tertarik terhadap setiap informasi yang di sampaikan oleh atasan.
	Sejauh mana Karyawan merasa bahwa mereka mengetahui bagaimana mereka dinilai dan bagaimana kinerja mereka dihargai.	a. Karyawan puas terhadap sistem penilaian yang digunakan untuk menilai karyawan.
		b. Karyawan puas atas penilaian atasan mengenai kinerja karyawan.

Operasionalisasi konsep diatas pada selanjutnya akan diadaptasi menjadi instrumen-instrumen pertanyaan dalam kuesioner. Masing-masing pertanyaan dalam kuesioner akan diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial²⁰. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

²⁰ Prof. Dr. Sugion, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung, Alfabeta, 2008), hlm. 93

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang tepat berupa pertanyaan atau pernyataan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data menurut sumbernya terbagi menjadi dua, yaitu data intern dan data ekstern. Data ekstern itu bisa terbagi ke dalam data ekstern primer (yang biasanya disingkat data primer) dan data ekstern sekunder (yang biasanya disingkat data sekunder).²¹ Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, misalnya dari individu atau perseorangan. Contohnya adalah hasil wawancara, pengisian kuesioner, atau bukti transaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan karcis parkir. Semua data ini adalah data mentah yang kelak akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya.²²

1) Data Primer

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Husin Umar mengatakan bahwa angket (kuesioner) adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.²³

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.²⁴ Sumber-sumber data

²¹ Soeratno dan Arsyad, op.cit., hlm. 74-75

²² Umar, op.cit., hlm. 81

²³ Ibid., hlm. 88

²⁴ Soeratno dan Arsyad, op. cit., hlm. 76

sekunder ada berbagai macam antara lain dari surat-surat pribadi, buku harian, notulen rapat, sampai dokumen-dokumen resmi berbagai instansi pemerintah.²⁵

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan, buku-buku, literatur-literatur yang berhubungan dengan objek dan permasalahan penelitian.

6. Teknik Analisa Data

Untuk melakukan analisa data mengenai hubungan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik statistik dengan menggunakan analisa korelasi. Bilamana kenaikan nilai variabel X selalu disertai kenaikan nilai variabel Y, dan sebaliknya, turunnya nilai variabel X selalu diikuti oleh turunnya nilai variabel Y, maka hubungan seperti itu disebut hubungan yang positif. Akan tetapi sebaliknya, bilamana nilai variabel X yang tinggi selalu disertai oleh variabel Y yang rendah nilainya, dan sebaliknya, bilamana nilai variabel X yang rendah selalu diikuti oleh nilai variabel Y yang tinggi, hubungan antara kedua variabel itu disebut hubungan negatif.²⁶ Teknik statistik yang digunakan dalam analisa korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson untuk menghitung koefisien korelasi. Kegunaan uji *Pearson Product Moment*

²⁵ Ibid., hlm. 77

²⁶ Sutrisno Hadi, *Statistik (jilid 2)*, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2004), hlm. 233

atau analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan variable bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval dan *ratio*.²⁷

Rumus yang dikemukakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{(\sum xy)}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi r

X = Nilai dalam distribusi variabel X

Y = Nilai dalam distribusi variabel Y

Korelasi Pearson *Product Moment* dilambangkan r , dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna, $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, dan $r = 1$ berarti korelasinya sempurna positif (sangat kuat). Atau dengan kata lain, koefisien korelasi itu bergerak antara 0,000 sampai +1,000 atau diantara 0,000 sampai -1,000, tergantung kepada arah korelasi, nihil, positif, atau negatif. Koefisien yang bertanda positif menunjukkan arah korelasi yang positif. Koefisien yang bertanda negatif menunjukkan arah korelasi yang negatif. Sedang koefisien yang bernilai 0,000 menunjukkan tidak adanya korelasi antara X dan Y.²⁸ Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

²⁷ Riduwan, *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, (Bandung, Alfabeta, 2004), hlm 217

²⁸ Hadi, *op.cit.*, hlm. 234

Tabel 2.1
Interpretasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,339	Rendah
0,40 – 0,559	Cukup
0,60 – 0,779	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

i. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penulisan laporan penelitian ini dibagi menjadi 5 bab yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar belakang permasalahan yang diteliti peneliti
- B. Rumusan masalah
- C. Tujuan penelitian
- D. Manfaat penelitian
- E. Kajian hasil penelitian terdahulu
- F. Definisi operasional
- G. Krangka teori dan hepotesis
- H. Metode penelitian
 1. Pndekatan dan jenis penelitian
 2. Subyek, obyek dan lokasi penelitian
 3. Taknik sampling

4. Variabel dan indikator penelitian
5. Teknik pengumpulan data
6. Teknik analisis data

I. Sistematika pembahasan

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

B. Kajian Teori

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi subyek dan Lokasi penelitian

B. Deskripsi data penelitian

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Pengujian hipotesis

B. Pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

J. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu			
		Feb	Mart	april	Mei
1.	Pra Survey / pendahuluan	V			
2.	Pembuatan proposal		V		
3.	Pengumpulan data		V	V	
4.	Analisis data			V	
5.	Penulisan laporan			V	V