Publiser

**Graduate Program Universitas Galuh Master Manajemen Studies Program**

©2017

 **PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA PERAWAT DI RUANG AMARILIS (Studi pada RSUD Cilacap)**

Is Haryanto1 , Apri Budianto2, Aan Anwar Sihabudin3

Universitas Galuh

*e-mail :*

isharyanto026@gmail.com, apribudiantogaluh@gmail.com, aananwarsihabudin70@gmail.com

***Article History (font 10 pt.***

***Times New Roman italic) :***

*Recieved dd/mm/yy Recieved in revished form dd/mm/yy*

*Acepted dd/mm/yy Available offline dd/mm/yy Available online dd/mm/yy*

***Language Transcript :***

*Indonesia*

*English (foreign Author)*

***Abstract –*** *Penelitian ini melakuakn sebuah Analisis program perencanaan dan pengembangan dalam rangka persiapan ruang covid 19 sesuai dengan undang-undang tata ruang infeksius.*

*Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1) Bagaimana analisis perencanaan di RSUD Cilacap ?; 2) Bagaimana strategi perencanaan RSUD Cilacap ?; 3) Bagaiaman analisis perencanaan dan pengembangan dalam rangka persiapan riang covid 19 di RSUD Cilacap ?;*

*Metode penelitian yang digunakan adalah metode kulitatif deskriptif dengan metode wawancara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan studi lapangan. Sedangkan teknis analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu wawancara .*

*Dari hasil penelitian diperoleh bahwa: 1) Hasil wawancara dari Direktur Rsud Cilacap,bagian keuangan, supervisior,serta masyarakat RSUD Cilacap tetap memberikan pelayanan yang baik dan juga perlu perencanaan dalam pembanguanan ruang covid 19 sesuai dengan tata ruang dan aturan-aturan yang sudah ditetapkan dalam penambahan ruangan covid 19.*

***Key Words :*** *Komunikasi organisasi dan Motivasi kerja*

# INTRIDUCTION

Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia karena tanpa komunikasi, interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak akan mungkin dapat terjadi. Dua orang dikatakan melakukan interaksi apabila masing-masing melakukan aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi antar manusia inilah yang dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai cara, baik secara verbal (dalam bentuk kata-kata, baik lisan dan/atau tulisan) ataupun nonverbal (tidak dalam bentuk kata-kata, misalnya gestur, sikap, tingkah laku, gambar- gambar, dan bentuk-bentuk lainnya yang mengandung arti). Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari- hari dirumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi bisa menjadi berantakan. Misalnya dalam suatu sekolah, kepala sekolah tidak memberi informasi kepada guru-guru mengenai kapan sekolah dimulai sesudah libur semester dan apa bidang studi yang harus diajarkan oleh masing-masing guru, maka besar kemungkinan guru tidak akan mengajar. Akibatnya, murid-murid tidak belajar. Hal ini menjadikan sekolah tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Dari contoh itu kelihatan, bahwa dengan kelupaan memberi informasi saja sudah memberikan efek yang lebih besar bagi sekolah. Karena pentingnya komunikasi dalam organisasi maka perlu menjadi perhatian pengelola agar dapat membantu dalam pelaksanaan tugasnya. Menurut Louis Forsdale (1981), ahli komunikasi dan pendidikan, “communication is the process by which a system is estabilished, maintained, and altered by means of shared signal that operate according to rules”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal ataupun nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan, bahasa tulisan maupun bahasa isyarat. Bila orang yang mengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan orang yang menerima, maka si penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi kalau tidak mungkin dia tidak memahami maksudnya (dalam Muhammad, 2011:2).

Komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatorya beraksi sehingga dari pengertian- pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses berinteraksi atau terjadinya transaksi dengan maksud dimana komponen- komponen saling terkait dan para komunikator beraksi dan bereaksi. Effendy (2007:11) seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak. Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Penyajian model dalam bagian ini dimaksudkan untuk mempermudah memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi. Model Lasswell salah satu komunikasi yang tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, seorang ahli ilmu poitik dari Yale University. Dia menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu who siapa, says what mengatakan apa, in which medium atau dalam media apa, to whom atau kepada siapa, dan dengan what effect atau apa efeknya (dalam Muhammad, 2011:5).

Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan suatu perusahaan, baik perusahaan negeri maupun swasta. Komunikasi sangat penting untuk menjalin hubungan kerjasama antara manusia yang terlibat dalam suatu perusahaan yang mempunyai pengaruh besar dalam proses pencapaian tujuan perusahaan bersama. Komunikasi akan memungkinkan setiap karyawan yang berada di perusahaan untuk saling membantu dan mengadakan interakasi. Komunikasi organisasi sering pula diartikan sebagai perilaku pengorganisasian (organizing behavior) yakni bagaiamana para karyawan terlibat dalam proses bertransaksi dan memberikan makna atas apa yang sedang terjadi. Oleh karena itu ketika organisasi dianggap sekedar sekumpulan orang yang berinteraksi maka komunikasi hanya berfungsi organisasi. Komunikasi tidak sekedar melayani organisasi, dia adalah organisasi itu sendiri. Jadi komunikasi organisasi akan berpusat pada simbol-simbol yang memungkinkan kehidupan organisasi, apakah kata-kata, gagasan-gagasan dan konstruk yang mendorong, mengesyahkan, mengkoordinasikan, dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi- situasi spesifik. Manusia dalam organisasi memiliki peran penting dalam menggerakan laju kinerja organisasi. Mengingat perannya yang penting kualitas sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang signifikan dengan kemampuan dan kemajuan organisasi. Setiap organisasi menghendaki semua kegiatan yang dilakukan pegawai nya mempunyai hasil yang optimal. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh organisasi adalah dengan meningkatkan kinerja pegawai. Upaya peningkatan kinerja pegawai seperti memberikan motivasi meningkatkan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pegawai. Kinerja pegawai bagi suatu organisasi sangatlah penting sebagai alat pengukur keberhasilan dalam menjalankan suatu pekerjaan. Karena semakin tinggi kinerja pegawai dalam suatu organisasi,akan berdampak positif bagi keberlangsungan suatu organisasi.

Salah satu dalam meningkatkan Kinerja pegawai nya dengan diwujudkan dengan strategi pengembangan sumber daya manusia yang mengacu pada konsep *development people*. Di bidang organsiasi kinerja pegawai mempunya arti ukuran yang relatif nilai atau ukuran yang ditampilkan oleh para pegawai yang mempunyai kompetensi dan motivasi yang tinggi, yaitu sebagai campuran dari kinerja dan aktivitas; sebagai ukuran yaitu seberapa baik kita menggunakan sumber daya dalam mencapai hasil yang diinginkan. Peningkatan kinerja pegawai diwujudkan dengan beberrapa upaya untuk meningkatkan juga kompetensi dan juga memebrikan motivasi agar kinerja pegawai meningkat lebih baik. Motivasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak RSUD Cilacap bila menginginkan setiap karyawan dapat memberikan andil positif terhadap pencapaian tujuan organisasi, karena dengan motivasi seorang karyawan akan memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Menurut Edy Sutrisno, motivasi adalah faktor pendorong seseorang untuk melakukan suatu aktifitas tertentu, motivasi seringkali diartikan sebagai faktor pendorong perilaku manusia. Sedangkan motivasi kerja ialah faktor pendorong atau daya penggerak untuk bekerja bagi para pegawai. Motivasi kerja dapat memacu pegawai RSUD Cilacap untuk bekerja keras sehingga dapat meningkatkan produktifitas kerja karyawan dan akan berpengaruh pada pencapaian dan tujuan. Pada saat sekarang seringkali pihak manajemen perusahaan berupaya meningkatkan kepuasan kerja pegawai melalui perbaikan gaji dan upah, hal tersebut mungkin masih bisa diterima pada taraf tertentu karena dengan gaji tersebut pegawai dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Tetapi kenyataannya gaji yang tinggi tidak selalu membuat seorang pegawai memperoleh kepuasan terhadap pekerjaannya. Oleh karena itu pihak manajemen RSUD Cilacap perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan para pegawai di ruang Amarilis.

Dengan rendahnya kehadiran perawat diindikasikan menurunnya motivasi kerja pegawai di Ruang Amarilis RSUD Cilacap.Bersasarkan hasil data di atas adanya sejumlah perawat amarilis yang bekerja secara tidak disiplin.Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pegawai harus selalu di tigkatkan. Suatu organisasi didirikan dengan tujuan tertentu dan akan dikatakan berhasil apabila tujuan yang ditentukan tersebut dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan organisasi maka segala sumber daya yang dimiliki harus diberdayakan terutama sumber daya manusia. Sumber daya manusia mempunyai peran yang penting karena faktor produksi yang lain tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya faktor sumber daya manusia yang menjalankan. Setiap organisasi selalu terdiri dari orang-orang yang memiliki tujuan yang sama, hal ini menunjukan bahwa manusia merupakan faktor yang penting dalam suatu organisasi. Organisasi pasti tidak akan dapat berjalan tanpa adanya manusia sebagai penggeraknya. Dalam suatu organisasi, antara bagian yang satu dengan bagian yang lain selalu digerakan oleh orang-orang melalui suatu kegiatan atau kerja. Berbagai upaya dilakukan organisasi untuk menciptakan kualitas sumber daya manusia atau pegawai agar lebih dapat meningkatkan kinerjanya.Masalah yang utama dalam kehidupan sebuah perusahaan adalah kinerja karyawan karena sebuah perusahaan akan mampu mencapai tujuan atau tidak, sangat bergantung pada baik buruknya kinerja yang ditunjukan para karyawannya. Masalah yang kerap terjadi di perusahaan ini mengenai kinerja karyawan adalah belum tercapainya target perusahaan secara maksimal, hal ini terjadi karena karyawan bekerja tidak sesuai dengan apa yang ditentukan perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi terciptanya kinerja karyawan yang efektif dan efesien dalam suatu perusahaan yaitu dengan kompetensi karyawan yang tinggi maka kinerja karyawan akan tinggi dan bekerja secara efektif dan efesien. Tetapi pada kenyataannya sering ditemukan bahwa dalam keadaan memenuhi syarat-syarat kerja, namun kinerja karyawan cukup rendah. Bahkan selalu mencari alasan bahwa kinerja karyawan yang nilainya rendah dikarenakan perusahaan tidak memperhatikan kemampuan serta keterampilan karyawannya. Sebagian besar orang memandang bahwa komunikasi organisasi sangat penting. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi organisasi sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Dengan meningkatkan Komunikasi dalam suatu organisasi, maka dapat dimungkinkan terjadi peningkatan kinerja pegawai, yang juga dikarenakan para pegawai atau karyawan telah memiliki modal atau kemampuan yang cukup untuk mencapai tujuan organisasi.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Simamora (2006: 276) yang mengatakan bahwa komunikasi organisasi yang baik akan meningkatkan motivasi kinerja pegawai yaitu sebagai berikut: “komunikasi organisasi dan motivasi bertujuan untuk membekali, meningkatkan, dan mengembangkan kinerja guna meningkatkan kemampuan,kinerja pegawai dan kesejahteraan”.

Kinerja seseroang merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan membuahkan hasil kejra yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja sehingga menghasilkan suatu *output* (hasil) dengan *input* (masukan) baik secara kualitas maupun kuantitas dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada pegawai tersebut. Pentingnya kinerja menjadi salah satu kunci pada umumnya.

Hasil penelitian terdahulu yaitu Widianto (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kompetensi dengan produktivitas kerja. Sedangkan, dari hasil penelitian Purnamasari, Aspiranti dan Koesdiningsih (2016) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dengan arah positif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

 “**Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja Perawat di Ruang Amarilis (Studi pada RSUD Cilacap)**”. Adapun Rumusan Masalah adalah “Bagaimana pengaruh komunikasi organisasi tehadap motivasi kerja pada perawat di ruang amarilis RSUD Cilacap?

# LITERATUR REVIEW

**Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia. Karena komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya diakui oleh hamper semua agama telah ada sejak Tuhan menciptakan Adam & Hawa dimuka bumi ini. Kapan manusia mulai mampu berkomunikasi dengan manusia lainnya, tidak ada data yang autentik yang dapat menerangkan tentang hal itu. Hanya saja diperkirakan bahwa kemampuan manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain secara lisan adalah suatu peristiwa yang berlangsung dengan sendirinya.

Begitu cepatnya kemajuan teknologi komunikasi yang berlangsung dari waktu ke waktu, telah memberi pengaruh terhadap cara-cara manusia berkomunikasi. Komunikasi telah memperpendek jarak, menghemat biaya, menembus ruang dan waktu. Komunikasi berusaha menjembatani antara pemikiran dan perasaan dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya.

Menurut Robert (2015:5) mengatakan bahwa: “Komunikasi Organisasi adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai tujuan organisasi melalui tahap penilaian dari komunikasi yang baik”. Komunikasi menurut Bernadin dan Russel yang dikutip oleh Gomes (2002:5) yaitu: “Komuniaksi adalah usaha untuk memperbaiki kinerja pegawai pada suatu organisasi tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya”. Menurut Melandry (2010:125) menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi”.

Sedangkan komuniaksi menurut Monday (2008:210) adalah sebagai berikut: “Komunikasi merupakan aktifitas yang dirancang untuk pembelajaran, pengetahuan, dan keterampilan, yang dibutuhkan untuk pekerjaan saat ini”. Menurut Mangkunegara (2002:30) memaparkan bahwa: “Komunikasi merupakan bagian dari investasi sumber daya manusia untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kerja karna dengan demikian dapat meningkatan kinerja pegawai”.

Menurut Sunyoto (2012: 137) menjelaskan bahwa: “Komunikasi adalah setiap usaha untuk memperbaiki performa pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya atau satu pekerjaan.

Menurut Dessler (2013: 273) mengutarakan bahwa: “*Training is the process of teaching new or current employees the basic skills they need to perform their jobs*”. Diartikankomunikasi adalah proses perubahan baru atau yang saat ini sedangbekerja tentang keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk melakukanpekerjaan mereka. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin“communis” yaitu berarti sama. Sama maksudnya disini adalah sama makna mengenai suatu hal. Jika kita mengadakan komunikasi berarti kita mengadakan “kesamaan”, dalam hal ini yang dimaksud dengan kesamaan adalah pengertian antara si penyampai informasi dan penerima informasi. Sejak awal perkembangan, para ahli dari berbagai disiplin ilmu telah turut memberikan sumbangan yang besar terhadap keberadaan ilmu komunikasi. Menurut Fisher, ilmu komunikasi mencakup semua dan bersifat selektif (dalamWiryanto, 2004:57). Sifat selektif ilmu komunikasi digambarkan oleh Wilbur Schramm sebagai jalan simpang yang ramai, semua disiplin ilmu melintasinya (Schramm dan Robert, 1971:2).

Menurut Wilbur Schramm, mengembangkan komunikasi adalah satu proses timbal balik tentang pertukaran lambing /isyarat untuk menginformasikan, menginstruksikan, atau membujuk, agar memperoleh pengertian yang sama antara komunikator dan konteks sosial (Schramm dan Roberts, 1971:17). Dengan kata lain, disini kita berusaha mengadakan persamaan dengan orang lain. Schramm yang merupakan seorang ahli linguistik ini juga mengatakan bahwa communication berasal dari kata latin “communis” yang artinya “common” atau “sama”. Jadi menurut Schramm disini adalah jika kita mengadakan komunikasi dengan suatu pihak, maka kita menyatakan gagasan kita untuk memperoleh commones dengan pihak lain mengenai suatu objek tertentu (dalam Purba, 2006:30).

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing:

* + - 1. Sarah Trenholm dan Arthu Jensen (1996:4) mendefinisikan komunikasi demikian: “ A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.” (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran).
			2. Hoveland (1948:371), Janis & Kelley (1953) menedefinisikan komunikasi demikian: “The process by which an individual (the
			3. Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981:81) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi anatara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.
			4. Menurut Harold D. Lasswell (1960), sebagaimana di kutip oleh Sendjaja (1999:7) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: Who Says what in which Channel To Whom With What Effect? (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa denagn efek bagaimana?).
			5. Berelson dan Steiner (1964), komunikasi adalah proses penyampaian infornasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka- angka, dan lainnya.
			6. Gode (1959), komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.

**Model Komunikasi**

Model adalah representasi dari suatu fenomena dengan menonjolkan unsur-unsur penting dari fenomena tersebut. Menurut Littlejohn, dalam pengertian luas model menunujuk pada setiap representasi simbolis daari suatu benda, proses atau gagasan ide. Biasanya model dipandang sebagai analogi dari beberapa fenomena. Dengan demikian model dapat berbentuk gambar-gambar grafis, verbal atau matematika. Perbedaan teori dan model menurut Littlejohn dan Hawes (1983) adalah teori merupakan penjelasan (explanation) sedangkan model hanya merupakan reprensentasi. Dengan demikian model dapat diartikan sebagai representasi dari suatu peristiwa komunikasi. Melalui model-model komunikasi dapat terlihat faktor-faktor yang terlibat dalam proses komunikasi. Akan tetapi, model tidak berisikan penjelasan mengenai hubungan dan interaksi antara faktor-faktor atau unsur-unsur yang menjadi bagian dari model, dimana penjelasannya didapatkan dari teori. Kegunaan model jelas memberikan manfaat, terutama kepada ilmuwan, untuk memperjelas teori yang mereka kemukakan. Model juga memberikan kerangka rujukan untuk memikirkan masalah yang mungkin timbul, memberi peluang akan terbukanya problem abstraksi, dan member penglihatan berbeda atau lebih dekat. Model-model komunikasi memberikan gambaran tentang struktur dan hubungan fungsional dari unsur atau faktor yang ada dalam suatu system. Melalui model kita akan dapat memahami dengan lebih mudah dan komprehensif mengenai struktur dan fungsi dari unsur/factor yang terlibat dalam proses komunikasi, baik dalam konteks individual, di antara dua orang atau lebih, kelompok atau organisasi maupun dalam konteks komunikasi dengan masyarakat secara luas (dalam Fajar, 2009:91)

David K. Berlo dalam buku The Process Communication an Introduction to Theory and Practise (1960) mengatakan bahwa melalui transmitting, terjadi suatu proses komunikasi, yakni pemindahan pesan (verbal maupun nonverbal). Sedangkan melalui receiving terjadi suatu proses penerimaan pesan-pesan. Berdasarkan uraian tentang ruang lingkup komunikasi dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan proses sosial yang batasannya tidak terlepas dari multidisipliner. Maksudnya, perkembangan studi komunikasi didukung oleh ilmu sosial lainnya. Dengan demikian, secara garis besar ruang lingkup komunikasi dapat dibagi ke dalam 4 (empat) bentuk dan tingkatan komunikasi (Lubis, 2007:31).

* + - 1. **Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia. Hampir setiap saat kita bertindak dan belajar dengan dan melalui komunikasi. Sebagian besar komunikasi berlangsung dalam situasi komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi mempunyai berbagai macam manfaat. Melalui komunikassi antar pribadi kita dapat mengenal diri kita sendiri dan orang lain, kita dapat mengetahui dunia luar, bisa menjalin hubungan yang lebih bermakna, bisa memperoleh hiburan dan menghibur orang lain dan sebagainya.

Joseph A. Devito dalam bukunya “The Interpersonal Communication Book” mendefinisikan komunikasi antar pribadi sebagai:

“Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan berikut berapa umpan balik seketika”.

Berdasarkan definisi itu, komunikasi antar pribadi dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berdua-duaan atau antara dua orang dalam suatu pertemuan. Pentingnya situasi komunikasi antar pribadi ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis, dimana selalu lebih baik daripada secara monologis. Monolog menunjukkan suatu bentuk komunikasi diaman seorang berbicara, yang lain mendengarkan, jadi tidak terdapat interaksi. Dialog adalah bentuk komunikasi antar pribadi yang menunjukkan adanya interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian.

Dalam tujuan komunikasi antar pribadi komunikasi memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapat perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Komunikasi antar pribadi juga akan membuat kita mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain. Kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain (dalam Fajar, 2009:78). Berdasarkan uraian tentang ruang lingkup komunikasi dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan proses sosial yang batasannya tidak terlepas dari multidisipliner. Maksudnya, perkembangan studi komunikasi didukung oleh ilmu sosial lainnya. Dengan demikian, secara garis besar ruang lingkup komunikasi dapat dibagi ke dalam 4 (empat) bentuk dan tingkatan komunikasi (Lubis, 2007:31).

* + - 1. **Komunikasi Antar Kelompok (*Group Communication*)**

Komunikasi antar kelompok merupakan teori yang menginterpretasikan dimana proses komunikasi terjadi sebagai interaksi seseorang dengan kelompoknya yang dilakukan ketika membuat keputusan (decision making sitrings) (Lubis, 2007:32). Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran berbeda (Mulyana, 2007:82). Sebuah kelompok juga dapat diartikan sebagai kumpulan dua individu atau lebih yang berinteraksi tatap muka (face to face interaction), yang masing-masing menyadari keanggotaannya dalam kelompok, masing-masing menyadari keberadaan orang lain yang juga anggota kelompok, dan masing-masing menyadari saling ketergantungan secara positif dalam mencapai tujuan bersama (Sarwono, 2005:5). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang sedang rapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (small-group communication), jadi bersifat tatap muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya.Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antar-pribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antar-pribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok (Litteljohndan Foss, 2009:350).

* + - 1. **Komunikasi Organisasi (*Organization Communication*)**

Komunikasi organisasi sangat penting dan layak untuk di pelajari, karena sekarang ini banyak orang yang tertarik dan memberi perhatian kepadanya guna mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk mewujudkan tujuan organisasi, baik organisasi komersial seperti lembaga bisnis dan industri ataupun organisasi-organisasi social seperti lembaga rumah sakit maupun institusi pendidikan. Di samping itu penting juga mempelajari arus komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi, yaitu arus komunikasi vertical yang terdiri dari arus komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan arus komunikasi dari bawah ke atas (upward communication) serat arus komunikasi yang berlangsung antara dan di antara bagian ataupun pegawai dalam jenjang atau tingkatan yang sama yaitu komunikasi horizontal.

Sebelum kita membahas pengertian komunikasi organisasi sebaiknya kita uraikan terminology yang melekat dalam konteks komunikasi organisasi, yaitu komunikasi dan organisasi. Komunikasi berasal dari bahasa latin“comunis” atau “common” dalam bahasa inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan makna, “commones”. Atau dengan ungkapan yang lain, melalui komunikasi kita membaca berbagai komunikasi gagasan atau sikap kita dengan partisipan lainnya. Kendala utama dalam berkomunikasi adalah kita seringkali mempunyai makna yang berbeda terhadap lambang yang sama. Oleh karena itu, komunikasi seharusnya di pertimbangkan sebagai aktifitas dimana tidak ada tindakan atau ungkapan yang diberi makna secara penuh, kecuali jika diinterprestasikan oleh partisipan komunikasi yang terlibat, demikian pengertian komunikasi yang diberikan Kathlen K. Reardon dalam buku Interpersonal Communication, Where Inds Meet (dalam Fajar, 2009:121).

* + - 1. **Komunikasi Publik**

Yang dimaksud komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Tetapi dalam bagian ini yang akan dibicarakan hanyalah kontak tatap muka di antara organisasi dan lingkungan eksternalnya dan di antara satu orang anggota organisasi dengan sejumlah besar anggota organisasi yang sama (Fajar, 2009:197). Tujuan umum dari komunikasi publik terutama sekali adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi. Selain itu komunikasi publik juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat diluar organisasi seperti pemakai jasa organisasi, pemakai hasil produksi organisasi dan masyarakat umumnya. Komunikasi publik juga dapat digunakan untuk memberikan hiburan kepada sejumlah orang, seperti menceritakan pengalaman yang menyenangkan kepada orang banyak. Tujuan-tujuan tersebut berhubungan satu sama lain dan sulit untuk dipisahkan satu sama lain. Kadang-kadang walaupun suatu presentasi komunikasi publik yang dimaksudkan untuk mencapai satu tujuan tetapi tujuan yang lain ikut tercapai. Misalnya suatu organisasi yang bergerak di bidang elektronik memberikan suatu presentasi cara pemakaian alat-alat elektronik rumah tangga secara aman melalui televisi. Tujuan yang pertama yang ingin dicapai dengan presentasi tersebut adalah memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi di samping itu mungkin sikap mereka berubah terhadap pemakaian alat-alat elektronik seperti mungkin ingin menggunakannya.

Disamping adanya tujuan umum yang perlu dicapai dengan pemberian komunikasi publik yang utama, juga ada tujuan khusus yang perlu ditetapkan yang ingin dicapai dengan topik yang dipilih. Tujuan-tujuan khusus ini dinyatakan dalam bentuk pernyataan dalam kalimat yang lengkap mengenai apa yang diinginkan dicapai dengan presentasi tersebut. Organisasi sebagai sistem terbuka harus berhubungan dengan lingkungan diluarnya terutama sekali dengan badan-badan yang berpengaruh kepada kehidupan organisasi ini sendiri.Seperti badan pemerintahan, pemakai jasa atau hasil produksi organisasi, leveransir dan badan lainnya. Salah satu cara untuk mengadakan hubungan ini adalah dengan berkomunikasi. Karena orang yang akan dihubungi itu banyak maka komunikasi publik lebih cocok digunakan untuk kepentingan itu, baik komunikasi publik secara tatap muka maupun tertulis atau melalui medianya. Pemberian informasi kepada publik bertujuan untuk mengubah sikap publik terhadap informasi yang diberikan misalnya bertambah kepercayan orang atau kesan baik orang terhadap organisasi tersebut. Dengan bertambah baiknya kesan orang akan hasil produk atau jasa organisasi akan memperbaiki pemasaran hasil produksi dan menambah kepercayaan pemberi dana atau badan pemerintah untuk meningkatkan bantuannya untuk organisasi tersebut (dalam Muhammad, 2011: 196).

 **Dimensi Komunikasi Organisasi**

Dimensi dari komunikasi menurut Effendy Uchjana (2013:125) yaitu sebagai berikut: “(1) Komunikasi Internal, (2) Komunikasi Vertikal, (3) Komunikasi Horisontal , (4) Komunikasi Eksternal ”.

Selanjutnya dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

* + - * 1. **Komunikasi Internal**

 Organisasi sebagai kerangka (framework) menunjukan adanya pembagian tugas antara orang – orang di dalam organisasi itu dan dapat di klasifikasikan sebagai tenaga pimpinan dan tenaga yang di pimpin. Untuk menyelenggarakan dan mengawasi pelaksanaan tujuan yang akan dicapai, ketua dan pengurus mengadakan peraturan sedemikian rupa sehingga tidak perlu berkomunikasi langsung dengan seluruh anggota. Anggota membuat kelompok – kelompok menurut jenis pekerjaannya dan mengangkat seseorang sebagai penanggung jawab atas kelompoknya. Dengan demikian, pimpinan cukup berkomunikasi dengan para penanggung jawab kelompok. Jumlah kelompok serta besarnya kelompok bergantung pada besar kecilnya organisasi. Dimensi komunikasi internal terdiri dari komunikasi vertikal dan horizontal.

* + - * 1. **Komunikasi Vertikal**

 Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah (downward communication) dan komunikasi dari bawah ke atas (upward communication) yang merupakan komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik (two-way traffic communication). Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, informasi dan penjelasan kepada bawahannya. Dalam komunikasi dari bawahan ke pimpinan, bawahan memberikan laporan, saran serta pengaduan kepada pimpinan. Komunikasi dua arah secara timbal balik tersebut dalam organisasi penting sekali karena jika hanya satu arah saja dari pimpinan kepada bawahan, roda organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Pimpinan perlu mengetahui laporan, tanggapan atau saran anggota sehingga suatu keputusan atau kebijaksanaan dapat di ambil dalam rangka mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

* + - * 1. **Komunikasi Horisontal**

 Komunikasi horisontal adalah komunikasi secara mendatar, antara anggota staf dengan anggota staf, pegawai dengan pegawai dan sebagainya. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horisontal sering kali berlangsung tidak formal. Mereka berkomunikasi satu sama lain bukan pada waktu mereka sedang bekerja, melainkan pada saat waktu – waktu luang. Dalam situasi komunikasi seperti ini, desas – desus cepat sekali menyebar dan menjalar, dan yang menjadi pokok pembicaraan sering kali mengenai hal – hal yang menyangkut pekerjaan atau tindakan pimpinan yang merugikan mereka.

* + - * 1. **Komunikasi Eksternal**

 Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik yaitu komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan komunikasi dari khalayak kepada organisasi.

* 1. Komunikasi dari Organisasi Kepada Khalayak

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang di lakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan suatu masalah jika terjadi tanpa di duga.

* 1. Komunikasi dari Khalayak Kepada Organisasi

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang di lakukan oleh organisasi. Jika informasi yang di sebarkan kepada khalayak itu menimbulkan efek yang sifatnya kontroversial (menyebabkan adanya pro dan kontra di kalangan khalayak), maka itu disebut opini publik. Opini publik ini seringkali merugikan organisasi. Karenanya harus di usahakan agar segera dapat diatasi dalam arti kata tidak menimbulkan permasalahan.

Pengertian komunikasi organsiasi oleh Spencer yang dikutip oleh Moeheriono (2014:5) adalah sebagai karakteristik yang mendasari seseorang berkaitan dengan menyampaikan sesuatu tindakan dalam pekerjaannya atau karakteristik dasar individu yang memiliki hubungan kausal atau sebagai sebab akibat dengan kriteria yang dijadikan acuan. Menurut Spencer ini, komunikasi terletak pada bagian dalam setiap manusia dan selamanya ada pada kepribadian seseorang yang dapat memprediksikan tingkah laku dan performansi secara luas pada semua situasi dan tugas pekerjaan.

Sedangkan menurut pendapat Palan (2007:5) ada dua istilah yang muncul dari dua aliran yang berbeda tentang konsep kesesuaian dalam pekerjaan. Istilah tersebut adalah ”*communication critical* yaitu deskripsi mengenai perilaku, dan *“Competence comuunication”* yang merupakan deskripsi atau hasil penyampaian komunikasi yang bisa dipahami para pegawai.

Menurut Brian E. Becher, Mark Huslid dkk. (Sudarmanto, 2009:47) mendefinisikan komiunikasi organisasi sebagai pengetahuan keahlian, kemampuan, atau karakteristik pribadi individu yang mempengaruhi secara langsung motivasi pekerjaan. Komunikasi merupakan penguasaan terhadap tugas, keterampilan, sikap, dan apresiasi yang diperlukan untuk menunjang keberhasilan.

Sedangkan menurut Siagian (2015:116) komunikasi Organisasi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Komunikasi juga menunjukkan karakteristik pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki atau dibutuhkan oleh setiap individu yang memampukan mereka untuk melakukan tugas dan tanggung jawab mereka secara efektif dan meningkatkan standar kualitas profesional dalam pekerjaan mereka.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan karakteristik yang melekat pada diri seseorang yang menyebabkan seseorang itu akan mampu untuk memprediksi sekelilingnya dalam suatu pekerjaan atau situasi. Mengkomunikasikan hasil kerja strategis sumber daya manusia pada atasan Untuk mengatur kinerja strategis sumber daya manusia, harus mampu mengkomunikasikan pemahaman mengenai dampak strategis Keyakinan terhadap diri maupun terhadap orang lain akan sangat memengaruhi perilaku. Apabila orang percaya bahwa mereka tidak kreatif dan inovatif, mereka tidak akan berusaha berpikir tentang cara baru atau berbeda dalam melakukan sesuatu.

* 1. **Keterampilan**

Keterampilan komunikasi memainkan peranan di berbagai bidang Berbicara di depan umum merupakan keterampilan yang dapat dipelajari, dipraktikkan, dan diperbaiki. Keterampilan tersebut juga dapat diperbaiki dengan instruksi, praktik dan umpan balik.

* 1. **Pengalaman**

Keahlian dari banyak kompetensi memerlukan pengalaman mengorganisasi orang, komunikasi di hadapan kelompok, menyelesaikan masalah, dan sebagainya. Orang yang tidak pernah berhubungan dengan organisasi besar dan kompleks tidak mungkin mengembangkan kecerdasan organisasional untuk memahami dinamika kekuasaan dan pengaruh dalam lingkungan tersebut.

* 1. **Karakteristik Kepribadian**

Dalam kepribadian termasuk banyak faktor yang di antaranya sulit untuk berubah. Akan tetapi, kepribadian bukannya sesuatu yang tidak dapat berubah. Kenyataannya, kepribadian seseorang dapat berubah sepanjang waktu. Orang merespon dan berinteraksi dengan kekuatan dan lingkungan sekitarnya.

* 1. **Motivasi**

Motivasi merupakan faktor dalam kompetensi yang dapat berubah. Dengan memberikan dorongan, apresiasi terhadap pekerjaan bawahan, memberika pengakuan dan perhatian individual dari atasan dapat mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi kerja seseorang bawahan.

* 1. **Isu Emosional**

Hambatan emosional dapat membatasi penguasaan komunikasi organisasi. Takut membuat kesalahan, menjadi malu, merasa tidak disukai atau tidak menjadi bagian, semuanya cenderung membatasi motivasi dan inisiatif. Perasaan tentang kewenangan dapat mempengaruhi kemampuan komunikasi dan menyelesaikan konflik dengan atasan. Orang mungkin mengalami kesulitan mendengarkan orang lain apabila mereka tidak merasa didengar.

* 1. **Kemampuan Intelektual**

Komuniaksi tergantung pada pemikiran kognitif seperti pemikiran konseptual dan pemikiran analitis. Tidak mungkin memperbaiki melalui setiap intervensi yang diwujudkan suatu organisasi. Sudah tentu faktor seperti pengalaman dapat meningkatkan kecakapan dalam kompetensi ini.

* 1. **Budaya Organisasi**

Budaya organisasi memengaruhi kompetensi sumber daya manusia dalam kegiatan sebagai berikut:

Praktik rekrutmen dan seleksi pegawai mempertimbangkan siapa di antara pekerja yang dimasukkan dalam organisasi dan tingkat keahliannya tentang kompetensi. Semua penghargaan mengomunikasikan pada pekerja bagaimana organisasi menghargai kompeten. Praktik pengambilan keputusan memengaruhi komunikasi dalam memberdayakan orang lain, inisiatif, dan memotivasi orang lain.Filosofi organisasi-misi, visi dan nilai-nilai berhubungan dengan komunikasi dalam organisasi. Komitmen pada kompetensi dan pengembangan mengomunikasikan pada pekerja tentang pentingnya komunikasi organisasi tentang pembangunan berkelanjutan. Proses organisasional yang mengembangkan pemimpin secara langsung memengaruhi kompetensi kepemimpinan.

**Metode Komunikasi organisasi**

Menurut Bernadian dan Rusell dalam Sunyoto (2012: 142), metode komuniaksi terdiri dari dua kategori, yaitu*:*

* 1. *Informational Methods*

*Informational methods* adalah metode komuniaksi yang dilakukan dengan menyampaikan informasi yang bersifat langsung atau berorientasikan. Cara atau teknik yang digunakan dalam metode ini seperti kuliah, presentsasi audiovisual, dan *self directed learning*.

* 1. *Experiental Methods*

*Experiental methods* adalah metode mengajarkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan-kemampuan dengan komunikasi yang fleksibel, dinamis baik dengan instruktur, sesama peserta maupun memanfaatkan langsung fasilitas yang tersedia baik. Komunikasi ini merupakan metode yang bersifat fasilitatif dan berorientasi peserta. Hal ini dapat dilakukan dengan cara diskusi kelompok, studi kasus dan sebagainya. Para peserta yang turut dalam ini dengan menuangkan pemikiran dan pengetahuannya akan berpengaruh pada perilaku masing-masing.

**Tujuan Komunikasi organsiasi**

Disetiap organisasi wajib mengembangkan komunikasi seluas-luasnya sehingga tidak tertinggal dengan sistem perkembangan komunikasi di organisasi modern saat ini. Dengan meningkatkan komunikais organsiasi akan menumbuhkan manfaat bagi organisasinya dan juga meningkatkankan motivasi pekerja.

**Pengertian Motivasi**

Motivasi kerja pegawai sangat penting dalam menentukan tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan, karena dengan motivasi pegawai dapat bekerja lebih produktif lagi untuk mencapai tujuan-tujuan perusahan Motivasi merupakan suatu keadaan atau kondisi yang mendorong, merangsang dan menggerakan seseorang untuk melakukan sesuatu atau kegiatan dilakukannya sehingga ia dapat mencapai tujuannya.

Menurut Hasibuan (2007:141) “Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan.” Dorongan atau gerakkan yang timbul dari dalam ataupun luar seseorang untuk melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya, dorongan dan gerakkan tersebut biasa dikatakn motif ataupun motivasi.

Menurut Anoraga (2009:160) “Motivasi merupakan sesuatu yang mendorong seseorang berbuat sesuatu”. Agar seseorang mau melakukan sesuatu pekerjaan, orang tersebut memerlukan motivasi. Motivasi suatu individu dapat timbul dari dalam diri individu (motivasi intrinsik) dan dapat timbul dari luar individu (motivasi ekstrinsik). Dan keduanya mempunyai pengaruh terhadap perilaku dan prestasi kerja.

Segala sesuatu berupa keahlian dan mengarahkan pegawai atau organisasi untuk bekerja lebih maksimal, agar tujuan dari pegawai dan organisasi tersebut dapat tercapai. Menurut Krether dan Kinichi dalam buku Wibowo (2014:322) “Motivasi merupakan proses psikologis yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku pada pencapaian tujuan atau *goal-directed behavior*.”

 Motivasi merupakan suatu proses dari dalam diri atau psikologis pelaku untuk membangkitkan dan mengarahkan pelaku tersebut agar mencapai tujuannya. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah segala suatu kondisi atau keadaan yang mendukung seseorang menggerakkan motif dan dipengaruhi dari luar seseorang. Menurut Mangkunegara (2010:61) motivasi terbentuk dari sikap (attitute) karyawan dalam menghadapi stuasi kerja diperusahaan (situation). Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan

**Tujuan Motivasi**

Tujuan motivasi ini berkaitan dengan kinerja dan semangat kerja pegawai di perusahaan, apabila pegawai termotivasi untuk bekerja maka hasil pekerjaannya pun akan sangat memuaskan dan akan tercapailah tujuan suatu instansi atau organisasi. Menurut Hasibuan (2007:146) tujuan motivasi antara lain:

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kinerja pegawai.
2. Meningkatkan kerja pegawai.
3. Mempertahankan kestabilan pegawai.
4. Meningkatkan kedisiplinan kerja.
5. Mengefektifkan pengadaan pegawai.
6. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
7. Meningkatkan loyalitas, kreativitas, dan partisipasi pegawai.
8. Meningkatkan tingkat kesejahteraan pegawai.
9. Mempertinggi rasa tanggungjawab pegawai terhadap tugas-tugasnya.
10. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

Tujuan dari motivasi ini untuk meningkatkan kerja pegawai agar lebih giat lagi dalam bekerja, menciptakan loyalitas pegawai terhadap perusahaan, kesejahteraan pegawai dan juga menciptakan hubungan baik antara bawahan dan atasan. Apabila motivasi tersebut dapat menciptakan kesejahteraan pegawai, maka perusahaan tidak akan khawatir lagi apabila terjadi hal-hal yang dapat membuat pegawai kecewa atas kebijakan manajemen. Tindakan memotivasi akan lebih dapat berhasil jika tujuannya jelas dan disadari oleh yang dimotivasi serta sesuai dengan kebutuhan orang yang dimotivasi. Oleh karena itu, setiap orang yang akan memberikan motivasi harus mengenal dan memahami benar- benar latar belakang kehidupan, kebutuhan, dan kepribadian orang yang akan dimotivasi.

**Asas-asas Motivasi**

Pemberian motivasi dilaksanakan dengan mempertimbangkan asas-asas motivasi, dengan tujuan agar motivasi yang diberikan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pegawai. Menurut Hasibuan (2006:221) Asas-asas motivasi ini mencakup :

1. Asas keikutsertaan
2. Asas komunikasi
3. Asas pengakuan
4. Asas wewenang yang didelegasikan
5. Asas adil dan layak
6. Asas perhatian timbal-balik

**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi**

Aspek-aspek yang mempengaruhi motivasi atau menentukan intensitas dari motivasi dikenal sebagai dimensi motivasi (Singgih D. Gunarsa, 2008:52). Sedangkan menurut Hamzah B. Uno,( 2008 : 22 ) mengatakan bahwa motivasi adalah dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku, yang mempuyai indikator sebagai berikut, faktor intrinsik yaitu: (1) adanya hasrat dan keinginan berhasil, (2) adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar, (3) adanya harapan dan cita-cita masa depan, (4) adanya penghargaan dalam belajar, (5) adanya kegiatan yang menarik dalam belajar, (6) adanya lingkungan kerja yang kondusif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dibagi menjadi dua yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik dan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsik. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik yaitu :(1) adanya hasrat dan keinginan berhasil, (2) adanya dorongan dan kebutuhan dalam bekerja, (3) adanya harapan dan cita-cita masa depan, (4) adanya penghargaan dalam belajar. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsiknya yaitu (5) adanya penghargaan dalam bekerja, (6) adanya kegiatan yang menarik dalam bekerja, (7) adanya lingkungan bekerja yang kondusif.

**Tujuan dan Manfaat Motivasi**

Terdapat beberapa tujuan dan manfaat motivasi menurut Malayu (2015:146) antara lain :

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja pegawai.
2. Meningkatkan produktifitas kerja pegawai.
3. Mempertahankan kestabilan pegawai meningkatkan kedisiplinan pegawai.
4. Mengefektifkan pengadaan pegawai.
5. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
6. Meningkatkan loyalitas, kreatifitas, dan partisipasi pegawai.
7. Meningkatkan tingkat kesejahteraan pegawai.
8. Mempertinggi rasa tanggung jawab pegawai terhadap tugas-tugasnya.
9. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

**Prinsip-prinsip dalam motivasi kerja**

Terdapat beberapa prinsip dalam memotivasi kerja pegawai menurut Syaiful dan Aswan (2012:27), diantaranya yaitu:

1. Prinsip Partisipasi

Dalam upaya memotivasi kerja, pegawai perlu diberikan kesempatan ikut berpartisipasi dalam menentukan tujuan yang akan dicapai oleh pemimpin.

1. Prinsip Komunikasi

Pemimpin mengkomunikasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan usaha pencapaian tugas, dengan informasi yang jelas, pegawai akan lebih mudah dimotivasi kerjanya.

1. Prinsip mengakui andil bawahan

Pemimpin mengakui bahwa bawahan (pegawai) mempunyai andil didalam usaha pencapaian tujuan. Dengan pengakuan tersebut, pegawai akan lebih mudah di motivasi kerjanya.

1. Prinsip pendelegasian wewenang

Pemimpin yang memberikan otoritas atau wewenang kepada pegawai bawahan untuk sewaktu waktu dapat mengambil keputusan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, akan membuat pegawai yang bersangkutan menjadi termotivasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh pemimpin.

1. Prinsip pemberi perhatian

Pemimpin memberikan perhatian terhadap apa yang diinginkan pegawai bawahannya, akan memotivasi pegawai bekerja apa yang diharapkan oleh pemimpin.

Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli diatas penulis sampai pada pemahaman bahwa prinsip dalam memotivasi kerja pegawai yaitu prinsip partisipasi, prinsip komunikasi, prinsip mengakui andil bawahan, prinsip pendelagasian wewenan dan prinsip pemberi perhatian. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat digambarkan suatu paradigma penelitian mengenai pengaruh kelelahan terhadap kinerja petugas, sebagai berikut:

**Komunikasi Organsiasi**

* + - 1. Komunikasi Internal
			2. Komunikasi Vertikal
			3. Komunikasi Horisontal
			4. Komunikasi Eksternal

**Effendy U(2013:125)**

**Motivasi Kerja**

* + - 1. Kebutuhan Mempertahankan Hidup
			2. Kebutuhan Sosial

**Robin (2011:199)**

Gambar 2.1

Paradigma penelitian

# THE METHOD

Menurut Sugiyono (2013:2) menyatakan bahwa: “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan keguaan tertentu”. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan metode survey. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yang bertujuan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian pada masa sekarang dengan menggunakan pengaruh antara berbagai variabel.

Menurut Sugiyono (2013:12) menjelaskan bahwa: Metode penelitian kuantitaif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berl”andaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan dengan cara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapka”

Menurut Sugiyono (2008:11) menjelaskan bahwa: Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam mengumpulkan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, terst, wawancara terstruktur dan sebagainya. Adapun alasan peneliti memilih metode survey karena menggunakan kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan terstuktur yang sama pada semua responden.

**Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Teknik analisis data menggunakan program SPSS versi 16, untuk menentukan validitas, reliabilitas, koefisen korelasi dan uji hipotesis

Validitas adalah sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Demikian juga kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Besarnya r tiap butir pernyataan dapat dilihat dari hasil SPSS pada kolom *Corrected item Total correlation.* Kriteria uji validitas secara singkat apabila nilai rhitung > rtabel. Jika korelasi rhitung sudah lebih besar dari rtabel, pernyataan yang dibuat dikategorikan shahih/valid (Santoso, 2000:57).

Menurut Masrum yang dikutip oleh Sugiyono (2008:11) menyatakan bahwa: “Biasanya syarat minimum untuk dianggap valid adalah r = 0,300”. Jadi apabila korelasi antar butir-butir dengan skor total kurang dari 0,300 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total.

**Teknik Analisis Data**

Dalam pengujian hipotesis digunakan teknik statistik kolerasi sederhana, korelasi sederhana.

Rumus persamaan regresi sederhana : Y = a + bX

*Sumber: Sugiyono (2013:233)*

Dimana:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| X | = | Variabel bebas |
| Y | = | Variabel terikat |
| ab  | == | Nilai dari Y apabila X=0 Pengaruh positif atau negetif |

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

KD = r2 x 100%

 *Sumber: Sarwono (2006:114)*

Dimana:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| KD | = | Nilai koefisien determinasi (koefisien penentu) |
| R | = | Nilai koefisien korelasi |

Pengujian lanjutan yaitu uji signifikansi yang berfungsi apabila peneliti ingin mencari makna hubungan variabel X terhadap Y, maka hasil korelasi tersebut diuji dengan uji signifikansi dengan rumus:

$$t=\frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^{2}}}$$

*Sumber: Sugiyono (2013:251)*

Dimana:

r = nilai koefisien korelasi

t = deviasi harga kritis yang dicari

n = jumlah sampel

Distribusi (tabel t) untuk $α$ = 0,05 dan derajat kebebasan (dk = n – 2)

Kaidah keputusan:

Jika thitung > ttabel, maka Ha diterima dan Ho ditolak

Jika thitung < ttabel, maka Ha ditolak dan Ho diterima

# RESULT AND DISCUSSION

**Uji Validasi Dan Reliabilitasi**

Uji validitas ini dilakukan untuk menguji kelayakan setiap butir pernyataan dalam kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan hasil hitung sebagai berikut:

**TABEL**

**HASIL ANALISIS UJI VALIDITAS KUESIONER VARIABEL**

**KOMUNIKASI ORGANISASI (X)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **R Hitung** | **R tabel** | **Keterangan** |
| 1 | 0,849 | 0,224 | Valid |
| 2 | 0,700 | 0,224 | Valid |
| 3 | 0,700 | 0,224 | Valid |
| 4 | 0,700 | 0,224 | Valid |

*Sumber: output SPSS versi 24,2021 (data di olah kembali)*

Kriteria yang digunakan jika r hitung < r tabel maka item angket dinyatakan tidak valid berdasarkan kriteria tersebut semua pernyataan sebanyak 4 item dinyatakan valid.

Untuk uji reabilits peneliti juga melakukan perhitungan dengan menggunakan *statitical produc and services solution* (SPSS) versi 24.0 *for window* dan didapatkan hasil pada tabel sebgai berikut:

**TABEL**

**UJI RELIABILITAS *OUTPUT* SPSS VARIABEL X**

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .888 | 4 |

Untuk kriteria uji reabilitas adalah jika nilai Alpha > 0,60 maka dinyatakan reliabel. Berdasarka hasil uji reabilitas tersebut diketahui nilai alpha 0,888 maka menurut kriteria uji reabilitas pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner Uji validitas ini dilakukan untuk menguji kelayakan setiap butur pernyataan dalam kuesioner. uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan hasil hitung sebagai berikut:

 **TABEL**

**HASIL ANALISIS UJI VALIDITAS KUESIONER VARIABEL**

**MOTIVASI KERJA (Y)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **R Hitung** | **R tabel** | **Keterangan** |
| 1 | 0,578 | 0,224 | Valid |
| 2 | 0,511 | 0,224 | Valid |
| 3 | 0,589 | 0,224 | Valid |
| 4 | 0,491 | 0,224 | Valid |

*Sumber: output SPSS versi 24,2021 (data di olah kembali)*

Kriteria yang digunakan jika r hitung < r tabel maka item angket dinyatakan tidak valid berdasarkan kriteria tersebut semua pernyataan sebanyak 4 item dinyatakan valid.

Untuk uji reabilits peneliti juga melakukan perhitungan dengan menggunakan  *statitical produc and services solution* (SPSS) versi 24.0 *for window* dan didapatkan hasil pada tabel sebgai berikut:

**TABEL**

**UJI RELIABILITAS *OUTPUT* SPSS VARIABEL Y**

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .772 | 4 |

Untuk kriteria uji reliabilitas adalah jika nilai Alpha > 0,60 maka dinyatakan reliable. Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut diketahui nilai alpha 0,772 maka menurut Kriteria uji reliabilitas pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner motivasi kerja perawat di ruang amarilis RSUD Cilacap dinyatakan reliable.

**Koefisien Korelasi**

Untuk mengetahui koefisien korelasi keselamatan kerja (x) dengan motivasi kerja karyawan (y) dapat dianalisis dengan menggunakan perhitungan product moment method sebagai berikut:

Ʃx2 ₌ 1335,333

Ʃy2 ₌ 947,755

Ʃxy ₌ 735,249

Perhitungan:

$$rxy=\frac{∑xy}{\sqrt{(\sum\_{}^{}x^{2})(\sum\_{}^{}y^{2})}}$$

$$rxy=\frac{735,249}{\sqrt{(1335,333)×(947,755)}}$$

$$rxy=\frac{735,249}{1124,975}$$

$$rxy=0,65$$

Berdasarkan hasil perhitungan secara manual diatas untuk mencari besarnya korelasi atau hubungan komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja dalam penelitian ini. Diperoleh hasil koefisien korelasi (r) yaitu sebesar 0,65 sebagai pembanding penelitian program *statitical produc and services solution* (SPSS) versi 24.0 *for window* untuk mengetahui besarnya korelasi atau hubungan komunikasi organisasi terhadap motivasi pegawai di RSUD Cilacap dengan perhitungan sebagai berikut:

**TABEL**

**KOEFISIEN KORELASI *OUTPUT* SPSS**

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .650a | .422 | .411 | 3.21534 |
| a. Predictors: (Constant), Komunikasi organisasi |

Berdasarkan tabel tersebut diketahui koefisien korelasi (r) atau hubungan antar variabel peneliti adalah sebesar 0,650. Berdasarkan hasil penghitungan yang telah di interpretasikan sesuai tabel diatas, maka didapatkan hasil bahwa korelasi atau hubungan variabel komunikasi organsiasi terhadap motivasi pegawai ruang amarilis RSUD Cilacap tingkat kuat.

**Koefisien Determinasi**

Setelah melakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat korelasi atau hubungan kedua variabel dalam penelitian, maka langkah selanjutnya adalah mencari besarnya pengaruh variabel komunikasi organisasi (X) terhadap motivasi kerja (Y), dengan perhitungan sebagai berikut:

Kd = r2 x 100%

Kd = (0,65)2 × 100%

Kd = 0,422 × 100%

Kd = 42,2%

 Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 42,2%. Sebagai perbandingan perhitungan untuk menentukan koefisien determinasi peneliti juga melakukan perhitungan dengan menggunkan *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 24.0 *for Window* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

 **TABEL**

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .650a | .422 | .411 | 3.21534 |
| a. Predictors: (Constant), Komunikasi Organisasi |

**KOEFISIEN DETERMINASI *OUTPUT* SPSS**

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,442 atau 42,2%. Sehingga dapat dipastikan bahwa besarnya pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi pegawai adalah sebesar 42,2% Artinya keselamatan kerja sangat berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan dalam melakukan setiap aktivitasnya pekerjaannya. Sedangkan sisanya sebesar 57,8% merupakan pengaruh dari faktor lain seperti reward, tunjangan bagi pegawai yang menyelesaikan pekerjaan tepat pada waktunya.

**Pengujian Hipotesis**

Untuk mengetahui tidak adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka peneliti melakukan uji t dengan pehitungan sebagai berikut:

$$t=r\frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^{2}}}$$

$$t=0,65 \frac{\sqrt{55-2}}{\sqrt{1-(0,65)^{2}}}$$

$$t=0,65 \frac{\sqrt{53}}{\sqrt{ }0,578}$$

$$t=0,65 \frac{7,280109889}{0,760263112}$$

$$t=0,65×9,575776825 $$

$$t=6,219$$

Dari perhitungan tersebut, maka dapat diketahui bahwa thitung adalah 6,287 Sebagai perbandingan perhitungan untuk mencari thitung peneliti juga melakukan perhitungan dengan menggunkan *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 24.0 *for Window* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

**TABEL**

**UJI SIGNIFIKAN KOEFISIEN KORELASI**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 13.892 | 2.163 |  | 6.423 | .000 |
| Komunikasi Organsisasi | .547 | .088 | .650 | 6.219 | .000 |
| a. Dependent Variable: Motivasi kerja |

Berdasarkan perhitungan manual dan SPSS uji t di atas, didapatkan hasil thitung sebesar 6,219, selanjutnya terdapat ketentuan sebagai berikut:

1. Jika thitung > ttabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Xdan variabel Y.
2. Jika thitung < ttabel, maka Ho diterima da Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Xdan variabel Y.

Dari hasil analisis tersebut diperoleh thitung sebesar 6,219 dan ttabel sebesar 1,673 (dk = 55-2; a = 10%) Sehingga berdasarkan ketentuan di atas, bahwa thitung > ttabel dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komuniaksi organisasi terhadap motivasi kerja perawat di ruang amarilis RSUD Cilacap.

**Persamaan Regresi**

Persamaan regresi digunakan untuk membuktikan apakah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif atau pengaruh yang negatif. Pengaruh positif memiliki arti apabila variabel bebas semakin meningkat maka variabel terikat dalam penelitian ini juga semakin meningkat. Dengan kata lain variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti memiliki pengaruh yang berbanding lurus.

Sebaliknya pengaruh negatif yang mengindikasikan pengaruh variabel bebas dan variabel terikat sebagai pengaruh yang berbanding terbalik. Artinya apabila variabel bebas semakin meningkat maka variabel semakin menurun.

Bentuk persamaan regresi sederhana menurut Sugiyono (2015: 188) adalah sebagai berikut:

Y = a + bX

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan

X = Nilai variabel bebas atau independen

a = Konstanta atau harga bila X = 0

b = Koefisien regresi

Berdasarkan tabel 4.67 uji koefisien korelasi di atas maka dapat diperoleh persamaan regresi variabel keselamatan kerja dan motivasi kerja dalam penelitian sebagai berikut:

Y = a + bX

Y = 13.892+ 0,547X

Keterangan:

a = 13892

b = +0,547X

Y = Nilai yang diprediksikan ( komunikasi organisasi)

X = Nilai variabel bebas atau independen ( motivasi pegawai)

Pada persamaan regresi di atas diperoleh nilai b yang positif yang mengindikasikan bahwa pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi pegawai meupakan pengaruh yang positif atau berbanding lurus. Hal ini menunjukan bahwa nilai motivasi pegawai juga akan semakin meningkat pada ruang amarilis RSUD Cilacap. Dengan kata lain semakin baik komunikasi organisasi yang dilakuka, motivasi kerja pun akan semakin baik pula, sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja dalam suatu organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian tentang seberapa besar pengaruh komunikasi organiasi terhadap motivasi pegawai dengan hasil pengolahan secara manual data juga menggunakan program *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 24.0 *for Window* dengan hasil analisis sebagai berikut:

1. Diperoleh hasil koefisien korelasi yaitu r = 0,65, berdasarkan tabel 4.65 tentang tingkat koefisien korelasi bahwa koefisien atau Hubungan komunikasi organisasi terdapat motivasi pegawai di ruang amarilis RSUD Cilacap Memiliki tingkat hubungan kuat.
2. Berdasarkan mengenai perhitungan koefisien determinasi, diperoleh koefisien determinasi yaitu R square = 0,422 atau 42,2% yang artinya bahwa pengaruh komukasi organisasi terhadap motivasi pegawai adalah sebesar 42,2% dan dapat disimpulkan bahwa setiap komunikasi organisasi sangat berpengaruh terhadap motivasi pegawai dalam melakukan setiap aktivitasnya pekerjaannya.
3. Berdasarkan perhitungan uji signifikansi pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi pegawai diperoleh hasil t hitung sebesar 1,673 dan tingkat signifikansi 0,000. Dengan tingkat kesalahan 10% atau 0,1 uji dua pihak dan dk = n – 2 = 53 maka diperoleh t tabel sebesar 1,673. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi organisasi (X) terhadap variabel motivasi kerja (Y) pada ruang amarilis RSUD Cilacap
4. Didapatkan persamaan regresi variabel komunikasi organisasi (X) dan variabel motivasi pegawai (Y) = 13.892 + 0,547X. Nilai b yang positif mengindikasikan pengaruh yang positif mengenai komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya nilai komunikasi organisasi maka motivasi kerja juga akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan peneliti tersebut mengenai pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi pegawai dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komuniasi organisasi (X) terhadap variabel motivasi kerja (Y). Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Mangkunegara (2002:162 yaitu, ’’Dengan meningkatnya komuniaksi dalam suatun organisasi maka dapat dipastikan motivasi pegawai akan meningkat. Hasil penelitian menunjukan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yaitu Risky Anis safitri (2019) menunjukan terdapat pengaruh antara komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja. Sedangkan dari hasil penelitian Malinda oktaviani (2016) Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi dengan arah positif.

# CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja perawat di ruang amarilis RSUD Cilacap. Artinya apabila komunikasi organisasi yang dilaksanakan semakin baik maka motivasi kerja akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya apabila komunikasi organisasi yang dilaksanakan semakin buruk maka motivasi kerja akan mengalami penurunan.

**REFERENCES**

Ahmad Tohardi. 2002. *Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Tanjung Pura. Bandung: Mandar Maju,

Alex S. Nitisemito. 2000. *Manajemen Personalia: Manajemen Sumber Daya Manusia,* Ed. 3. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Anwar Prabu Mangkunegara. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pen. PT Refika Aditama

Basu Swastha.2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty

Bilson, Simamora. 2006. *Riset Pemasaran*. Jakarta. Gramedia Utama

Cahyono, Achmad B., 2004. *Keselamatan Kerja Bahan Kimia di Industri*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Danim, Sudarwan. 2008. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Dessler, Gary. 2013. *Human Resource Management.* Edisi ke-13. London: Pearson.

Edy Sutrisno. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.

Gomes dan Cardoso, Faustino. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset.

Gouzali Saydam. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Resource) Suatu Pendekatan Mikro*. Jakarta: Djanbatan.

Hasibuan, Malayu S.P. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Refika Adimata.

Mathis, Robert. L & Jackson John. H. 2002 *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.

Mondy R Wayne. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.

Notoatmodjo,S. 2009. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2004. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

P. Siagian, Sondang. 2002. *Kepemimpinan Organisasi & Perilaku Administrasi*, Jakarta: Penerbit Gunung Agung

Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Edisi 1. Cetakan Kedelapan. Yogyakarta: BPFE.

Robinns, Stephen. P., Timothy A. Judge. 2003. *Perilaku Organisasi Buku 1 Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat

Robbins dan Coulter (2010

Sunyoto, D. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : CAPS

Simamora, H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Schermenharn, John R. 2003. *Manajemen. Edisi Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sedarmayanti. 2001*. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.

Sinungan, Muchdarsyah. 2003. *Produktivitas apa dan Bagaimana*. Jakarta: Bumi Aksara

Slamet, 2007. *Kiat Meningkatkan Kinerja,* Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Supardi. 2003. *Kinerja Karyawan*. Jakarta: Ghalia.

Sumarsono, S. 2009. *Ekonomi Sumber Daya Manusia Teori dan Kebijakan Publik*. Jogyakarta : Graha Ilmu.

Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-1. Jogjakarta: *Center For Academic Publishing Service* (CAPS).

Sutrisno, Edi. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Simanjuntak, Payaman J. 2002. P*roduktivitas Kerja Pengertian dan Ruang Lingkupnya.* Jakarta: Prisma.

Veithzal Rivai. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Taja Grafindo Persada.

Wibowo. 2008. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.