

## Pengaruh efektivitas komunikasi penyelia terhadap motivasi kerja karyawan. Kasus pabrik PT. Astra Daihatsu Motor

Anak Agung Gde Bagus Semara Wima, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72923&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif sangat dibutuhkan oleh pekerja dalam level apapun pekerja tersebut berada. Dalam konteks penelitian ini, salah satu tingkatan dalam organisasi perusahaan (PT. Astra Daihatsu Motor) yang coba untuk diteliti adalah tingkatan penyelia (supervisor). Penyelia menjadi titik tolak penelitian, mengingat dalam prakteknya penyelia memiliki fungsi dalam proses komunikasi intra perusahaan yang sangat vital yaitu menjadi "jembatan" komunikasi (communication bridge) antara pimpinan dalam tingkatan yang lebih tinggi (manajer keatas) dengan para pekerja operasional (bawah). Penelitian ini mencoba mencari keterhubungan antara peran komunikasi penyelia dengan peran pemotivasiannya yaitu adakah pengaruh dari efektivitas komunikasi yang dijalankan oleh penyelia dengan motivasi kerja yang timbul dari karyawan/bawahan penyelia tersebut.

Penelitian ini melibatkan 251 responden operator yang merupakan 30 % dari total operator yang ada Departemen Produksi (diukur berdasarkan Man power profile Juli 2000) yang ada di empat pabrik (stamping, engine, casting, dan assembling) PT. Astra Daihatsu Motor. Sedangkan penyelia yang diteliti adalah keseluruhan populasi penyelia di Departemen Produksi yaitu sebanyak 9 orang. Ada tiga hal yang coba ditelusuri dari penelitian ini yaitu: (1) Kompetensi komunikasi penyelia: Pengujian menunjukkan bahwa keseluruhan penyelia yang bersangkutan (9 penyelia) dapat dikategorikan berkomunikasi dengan baik, tetapi harus ditingkatkan pada beberapa segi dari kemampuan komunikasinya. (2) Penelitian efektivitas komunikasi menunjukkan: proses komunikasi telah berjalan secara efektif, terlihat dari terpenuhinya prasyarat kesesuaian terhadap keenam indikator efektivitas komunikasi enam kriteria efektivitas, yaitu : penerima, isi, ketepatan waktu, media, format kemasan, dan sumber. (3) Pengaruh efektivitas komunikasi terhadap motivasi dihasilkan beberapa temuan-temuan sebagai berikut :

- Besar nilai hubungan berdasarkan analisis korelasi Kendall adalah 0,7406 mendekati angka 1, arah hubungan positif, menunjukkan semakin efektif komunikasi semakin tinggi motivasi. Tingkat signifikansi koefisien korelasi diukur dari probabilitas adalah 0,000 yang menunjukkan korelasi efektivitas komunikasi dengan motivasi adalah sangat nyata.
- Besar nilai hubungan berdasarkan analisis korelasi Spearman adalah 0,8528 mendekati angka 1, arah hubungan positif, menunjukkan semakin efektif komunikasi semakin tinggi motivasi. Tingkat signifikansi koefisien korelasi diukur dari probabilitas adalah 0,000 yang menunjukkan korelasi efektivitas komunikasi dengan motivasi adalah sangat nyata.
- Analisis regresi dari kedua variabel efektivitas komunikasi dan motivasi menghasilkan nilai uji t test untuk statistik t hitung adalah 20,49498 dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )=1% didapat hasil uji t tabel 2,326. Karena statistik t hitung lebih besar dari t tabel maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian efektivitas komunikasi benar-benar berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan.

Saran yang dapat disampaikan adalah 1) Dalam organisasi perusahaan, komunikasi merupakan kompetensi yang dapat ditingkatkan (upgradable), karena itu dapat dipelajari dan dipahami oleh siapapun serta dalam level, berdasarkan kondisi ini maka setiap elemen dalam organisasi harus selalu mereview dan menganalisa perkembangan kemampuan komunikasinya terutama dalam hal melibatkan bawahan/pendengar sehingga dapat menunjang proses kerja dan kinerja baik individu maupun perusahaan. 2) Kemampuan berkomunikasi secara efektif dapat meningkatkan motivasi pekerja, karenanya perhatian terhadap kemampuan komunikasi harusnya tidak hanya menjadi kebutuhan parsial elemen organisasi perusahaan, tapi menjadi kebutuhan keseluruhan komponen/elemen organisasi perusahaan. 3) Penelitian ini, yang merupakan bagian dari proses audit komunikasi haruslah terus dilakukan dan dapat dijadikan program berkala manajemen dalam usaha meningkatkan kemampuan komunikasi anggota organisasi.