

## HUBUNGAN ANTARA IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI PT MEDIA DIAN SEJAHTERA

**Iwan Heru Darmawan**

Tenaga Peliputan Sekretariat Negara RI Unit Sekretariat Wakil Presiden  
iwanheru@yahoo.com

***Abstract.** Employees are a valuable asset to the company in its efforts to contribute to the company itself. In his efforts creating a good relationship between leaders and subordinates needed a communication process in order to create a climate that is conducive and productive communication in order to create excitement and motivated employees in the work. This study aims to determine "Organizational Communication Climate Relationships With Employee Motivation in PT Media Dian Sejahtera". Climate theory is a theory of communication used Redding, while the theory of work motivation theory of Herzberg used. The research method used is a quantitative approach ekplanatif. The method used was a questionnaire survey method and use as a data collection tool that is processed to produce certain information. The population was employees of PT Media Dian Sejahtera with a population of 75 people. Sampling technique was used for sampling the total sampling. Results of the study, the correlation coefficient in this study was (.770) with values above 0.005 which means showed that high organizational communication climate variables and strong enough to variable employee motivation.*

*Keywordd: organizational communication climate, employee motivation*

**Abstrak.** Karyawan adalah aset berharga bagi perusahaan dalam segala usahanya memberikan kontribusi bagi perusahaan itu sendiri. Dalam usahanya menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan bawahan diperlukan suatu proses komunikasi dalam rangka menciptakan iklim komunikasi yang kondusif dan produktif demi menciptakan kegairahan dan termotivasinya karyawan dalam bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi Dengan Motivasi Kerja Karyawan di PT Media Dian Sejahtera". Teori iklim komunikasi yang digunakan adalah Teori Redding, sedangkan teori motivasi kerja digunakan Teori Herzberg. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif ekplanatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang diolah untuk menghasilkan informasi tertentu. Populasi penelitian ini adalah karyawan PT Media Dian Sejahtera dengan jumlah populasi sebanyak 75 orang. Penarikan sampel digunakan teknik sampling total sampling. Hasil penelitian, hasil koefisien korelasi pada penelitian ini sebesar (0,770) dengan nilai di atas 0,005 yang berarti menunjukkan bahwa variabel iklim komunikasi organisasi tinggi dan cukup kuat terhadap variabel motivasi kerja karyawan.

**Kata Kunci :** iklim komunikasi organisasi, motivasi kerja karyawan

## PENDAHULUAN

Kebutuhan perusahaan pada pokoknya adalah mendapatkan profit atau keuntungan maksimal demi mempertahankan kesinambungan kegiatan bisnis. Berkembangnya berbagai macam industri saat ini akan memberi dampak bagi perusahaan, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pekerja atau karyawan yang kompeten di bidangnya. Untuk mendapatkan karyawan yang kompeten dan berkualitas tentu saja tidak jarang perusahaan memberikan tawaran fasilitas yang lebih menarik sehingga memungkinkan karyawan berpindah ke perusahaan lain demi mendapatkan fasilitas maupun kesejahteraan yang lebih menjanjikan. Karyawan merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam segala usahanya memberikan kontribusi bagi perusahaan itu sendiri. Dapat dibayangkan bagaimana jadinya suatu perusahaan tanpa karyawan, tentunya semua target serta cita-cita perusahaan tidak akan terwujud sesuai dengan yang diharapkan.

Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan dari Humas Internal yang tidak dapat dilepaskan dengan penanganan pada aspek *Human Relations* yaitu: komunikasi persuasive yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekarayaan dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerja sama yang produktif dengan perasaan yang bahagia dan puas hati. Hal ini dapat diciptakan apabila pimpinan memperhatikan kepentingan-kepentingan atau pemenuhan kebutuhan para pegawai baik ditinjau dari segi ekonomi, sosial maupun psikologis. Kesejahteraan seperti halnya kesehatan dan tempat bekerja

karyawan dapat mempengaruhi kelancaran aktifitas dalam organisasi tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan karyawan bukan sekedar fisik atau materi saja, melainkan diperlukan juga perhatian dalam hal kebutuhan psikologis karyawan yaitu kebutuhan yang sifatnya fisik maupun non materi. Keseimbangan pemenuhan kebutuhan dalam perusahaan inilah yang dapat kita yakini bersama akan menumbuhkan motivasi kerja yang lebih besar dalam diri karyawan. Untuk dapat menciptakan kegairahan kerja atau motivasi kerja bagi karyawan termasuk dalam berkomunikasi antara atasan dan bawahan, tentu saja harus diperhatikan pula situasi iklim komunikasi di suatu perusahaan agar sungguh-sungguh dapat mendukung terciptanya situasi yang diharapkan secara keseluruhan.

Hubungan yang kondusif dengan sesama karyawan dan juga dengan pimpinan tentunya akan menghasilkan suatu motivasi dalam bekerja. Oleh karena itu, komunikasi dengan karyawan perlu senantiasa dilakukan. Misalnya dengan mengadakan pertemuan dalam bentuk rekreasi keluarga, merayakan peringatan hari ulang tahun organisasi dengan mengadakan berbagai kegiatan perlombaan juga dengan mengadakan jajak pendapat karyawan dalam bentuk diskusi ataupun pertemuan harian yang membicarakan pekerjaan dan lain sebagainya. Pada intinya, humas sebagai juru bicara perlu selalu melakukan komunikasi dengan publik intern untuk menunjukkan bahwa kebijakan yang dikeluarkan oleh instansi demi kepentingan karyawan sendiri.

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai pentingnya penciptaan iklim

komunikasi yang mendukung motivasi kerja karyawan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT Media Dian Sejahtera yang mempunyai bidang bisnis media massa dan perusahaan ini adalah salah satu anak perusahaan dari MRA (Mugi Rekso Abadi) yang telah sukses memiliki banyak anak perusahaan di bidang media massa (printed) seperti Cosmopolitan, Harper's Bazaar, CosmoGirl!, FHM, Goodhouse Keeping, Autocar, Trax.

PT Media Dian Sejahtera sudah berdiri selama tiga tahun yaitu pada tahun 2004, namun iklim komunikasi yang ada belum terpola dengan baik. Hal ini terlihat jelas misalnya pada saat adanya peraturan baru maupun pengumuman yang ditujukan kepada karyawan, sosialisasi yang seharusnya disampaikan secara jelas dan terbuka misalnya mensosialisasikan kepada masing-masing kepala divisi untuk selanjutnya disampaikan kepada karyawan di divisi masing-masing, tetapi pada kenyataannya peraturan tersebut hanya disampaikan melalui email dimana tidak seluruh karyawan memiliki email, sehingga iklim komunikasi yang ada kurang terbuka dan terkesan ada sesuatu yang ditutup-tutupi.

Kesenjangan informasi ataupun komunikasi yang ada antara pihak manajemen dengan karyawan maupun dengan sesama rekan kerja inilah yang sesungguhnya memicu dibutuhkan adanya humas internal agar keterbukaan komunikasi atau kesenjangan informasi dapat di eliminasi, sehingga diharapkan dengan adanya komunikasi dalam organisasi yang seimbang dan harmonis atau yang biasa disebut komunikasi dua arah (*two way communications*) pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dan

pencapaian target yang diharapkan oleh perusahaan itu sendiri.

Telah kita ketahui bersama melalui penjelasan sebelumnya bahwa pola komunikasi yang baik di dalam suatu perusahaan sangat mendukung karyawan sehingga memiliki motivasi yang cukup tinggi dalam bekerja khususnya pencapaian tujuan serta cita-cita perusahaan yang sejak awal telah disampaikan oleh pimpinan kepada karyawannya.

Motivasi yang kurang juga dirasakan oleh sebagian besar karyawan dengan adanya ketidaktepatan waktu untuk masuk kantor, selain itu karyawan merasakan kurang adanya perhatian dalam peningkatan kinerja karena karyawan dituntut untuk memberikan kinerja yang baik tetapi perusahaan kurang dalam memberikan pelatihan-pelatihan untuk menunjang peningkatan kinerja karyawan. Fasilitas serta tunjangan juga dirasakan kurang oleh sebagian besar karyawan, padahal bagian ini sangat menunjang termotivasinya karyawan dalam bekerja.

Sehubungan permasalahan yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan di PT Media Dian Sejahtera untuk mengetahui serta mendapatkan gambaran mengenai kondisi internal perusahaan khususnya yang berkenaan dengan kegiatan komunikasi di perusahaan yang dikaitkan dengan motivasi kerja karyawan. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti memberi judul Hubungan antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja Karyawan di PT Media Dian Sejahtera.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka rumusan masalah yang peneliti ingin garis bawahi adalah: "Bagaimana hubungan

antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan di PT Media Dian Sejahtera?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Iklim komunikasi organisasi di PT Media Dian Sejahtera, motivasi kerja karyawan di PT Media Dian Sejahtera, dan hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi karyawan di PT Media Dian Sejahtera.

### KAJIAN TEORI

Mengingat pentingnya arti komunikasi bagi kelangsungan hidup suatu organisasi, maka Pace mengatakan bahwa: Komunikasi dalam organisasi adalah pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu (Shrum, 1998; Tamborini, 2010; McArthur, 2009) Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

**Iklim Komunikasi Organisasi.** Salah satu yang dapat memungkinkan semuanya terjadi adalah iklim komunikasi organisasi yang tercipta pada organisasi atau perusahaan. Iklim komunikasi organisasi merupakan hal yang menjadi perhatian di dalam organisasi atau instansi, karena faktor tersebut sedikit banyak mempengaruhi motivasi dalam bekerja bagi karyawan, seperti yang dikatakan oleh Pace yaitu iklim komunikasi organisasi terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsure-unsure tersebut terhadap komunikasi (Marques, 2010; Ferguson, 1992; Hearn, 2011). Pengaruh ini didefinisikan, dikelolal, disepakati, dikembangkan dan dikokohkan secara berkesinambungan melalui interaksi dengan anggota organisasi lainnya. Pengaruh ini menghasilkan pedoman

bagi keputusankeputusan dan tindakan-tindakan individu, dan mempengaruhi pesan-pesan mengenai organisasi sebagaimana dikemukakan Shahrina Md Nordin et al (2013)

*Communication climate is of paramount importance in an organization as it contributes to the effectiveness and success of an organization. The communication climate of an organization may influence the atmosphere in the organization which either encourages or hinders horizontal, upward or downward communication among the employees. In organizations with defensive climates, employees have the tendency to abstain from communicating their needs, as they become very cautious in making statements, and may have low level of motivation. On the other hand, organizations with supportive environments encourage active participation, healthy exchange of information and constructive conflict resolution. Instilling collaborative communication climate in an organization however requires effective management of conflicts.*

Pengaruh ini menghasilkan pedoman bagi keputusankeputusan dan tindakan-tindakan individu, dan mempengaruhi pesan-pesan mengenai organisasi sebagaimana dikemukakan pula oleh Shahrina Md Nordin et al (2013:1048)

*Organizational communication climate functions as a link between individual employees and the organization. The overall climate would give a hint of its employees' beliefs and attitudes towards the organization. It conceptually consists of employees' perceptions*

*of the information flow and the climate in which the communication occurs. Studies indicate that there is a positive relationship between the communication climate in the organization to the level of commitment of the employees to the organization. Quality of information, accuracy and communication flow are all related to commitment. Communication climate is also seen in two perspectives, either in "open or close climate". Information flows freely in an open climate but is blocked in a close communication climate. Workers feel free to make voice complaints, express opinions and give suggestions to their supervisors and superiors through an open climate. Several studies indicate that there is an increased trust in management when both of parties, the top management and its employees, are open to views in decision makings Studies indicate that open communication enhances productivity as well as profitability toward an organization (Rosenberg & Rosestein, 1980). Positive communication amplifies identification which serves employees' self enhancement in the organization*

**Motivasi Kerja.** Motivasi dikatakan penting karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Oleh karena itu perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cakap dan terampil tetap yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal (Conchie & Burns, 2008; Deuze, 2008; Kandlousi et al., 2010). Kemampuan dan kecakapan karyawan

tidak ada artinya bagi perusahaan jika mereka tidak mau bekerja giat. Motivasi dikatakan penting karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal sebagaimana dikemukakan Guido Hertel & Marion Wittchen (n.d) sebagai berikut:

*Motivation is a broad and frequently used term referring to psychological processes that initiate and determine direction, intensity, and persistence of voluntary and goal directed actions (Mitchell, 1987). Work motivation refers to internal and external forces that initiate work-related action and determine its form, direction, intensity and duration (Pinder, 1998). While abilities and training determine whether employees can perform the job they are assigned to, motivation determines whether employees will do it as best as they can. Crucial questions regarding work motivation are "Why do some individuals show high motivation in their job, while others do not?", and "How is high motivation transformed into effective work behaviour?" Potential answers to the first question have to include both personal and task-related factors (cf. Figure 1), an idea that goes back to Lewin (1938). Content-related theories offer personal needs and interests together with features of the working task as explanations for different motivation levels. In contrast, process-related theories focus on the development of work motivation and the transformation into concrete action. First, we will describe and discuss content-related theories of motivation.*

Oleh karena itu perusahaan bukan saja mengharapkan karyawan yang mampu, cakap dan terampil tetapi yang terpenting mereka mau bekerja giat dan berkeinginan untuk mencapai hasil kerja yang maksimal. Kemampuan dan kecakapan karyawan tidak ada artinya bagi perusahaan jika mereka tidak mau bekerja giat (Hermida, 2010a; Scheufele, 2007; Crymble, 2012).

Motivasi kerja tak pelak merupakan salah satu elemen kunci penentu keberhasilan hidup. Tanpa motivasi yang mumpuni, kinerja bisa jatuh. Dan jika kinerja serta produktivitas jatuh, maka karir dan nasib masa depan bisa ikut terpuruk. Namun data yang ada menyemburatkan fakta yang kelam : motivasi kerja mayoritas orang berada pada titik nadir, dan melentingkan sekeping kisah yang muram tentang produktivitas dan semangat kerja. (D'Enbeau, 2011; Engstrom, 2008; Fitzgibbon & Seeger, 2002).

Ada banyak data yang mungkin perlu direnungkan, dan juga dijadikan bahan untuk perbaikan kinerja bisnis dan organisasi. Juga kinerja diri sebagai pribadi yang unik. Jika memang level motivasi kerja mayoritas orang berada pada titik yang rendah, lalu apa solusinya?

## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan tipe kuantitatif eksplanatif. Metode Penelitian yang digunakan adalah survei, yaitu metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data

Karyawan PT. Media Dian Sejahtera yang berjumlah 75 orang dan terdiri dari 12 divisi yaitu, Divisi Keuangan, Divisi Redaksi, Divisi Artistik, Divisi Fotografer, Divisi Iklan, Divisi Promosi, Divisi *Media Relations*, Divisi *Marketing Communication*, Divisi Pelanggan

(*Subscriber*), Divisi HRD & GA, Divisi IT dan Divisi Sirkulasi (CDM). Dari penentuan kriteria ini maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 75 orang.

*Iklim Komunikasi.* Iklim komunikasi diartikan sebagai sebuah situasi dan kondisi yang merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapanharapan, konflik-konflik antarpersona dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut.

*Motivasi Kerja.* Motivasi kerja merupakan suatu hasil atau sejumlah proses yang bersifat internal maupun eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap entusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan yang merupakan kewajiban karyawan dengan segala daya dan usaha (Cheon, 2007; Kandlousi et al. 2010) a demi tercapainya tujuan perusahaan.

*Operasionalisasi Konsep.* Karena penelitian ini menggunakan skala likert untuk dalam kuesioner maka untuk mendapatkan interval adalah sebagai berikut: Kategori interval dapat diperoleh dengan pembagian: 1) Kategori sangat rendah = 0 – 34; 2) Kategori rendah = 35 – 69 3) Kategori sedang = 70 -104; 4) Kategori tinggi = 105 – 139; 5) Kategori sangat tinggi = 140 – 174. Pemberian skor ini, dimaksudkan untuk memudahkan pengukuran tingkat kognisi responden guna menganalisis lebih lanjut.

*Metode Analisis Data.* Uji instrumen adalah standar pengujian alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini. Uji instrumen tersebut ada dua macam, yaitu uji realibilitas dan uji validitas.

*Uji Realibilitas.* Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah

hasil pengukuran yang ada valid atau dapat dipercaya. Realibilitas suatu pengukuran mengindikasikan tingkat stabilitas suatu alat ukur untuk mengukur konsep dan membantu untuk mendapatkan tingkat kebaikan suatu pengukuran. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya reliable, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan. (Ellison & Gibbs, 2006; Fitzgibbon & Seeger, 2002).

*Uji Validitas.* Untuk mengukur tingkat validitas pada penelitian ini maka, penulis menggunakan metode analisis faktor (*Factor Analysis*). Dengan analisis faktor dapat diketahui dimensi-dimensi atau item-item pertanyaan yang ada dalam sebuah variable dapat dipakai untuk mengukur variabel tersebut. Indeks analisis faktor memakai nilai KMO (*Keiser Meier Olkin*) yang menunjukkan apakah variabel yang diukur bisa dinilai sebagai instrumen yang valid. Bila nilai  $KMO > 0.5$  dengan signifikansi  $< 0.05$  maka variabel yang diukur melalui item-item tersebut dinilai valid. Pengukuran validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor (*Factor Analysis*) dengan menganalisa nilai faktor yang didapat pada nilai KMO.

*Proses Editing.* Proses editing adalah proses untuk melakukan pemilahan terhadap data yang telah dikumpulkan melalui hasil survey di lapangan. Pada proses editing dilakukan dengan tujuan agar data yang nanti dianalisis telah akurat, lengkap dan dapat dilakukan dengan proses selanjutnya.

**Proses Pengkodean Data (*Coding*).** Pengkodean atau *Coding* adalah proses perubahan data kuantitatif ke dalam bentuk angka. Proses ini mengubah

data yang berupa kata (huruf) menjadi angka. Coding juga dilakukan untuk memberikan penilaian pada pengukuran dalam pengumpulan data, sehingga hasil dari penelitian ini dalam bentuk data-data yang didapat akan diubah menjadi angka dan diberi nilai berdasarkan skala yang telah ditentukan.

Pengukuran indikator-indikator yang dilakukan dengan menggunakan Skala Likert yang menurut Kriyantono sebagai berikut :

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Skala Likert dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu (*undecided*). Alasannya karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, ragu-ragu.

Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS) diberi nilai 5; Setuju (S) diberi nilai 4; Cukup Setuju (CS) diberi nilai 3; Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2; Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1, sesuai dengan indikator penelitian. Dari nilai-nilai (skor) yang diberikan, maka hasil pengumpulan data dapat dilihat bahwa nilai 1 adalah skor terendah sedangkan skor 5 adalah nilai tertinggi.

**Uji Korelasi.** Korelasi yang akan diuji pada penelitian ini adalah hubungan antara variable iklim komunikasi organisasi dan variabel motivasi kerja karyawan. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan rumus Pearson's Correlation (Product Moment) untuk menguji hipotesis sesuai yang disampaikan oleh Kriyantono<sup>43</sup>. Rumus atau teknik statistik ini

digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/ data/ skala interval dengan interval lainnya. Rumus Korelasi *Product Moment* adalah :

$$r = r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

Dimana:

$r$  = Koefisien Korelasi Pearson's Product Moment

$n$  = Jumlah individu dalam sample

$X$  = Angka mentah untuk variabel X

$Y$  = Angka mentah untuk variabel Y

*Pearson's Product Moment* digunakan untuk melihat hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan PT Media Dian Sejahtera.

### Hipotesis

A. Hipotesa Penelitian: Hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja.

$H_0$  : Tidak ada hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan.

$H_1$  : Ada hubungan antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan.

B. Hipotesis Statistik. Jika Probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, tetapi jika Probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

**Hasil Penelitian.** Dari hasil jawaban responden karyawan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa persentase responden karyawan pria sebesar 40% dan karyawan wanita sebesar 60%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden karyawan yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita. Dari hasil

jawaban responden karyawan berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa persentase responden yang memiliki pendidikan terakhir D3 sebesar 17,3% dengan jumlah 13 orang dan responden dengan pendidikan terakhir S1 sebesar 82,7% sebanyak 62 orang. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden karyawan yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah memiliki pendidikan terakhir S1.

Dari hasil jawaban responden berdasarkan lama masa kerja, responden yang memiliki masa kerja 4 tahun berjumlah 17 responden dan mempunyai tingkat persentase terbesar yaitu sebesar 22,7% dari 75 responden. Berikutnya yang kedua adalah responden dengan masa kerresponden sebesar 18,7%, ketiga responden dengan masa kerja 3 tahun dan 5 tahun memiliki jumlah persentase yang sama yaitu sebanyak 13 responden sebesar 17,3%. Keempat, responden yang memiliki masa kerja 1 tahun sebanyak 10 responden dengan persentase 13,3%, dan yang terakhir responden dengan masa kerja lebih dari 5 tahun sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 10,7%.

Dari hasil jawaban responden berdasarkan Divisi/Departemen, responden terbesar yaitu berasal dari Divisi Iklan dan Promosi sebanyak 20 responden dengan persentase 26,7%, divisi redaksi dengan 10 responden dengan persentase 13,3 persen, divisi marketing communication sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 10,7%. Kemudian divisi media relations dengan jumlah 7 responden dengan persentase sebesar 9,3%, divisi fotografer dan divisi pelanggan mempunyai jumlah responden yang sama yaitu 6 responden sebesar 8,0%. Divisi sirkulasi dengan 5 responden mempunyai persentase sebesar 6,7%,



divisi IT dan divisi GA& HRD mempunyai jumlah masing-masing divisi 4 orang dengan persentase sebesar 5,3%. Divisi artistik dengan 3 responden mempunyai persentase sebesar 4% dan yang terakhir adalah divisi keuangan dengan 2 responden sebesar 2,7%.

**Analisis responden.** Hasil penelitian dari tabel tersebut menunjukkan bahwa 48% dari 36 responden menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa mereka diterima dan dihargai di tempat mereka bekerja saat ini baik oleh atasan maupun sesama rekan kerja dari total responden sebanyak 75 orang, sehingga iklim komunikasi yang terbentuk sudah dapat dikatakan baik. Penghargaan kerja terhadap karyawan akan berpengaruh terhadap produktivitas karyawan di PT Media Dian Sejahtera. Dapat diketahui bahwa, 35 responden dengan persentase 46,7% menyatakan cukup setuju, 4 responden dengan persentase 5,3% menyatakan setuju dan tidak responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju terhadap dengan pernyataan diatas. Berdasarkan hasil penelitian melalui pernyataan karyawan sebagai faktor pendukung utama dalam keberhasilan perusahaan di tanggapi dengan jawaban setuju oleh 29 responden dengan persentase sebesar 38%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa karyawan tahu dan sadar bahwa mereka adalah asset penting di dalam pelaksanaan tujuan perusahaan. Hal ini mungkin belum disadari oleh responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 responden sebesar 9,3% dan 1 responden sebesar 1,3%. Meskipun demikian tanggapan atas pertanyaan ini sudah menunjukkan terciptanya iklim komunikasi yang baik dari atasan kepada karyawan dalam menyampaikan cita-cita perusahaan.

Dapat diketahui bahwa 31 responden menyatakan setuju terhadap dukungan pimpinan terhadap karyawan dengan persentase 41,3% . Responden terbanyak kedua dengan jumlah 29 orang dengan persentase 38,7% menyatakan cukup setuju dengan dukungan pimpinan terhadap karyawan saat ini, selanjutnya jumlah responden 8 orang dengan persentase 10,7% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan jumlah persentase 6,7% menyatakan tidak setuju dan 2 responden dengan jumlah persentase 2,7% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa responden setuju dengan adanya pernyataan diatas bahwa dalam bekerja pimpinan di masing-masing divisi memberikan dukungan positif baik dukungan sosial dan emosional kepada karyawan sehingga memberikan dampak yang baik terhadap peningkatan produktivitas kerja pegawai. Dapat diketahui bahwa responden terbanyak dengan jumlah 32 orang dan jumlah persentase 42,7% mengatakan setuju dengan pemberian informasi dalam pekerjaan ditempat mereka saat ini. Sedangkan 31 responden dengan jumlah persentase 41,3% menyatakan cukup setuju, 7 responden dengan jumlah persentase 9,3% menyatakan sangat setuju dan 5 responden menyatakan tidak setuju. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar respon memberikan pernyataan positif yaitu dalam proses kegiatan bekerja, penyampaian informasi sudah dilaksanakan dengan baik dari pimpinan kepada karyawan sehingga hal ini mempermudah pelaksanaan dalam bekerja. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dengan jumlah 50 orang dengan jumlah persentase 66,7% menunjukkan setuju terhadap

pernyataan ketersediaan informasi di tempat mereka bekerja saat ini.

Responden terbanyak kedua dengan jumlah 17 responden dan tingkat persentase 22,7% menyatakan cukup setuju, selanjutnya 8 responden dengan jumlah persentase 10,7%. Melalui penjelasan diatas dapat dilihat bersama bahwa sebagian besar karyawan di PT Media Dian Sejahtera menyatakan ketersediaan informasi telah diberikan dengan baik kepada masing-masing kepada divisi untuk disosialisasikan kepada karyawannya.

Kelancaran informasi yang dibutuhkan oleh karyawan tentu saja akan menumbuhkan kepercayaan diri dan motivasi bekerja dalam bekerja. Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah persentase terbesar yaitu 49,3% dengan responden 37 orang menyatakan setuju dengan pernyataan keberanian dalam pengambilan keputusan, urutan terbesar kedua dengan jumlah responden 22 dan persentase 29,3 menyatakan sangat setuju, selanjutnya 15 responden dengan jumlah persentase 20% menyatakan cukup setuju, 0 responden dengan jumlah persentase 0% menyatakan tidak setuju dan terakhir 1 responden dengan jumlah persentase 1,3% menyatakan sangat tidak setuju.

Sebagian besar karyawan di PT Media Dian Sejahtera sudah dapat mengambil keputusan. Dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar 32 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju terhadap pernyataan diatas. Responden terbanyak kedua adalah responden yang menyatakan cukup setuju sebanyak 20 orang dengan persentase 26,7%, responden terbesar ketiga sebanyak 19 orang dengan persentase 25,3% menyatakan sangat setuju, responden sebanyak 3 orang dengan jumlah persentase 4% menyatakan tidak setuju. Terakhir dan yang paling sedikit jumlahnya adalah

responden dengan jumlah 1 orang dengan persentase 1,3% menyatakan sangat tidak setuju.

Melalui hasil pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya konsultasi pada saat pengambilan keputusan antara pimpinan dan bawahan, maka proses komunikasi dua arah telah dilaksanakan dengan baik terbukti dengan adanya jumlah responden yang menyatakan setuju akan pernyataan diatas.

*Two way communications* akan menciptakan iklim komunikasi yang pada akhirnya memotivasi karyawan dalam bekerja. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden sebesar sebanyak 43 orang dengan persentase 57,3% menyatakan setuju, responden terbesar kedua dengan jumlah 16 orang dengan jumlah persentase 21,3% menyatakan cukup setuju.

Responden dengan jumlah 16 orang dan persentase 21,3% menyatakan sangat setuju, dan 0 responden dengan jumlah persentase 0% menyatakan tidak setuju, terakhir 0 responden dengan jumlah persentase 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Melalui pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa pimpinan di PT Media Dian Sejahtera dalam memberikan kepercayaan atau wewenang pekerjaan kepada karyawan sudah dijalankan dengan baik. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah responden yang sebagian besar menjawab setuju terhadap pernyataan diatas.

Melalui hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden di PT Media Dian Sejahtera sudah merasakan hubungan yang erat dan baik dengan sesama rekan kerja. Hubungan yang erat ini akan memperlancar proses terjalannya iklim komunikasi organisasi di tempat kerja. Diberikan kebebasan dalam hal memberikan pendapat, karena dengan memberikan pendapat maupun aspirasi

karyawan maka karyawan telah melakukan dan menciptakan iklim komunikasi dua arah dengan pimpinan.

Setiap karyawan diberikan kesempatan yang bebas dalam hal memberikan ide maupun pendapatnya demi terciptanya kemajuan serta cita-cita perusahaan dan menciptakan iklim komunikasi di tempat bekerja sehingga dapat memotivasi karyawan dalam bekerja dan meningkatkan mutu serta hasil. Seluruh karyawan tidak hanya mengetahui tugas dan tanggung jawabnya pekerjaannya tetapi juga rekan kerja di masing-masing bagian juga dapat saling mengisi kekosongan yang ada sehingga dalam hal pekerjaan seluruh karyawan dapat memberikan back up, apabila ada karyawan yang berhalangan hadir ketika ada peristiwa penting yang harus dihadiri dengan demikian proses komunikasi dengan sesama rekan kerja dapat dikatakan telah berjalan dengan baik.

Dapat disimpulkan bahwa dengan komunikasi, maka akan terjalin interaksi dua arah. Di dalam sebuah organisasi faktor komunikasi memegang peranan penting guna menggerakkan roda bisnis yang ada. Tidak dapat disangkal bahwa komunikasi yang tidak berjalan dengan baik, bisa menghambat proses kerja di dalam suatu perusahaan oleh karena pimpinan pun harus tetap memantau perkembangan komunikasi yang baik antara bawahan dengan bawahan (sesama rekan kerja).

**Pembahasan.** Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa iklim komunikasi akan dapat menimbulkan motivasi kerja karyawan. Walaupun hal tersebut tidak mempengaruhi tingginya motivasi kerja, tetapi dapat terlihat bahwa ada hubungan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja karyawan. Di dalam penelitian ini

peneliti tidak mencari pengaruh yang ditimbulkan apabila iklim komunikasi tersebut tinggi dengan meningkatnya motivasi kerja, tetapi hanya akan menjelaskan apakah ada hubungan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja karyawan.

Iklim komunikasi yang berkembang di dalam PT Media Dian Sejahtera merupakan iklim komunikasi di mana karyawan merasakan sangat dihargai sebagai salah satu faktor pendukung keberhasilan perusahaan, selain itu karyawan cukup puas dengan hubungan komunikasi antara atasan, teman sekerja dan bawahan dalam mendapatkan informasi. Dirasakannya informasi ini sangat penting bagi karyawan untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab oleh masing-masing karyawan. Dapat dipahami, adanya informasi yang tepat dan dapat dipercaya mampu menumbuhkan motivasi kerja dan menambah kepercayaan diri karyawan untuk melaksanakan pekerjaan.

Selanjutnya, melalui penelitian ini diperoleh gambaran bahwa adanya pendelegasian tugas yang jelas dari atasan kepada bawahan sehingga komunikasi terbuka yang diciptakan ini memungkinkan karyawan yang diberikan wewenang untuk mengambil keputusan pada saat tertentu dapat mengambil alih tugas dan tanggung jawab pimpinan, pada saat pimpinan berhalangan. Selain itu hampir seluruh karyawan memiliki cukup kebebasan mengungkapkan ide dan kesempatan dalam memberikan pendapat. Hal tersebut dapat menambah semangat dan motivasi kerja karyawan. Dengan adanya kepuasan terhadap penilaian kerja yang obyektif serta *job description* yang jelas memungkinkan seluruh karyawan mendapatkan kesempatan karir yang terbuka, sehingga membuat karyawan merasa lebih mudah dalam kegiatannya

melakukan pekerjaan, dan dapat memotivasi karyawan untuk lebih rajin dan bersemangat dalam bekerja demi mendapatkan karir yang lebih baik. Tujuan perusahaan dalam pengertian visi dan misi serta struktur organisasi juga sudah jelas diketahui oleh karyawan PT Media Dian Sejahtera, karena pimpinan perusahaan memang telah memberikan informasi tentang segala aktivitas tujuan perusahaan dan struktur organisasi kepada seluruh karyawan.

Pemenuhan fasilitas serta kesejahteraan karyawan adalah salah satu factor pendukung yang tidak kalah pentingnya dalam menunjang kenyamanan bekerja dan faktor yang dapat meningkatkan kegairahan atau motivasi untuk bekerja dengan lebih giat. Motivasi kerja karyawan dalam penelitian ini, diukur berdasarkan tujuan dari memotivasi karyawan yang dilihat dari sikap dan perilaku karyawan dalam bekerja di perusahaan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa PT Media Dian Sejahtera menghargai prestasi karyawannya. Hal tersebut dapat memotivasi karyawan dan membuat karyawan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Dalam meningkatkan motivasi karyawan, perusahaan menempatkan pekerjaan karyawan sesuai dengan minat dan keahlian mereka atau *job content* yang sesuai sehingga karyawan merasa bahwa pekerjaan yang mereka jalani saat ini menarik dan penuh tantangan, sehingga karyawan merasa semangat dan termotivasi dalam bekerja.

Selama memiliki tujuan yang jelas, seseorang akan mudah memunculkan motivasi dalam dirinya. Hal paling sulit adalah mempertahankan agar motivasi tersebut tetap menyala. Banyak faktor baik dari dalam maupun dari luar yang

dapat dengan mudah mempengaruhi tingkat motivasi yang dimiliki oleh seseorang. Oleh karena itu, menjaga agar semangat tersebut tetap ada adalah sangat penting agar tidak merasa putus asa saat tujuan belum berhasil diraih.

Motivasi diri dan percaya diri adalah dua hal yang menjadi kekuatan setiap orang dalam melakukan tindakan. Tanpa keduanya, mustahil tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Berdasarkan wawancara yang dilakukan maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar motivasi tetap berada di dalam diri, berikut tips untuk menjaganya: (1) Tegas terhadap diri sendiri. Kendalikan diri dengan tetap berpegang teguh pada motivasi yang ada demi tetap mencapai tujuan. Hindari segala kelemahan diri yang menjadi penghalang (2) Tetap percaya diri. Pikiran akan kemampuan untuk menggapai apa yang dicita-citakan sangat penting (3) Cara berpikir ini akan meningkatkan motivasi dan membuat seseorang tetap melakukan hal-hal yang terbaik, tanpa terpengaruh faktor eksternal yang seolah mengintimidasi kepercayaan diri (4) Buat rencana sebaik mungkin. Perencanaan yang optimal akan mempermudah dan mempercepat dalam pencapaian tujuan.

Kesempatan mengikuti pelatihan-pelatihan maupun seminar bagi karyawan dalam rangka peningkatan kualitas diri dan prestasi sudah cukup baik dirasakan oleh sebagian besar karyawan sehingga karyawan juga merasa dihargai atas kontribusi dan hasil kerja keras mereka selama ini sehingga mereka bangga terhadap pekerjaan yang telah mereka berikan kepada perusahaan. Selain itu pemberian motivasi kepada karyawan dengan memasukkan unsur tantangan dan kesempatan guna mencapai keberhasilan merupakan suatu teknik untuk melibatkan pembentukan

kelompokkelompok kerja secara alamiah atau natural.

Unsur-unsur dasar organisasi (anggota, pekerjaan, praktik-praktik yang berhubungan dengan pengelolaan, struktur dan pedomanan) dipahami secara selektif untuk menciptakan evaluasi dan reaksi yang menunjukkan apakah yang dimaksud oleh setiap unsur dasar tersebut dan seberapa baik unsur-unsur ini beroperasi bagi kebaikan anggota organisasi. Misalnya, informasi yang cukup merupakan sebuah indikasi untuk para anggota organisasi mengenai seberapa baik unsur-unsur dasar organisasi itu berfungsi bersama-sama untuk menyediakan informasi bagi mereka.

Pemahaman mengenai kecukupan informasi memberikan petunjuk kepada para anggota organisasi mengenai aspek-aspek organisasi yang merupakan salah satu bagian dari iklim komunikasi organisasi. Persepsi atas kondisi-kondisi kerja, penyeliaan, upah, kenaikan pangkat, hubungan dengan rekan-rekan, hukum-hukum dan peraturan organisasi, praktik-praktik pengambilan keputusan, sumber daya yang tersedia dan cara-cara memotivasi kerja anggota organisasi semuanya membentuk suatu badan informasi yang membangun iklim komunikasi organisasi.

Adapun dimensi-dimensi iklim komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules dalam bukunya *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Personel di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdapat kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan dan tindakan. Para pemimpin hendaklah berusaha membentuk kepercayaan di antara pengirim dan penerima pesan. Kepercayaan ini akan mengarahkan

kepada komunikasi yang terbuka yang akan mempermudah adanya persetujuan yang diperlukan antara bawahan dan atasan. Semakin tinggi kepercayaan cenderung motivasi kerja makin tinggi.

Para karyawan di semua tingkatan dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai di semua tingkat harus diberi kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan. Tetapi umumnya pimpinan mau memberikan informasi ke bawah bila merasa bahwa pesan itu penting bagi penyelesaian tugas. Tetapi apabila suatu pesan tidak relevan dengan tugas, pesan itu tetap dipegangnya. Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan-hubungan dalam organisasi, dan para pegawai mampu mengatakan "apa yang ada dalam pikiran mereka" tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan, atau atasan.

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pemimpin kepada bawahannya. Menurut Lewis(1987) komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.(Arni,2004:p.108) Kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang

berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpin dan rencana-rencana.

Mendengarkan dalam komunikasi ke atas yaitu pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap karyawan. Hambatan dalam Komunikasi ke atas: kecenderungan karyawan untuk menyembunyikan perasaan dan pikirannya; perasaan karyawan bahwa pimpinan dan supervisor tidak tertarik kepada masalah mereka; kurangnya reward atau penghargaan terhadap karyawan yang berkomunikasi ke atas; perasaan karyawan bahwa supervisor dan pimpinan tidak dapat menerima dan berespon terhadap apa yang dikatakan oleh karyawan.

Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi Personel di semua tingkat dalam organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi-produktivitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah-demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya. Jadi secara singkat, yang termasuk dalam dimensi iklim komunikasi organisasi itu adalah kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan, mendengarkan dalam komunikasi ke atas dan perhatian pada tujuan-tujuan kinerja tinggi.

Unsur-unsur dalam organisasi tidak secara langsung menciptakan

iklim komunikasi organisasi, tetapi pengaruhnya terhadap iklim komunikasi organisasi tergantung pada persepsi anggota organisasi mengenai nilai dan hukum dan peraturan tersebut, yaitu apakah hukum dan peraturan harus diabaikan?. Jadi dengan kata lain, unsur-unsur yang terdapat di dalam organisasi tidak secara otomatis menciptakan iklim komunikasi organisasi tetapi tergantung kepada persepsi anggota-anggota organisasi mengenai unsur-unsur organisasi tersebut.

Keberadaan motivasi dalam diri seseorang sangat penting, apalagi bagi karyawan. Kekuatan dan kemauan untuk melakukan sesuatu seperti bekerja biasanya dapat muncul sendiri saat seseorang sedang memiliki kebutuhan. Sebisa mungkin orang tersebut akan mengupayakan berbagai hal agar dapat memenuhi keinginannya. Apabila motivasinya kuat, ia akan tetap berusaha dan tidak putus asa saat mengalami kegagalan.

Motivasi juga bisa disebut alasan, yang terbentuk dari dua sumber, yaitu diri sendiri dan lingkungan atau faktor internal dan faktor eksternal. Di antara keduanya, motivasi terkuat adalah yang berasal dari diri sendiri. Kemauan untuk melakukan sesuatu bukan hanya berdasar pada faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, melainkan muncul karena seseorang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Tanpa adanya dorongan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha demi mencapai tujuan yang diinginkan.

Supervisi yang bertujuan mengembangkan pekerjaan serta *feedback* terhadap hasil kerja keras karyawan telah dirasakan oleh sebagian besar karyawan sebagai anda penghargaan bahwa perusahaan memperhatikan kinerja karyawan. Peluang promosi atau kenaikan jabatan juga salah satu faktor pendukung

motivasi karyawan untuk terus berkembang memberikan yang terbaik demi perkembangan perusahaan. Berdasarkan dari seluruh hasil penelitian mengenai iklim komunikasi dan motivasi kerja karyawan, penulis mencoba menganalisa apakah adanya hubungan antara iklim komunikasi dengan meningkatnya motivasi kerja karyawan, khususnya iklim komunikasi yang berkembang di PT Media Dian Sejahtera. Setelah diteliti, ternyata iklim komunikasi yang ada di dalam perusahaan telah dapat memotivasi kerja karyawan PT Media Dian Sejahtera. Dan hal tersebut didukung dengan penghitungan analisis *statistic inferensial* dengan menggunakan analisis koefisiensi korelasi *Pearson Product Moment*. Hasilnya korelasi diperoleh 0,770 adalah ada hubungan yang signifikan dengan tingkat hubungan tinggi dan kuat antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja karyawan pada PT Media Dian Sejahtera. Selanjutnya seiring dengan teorinya, iklim komunikasi yang baik memang sangat berhubungan erat dengan karyawan, baik sebagai motivasi untuk meningkatkan kinerja ataupun untuk melakukan pengembangan pribadi karyawan itu sendiri, karena pasti akan memberikan dampak rasa percaya diri yang tinggi.

Oleh karena itu dalam menciptakan iklim komunikasi yang baik dituntut seorang pemimpin yang dapat meningkatkan semangat bawahannya dan mampu menciptakan suasana saling mendukung. Hal itu tentu saja diperlukan adanya komunikasi dua arah antara atasan dengan bawahan. Tanpa adanya komunikasi yang efektif maka, akan sulit untuk mencapai iklim komunikasi yang baik dalam organisasi sehingga dapat berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan. Selain itu pula perusahaan tidak boleh mengabaikan

faktor kebutuhan kesehatan karyawan (*hygiene factor*), karena kebutuhan ini akan berlangsung secara terus menerus dan harus tetap dipelihara dengan baik. Faktor pemeliharaan (*maintenance factor*), juga harus mendapatkan perhatian yang wajar dari perusahaan karena menyangkut aspek kebutuhan psikologis seseorang dan meliputi serangkaian kondisi intrinsik, kepuasan kerja (*job content*) yang apabila terdapat dalam pekerjaan akan menggerakkan tingkat motivasi yang kuat dan dapat menghasilkan prestasi pekerjaan yang baik.

#### SIMPULAN & SARAN

Iklim komunikasi yang ada di dalam perusahaan PT Media Dian Sejahtera terbukti telah mampu memotivasi kerja karyawan. Hal ini didukung melalui perhitungan dan hasilnya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja karyawan sebesar 0,770 dengan tingkat hubungan tinggi dan kuat. Selain itu pula, iklim komunikasi yang baik berhubungan erat dengan penciptaan dan peningkatan kinerja atau motivasi karyawan dalam rangka mengembangkan pribadi karyawan yang memiliki kepercayaan diri tinggi dan melaksanakan fungsi dan tugas dalam bekerja, serta menempatkan karyawan berdasarkan minat serta keahlian mereka sehingga karyawan merasa bahwa pekerjaan yang mereka jalani saat ini menarik dan penuh tantangan, dan pada akhirnya karyawan memiliki motivasi yang tinggi dalam bekerja.

Dari hasil penelitian hasil yang diperoleh sangat baik oleh karena itu penulis menyarankan untuk mempertahankan kondisi yang kondusif dan nyaman bagi karyawan dalam bekerja tanpa melupakan aspek-aspek moral yang menjadi tanggung

jawab pimpinan di PT Media Dian Sejahtera. Sehingga motivasi yang dimiliki karyawan semakin terus berkembang dalam memberikan hasil pekerjaan yang terbaik demi perkembangan dan kemajuan bagi PT Media Dian Sejahtera, serta tetap mengadakan evaluasi dengan beberapa karyawan yang masih menjawab pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berikanlah kesempatan

kepada karyawan untuk dapat menyampaikan aspirasi serta keluhan yang mungkin belum mereka sampaikan kepada pimpinan, agar kekurangan yang dirasakan karyawan selama ini dapat di eliminasi sehingga dapat tercipta hasil yang memuaskan demi kepentingan kedua belah pihak yakni pimpinan dan karyawan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bidya, Dash (2009) A study on Performance Management through Recession Metrics during downturn. *Journal of Advances in Management*, 2(10), p. 27-30.
- Cheon, H.J, Cho, C.-H. and Sutherland, J. (2007). A Meta-Analysis of Studies on the Determinants of Standardization and Localization of International Marketing and Advertising Strategies, *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 19, No. 4, pp. 109-147.
- Conchie, Stacey and Burns, Calvin (2008) Trust and Risk Communication in High-Risk Organizations: A Test of Principles from Social Risk Research. *Journal of Risk Analysis*, 28(1), p. 141-149.
- Cottle, Simon and David Nolan 2007. 'Global Humanitarianism and the Changing Aid-Media Field: Everyone Was Dying for Footage' *Journalism Studies* 8 (6): 862-78.
- Croucher, S. M. (2011). Social networking and cultural adaptation: A theoretical model. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 259-264.
- Ellison, N. B., Hineo, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441.
- Ferguson, Marjorie (1992). The Mythology about Globalization. *European Journal of Communication* 7: 69-93.
- Ferrante, Pamela (2010) Risk and Crisis Communication. *Journal of Professional Safety*, June 2010, p. 38-45.
- Fitzgibbon, J. E., & Seeger, M. W. (2002). Audiences and metaphors of globalization in the Daimler Chrysler AG merger. *Communication Studies*, 53(1), 40-55.
- Hampton, N Keith, Oren Livio & Lauren Sessions Goulet (2010) The Social Life of Wireless Urban Spaces: Internet Use, Social Networks, and the Public Realm. *Journal of Communication* 60 : 701-722
- Hearn, Alison (2011) Confessions of a Radical Eclectic: Reality Television, Self-Branding, Social Media, and Autonomist Marxism. *Journal of Communication Inquiry* 35: 313-321
- Jones, P Jeffrey & Geoffrey Baym (2010). A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. *Journal of Communication Inquiry* 34: 278-294
- Kandlousi et al. (2010) Organizational Citizenship Behavior Concern of Communication Satisfaction: The role of the formal and informal communication. *International*



- Journal of Business and Management*, 5(10), p. 51-61.
- Krcmar, M., Giles, S., & Helme, D. (2008). Understanding the process: How mediated and peer norms affect young women's body esteem. *Communication Quarterly*, 56(2), 111-130.
- Kriyantono, Rachmat (2006) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Leda Blackwood, Andrew G. Livingstone, Colin Wayne Leach (2013) Regarding Societal Change *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), p. 105
- Marchi, Regina (2012) With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic "Objectivity". *Journal of Communication Inquiry* 36: 246-262.
- Marques, C.S, Ângela & Rousiley C. M. Maia (2010) Everyday Conversation in the Deliberative Process: An Analysis of Communicative Exchanges in Discussion Groups and Their Contributions to Civic and Political Socialization. *Journal of Communication* 60 : 611-635
- McArthur., J.A (2009) Digital Subculture: A Geek Meaning of Style. *Journal of Communication Inquiry* 33: 58-70
- McEwan, B., & Sobre-Denton, M. (2011). Virtual cosmopolitanism: Constructing third cultures and transmitting social and cultural capital through social media. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 252-258.
- Saul, J., 2006, "Pornography, Speech Acts and Context", *Proceedings of the Aristotelian Society*, 106 (2): 61-80.
- Shuter, R. (2011). Introduction: New media across cultures – prospect and promise. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 241-245.
- Tamborini, Ron., Nicholas David Bowman., Allison Eden., Matthew Grizzard and Ashley Organ (2010) Defining Media Enjoyment as the Satisfaction of Intrinsic Needs *Journal of Communication* 60: 758-777
- Vaara, E. (2003). Post-acquisition integration as sensemaking: Glimpses of ambiguity, confusion, hypocrisy, and politicization. *Journal of Management Studies*, 40(4), 859-894.
- Walther, J. B., Van Der Heide, B., Kim, S. Y., Westerman, D., & Tong, S. Y. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research*, 34(1), 28-4

