

HUBUNGAN KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN SEMANGAT KERJA PEGAWAYI PADA KANTOR KELURAHAN PASAR PAGI KOTA SAMARINDA

NUR RIZKI ARIFIANI¹

Abstrak

Artikel ini berisi tentang hubungan komunikasi organisasi dengan semangat kerja pegawai pada kantor Kelurahan Pasar Pagi Kota Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan format eksplanasi. Populasi dalam penelitian ini ada 20 orang dan yang menjadi sampel merupakan semua dari populasi. Skala yang digunakan ialah skala likert dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah korelasi Product Moment dengan hasil perhitungan $t_{hitung} = 2796$ dan harga t_{tabel} untuk 20 responden pada tingkat kepercayaan 95% dan alpha 0,05 dengan test dua sisi (two-tailed test) adalah 0,424. Jadi terlihat bahwa t_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} yaitu $2796 \geq 0,424$ dengan demikian hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan komunikasi organisasi dengan semangat kerja pegawai pada kantor Kelurahan Pasar Pagi Kota Samarinda. Dari hasil uji korelasi antara variabel komunikasi organisasi dan variabel semangat kerja pegawai dapat disimpulkan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi bahwa arah hubungan yang terdapat antara variabel Komunikasi Organisasi adalah tergolong sedang.

Kata kunci : *Komunikasi Organisasi, Semangat Kerja Pegawai*

Latar Belakang

Komunikasi organisasi dalam sebuah organisasi sangatlah penting, pesan informasi yang dipertukarkan diantara masing-masing anggota pada gilirannya harapan-harapan yang menjadi keinginan setiap anggota organisasi akan terealisasi dengan baik guna untuk mencapai satu tujuan yang baik untuk kepentingan bersama. Komunikasi organisasi merupakan suatu cara untuk menghubungkan orang-orang dengan perantara ide-ide, fakta, pikiran-pikiran dan nilai-nilai sehingga mereka dapat membagi apa yang mereka rasakan.

Dalam suatu organisasi diperlukan suatu sistem yang dapat menunjang kinerja organisasi tersebut. Pencapaian tujuan organisasi memerlukan kerjasama yang baik antar komponen di dalamnya. Untuk itu diperlukan sekali adanya komunikasi yang baik antar anggota didalamnya, peran komunikasi dalam suatu organisasi dapat menciptakan hubungan kerja yang kondusif dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Komunikasi yang sehat dan lancar yang terjalin dan terjadi diantara pegawai dapat menimbulkan keselarasan dan keserasian bagi para pegawai dalam mencapai tujuan yang mereka inginkan dan bagi organisasi hal ini merupakan suatu kondisi yang dapat memperlancar kerjasama guna mencapai tujuan organisasi.

¹ Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nurrizki.arifiani@yahoo.com

Kelurahan pasar pagi kota samarinda merupakan salah satu kelurahan yang bergerak di bidang pelayanan, mempunyai visi memberikan pelayanan yang baik guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan tepat waktu, kualitas dan kuantitas, serta dengan kerja yang profesional dan efisien. Dalam upaya mewujudkan visi dan misi tersebut tentunya harus didukung oleh sumberdaya manusia yang berkualitas. Sebagai instansi yang bergerak di bidang jasa senantiasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik terhadap masyarakat, pelayanan ini senantiasa terus ditingkatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat agar mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh kelurahan pasar pagi kota samarinda. Dalam upaya mencapai harapan tersebut, Kelurahan pasar pagi kota samarinda dihadapkan pada beberapa masalah yang berkaitan dengan perilaku pegawai berhubungan dengan upaya peningkatan kinerja pegawai maupun organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam usaha meningkatkan semangat kerja pegawai maka perlu dilakukan penelitian tentang “Hubungan komunikasi organisasi dengan semangat kerja pada kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda.”

Teori dan Konsep

Menurut Barnard Teori hubungan manusia, teori ini menekankan pada pentingnya komunikasi dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi. Teori ini menyarankan peningkatan dan penyempurnaan suatu organisasi dengan meningkatkan kepuasan anggota organisasi dan menciptakan organisasi yang dapat membantu individu mengembangkan potensinya. Dengan meningkatkan kepuasan kerja akan mempertinggi semangat pegawai, 1938. (Muhammad 2009,p 40).

Dari pembahasan teori di atas dapat disimpulkan bahwa suatu komunikasi baik komunikasi organisasi dibutuhkan suatu hubungan sosial dengan adanya komunikasi yang baik serta dapat terjalannya hubungan kerja sama antara bawahan kepada atasan atau sebaliknya. Dengan begitu bawahan para pegawai dapat termotivasi dan dapat berkerja dengan penuh semangat. Dengan begitu jelaslah hubungan komunikasi organisasi dapat memotivasi kerja pegawai.

Berdasarkan teori tersebut diatas, penulis menganggap perlu untuk mengemukakan teori dan konsep yang relevan dan mendukung penelitian ini. Yaitu antara lain pentingnya suatu komunikasi di dalam sebuah organisasi dalam bentuk komunikasi organisasi terhadap peningkatan semangat kerja pegawai untuk mencapai tujuan bersama.

Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. (Onong,2004, p.5).

Teknik komunikasi adalah cara atau ‘seni’ penyampaian suatu pesan yang dilakukan seseorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai panduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran, dan sebagainya (onong, 2004, p.6).

Pernyataan tersebut dibawakan oleh lambang, umumnya bahasa. Dikatakan bahwa umumnya bahasa yang dipergunakan untuk menyalurkan pernyataan itu, sebab ada juga lambang lain yang di yang dipergunakan, antara lain kial- yakni gerakan anggota tubuh –

gambar, warna, mencibirkan bibir, atau menganggukan kepala adalah kias yang merupakan lambang untuk menunjukkan perasaan atau pikiran seseorang.

Fungsi Komunikasi

Erlina Hasan (2005:22) menyebutkan komunikasi dikatakan memiliki peran dominan kehidupan manusia, sehingga fungsi komunikasi adalah mencapai tujuan peran tersebut, yaitu antara lain Mencapai pengertian satu sama lain, Membina kepercayaan, Mengkoordinir tindakan, Merencanakan strategi, Melakukan pembagian pekerjaan, Melakukan aktifitas kelompok dan Berbagi rasa.

Robbins (dalam Erlina Hasan (2005:23) mensyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau dalam kelompok tertentu, yaitu fungsi pengawasan, fungsi semangat, fungsi pengungkapan emosional dan fungsi informasi.

Fungsi – fungsi komunikasi tersebut diatas merupakan bagian integral dari fungsi – fungsi organisasi dan apabila masuk pada bidang pemerintahan, fungsi tersebut ditambah adanya pemberdayaan. Oleh sebab itu perlu adanya kemampuan aplikatif dalam mengoperasionalkan urusan – urusan pemerintah.

Tujuan komunikasi

Apapun yang dilakukan seseorang pasti akan bermuara pada hasil akhir yang hendak dicapai. Jadi karena komunikasi juga dipahami sebagai suatu proses maka sudah tentu ada tujuan yang hendak dicapai. Guna memperoleh pemahaman tentang tujuan komunikasi, berikut ini dikutip beberapa pendapat pakar komunikasi tentang tujuan komunikasi.

Berlo (dalam Erlina Hasan (2005:26-27) mengemukakan tujuan komunikasi dapat ditinjau dari dua aspek, yakni aspek yang bersifat umum dan aspek spesifik. Tujuan komunikasi dilihat secara umum meliputi hal – hal berikut; (1) *informative*, (2) *persuasive*, dan (3) *entertainment*.

Sutarto (1991:80) mengemukakan tujuan komunikasi yang bersifat spesifik diartikan sebagai: Suatu kondisi yang tidak kontradiktif secara logika atau tidak konsisten dengan komunikasi itu sendiri; Berpusat pada perilaku yaitu diekspresikan dalam pengertian perilaku manusia, Cukup relevan bagi kita untuk dapat menghubungkannya dengan perilaku komunikasi yang aktual, Konsisten dengan cara orang – orang berkomunikasi.

Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Bila organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya. Organisasi kecil, yang anggotanya hanya tiga orang, proses komunikasi yang berlangsung relatif sederhana. Tetapi organisasi yang anggotanya seribu orang menjadikan komunikasinya sangat kompleks.

Telah diutarakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian adalah informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian. Yang dimaksud dengan komunikasi dalam organisasi adalah suatu proses penyampaian informasi, ide-ide, di antara para anggota organisasi secara timbal-balik dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wursanto, 2002, p.157).

Pengaruh Komunikasi terhadap Perilaku Organisasi.

Sebagai komunikator, seorang pemimpin organisasi, manajer, atau administrator harus memilih salah satu berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi dilancarkan. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan penyampaian pesannya kepada peranannya yang sedang dilakukannya. Dalam hubungan ini, Henry Mintzberg seorang profesor manajemen pada McGill University di Montreal-Kanada, menyatakan wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan: peranan antarpersona; peranan informasi; dan peranan memutuskan.

1. Peranan antarpersona seorang manajer meliputi tiga yaitu peranan tokoh, peranan pemimpin, peranan penghubung.
2. Peranan informasi. Peranan informasional meliputi peranan-peranan sebagai peranan monitor, peranan penyebar, peranan juru bicara.
3. Peranan memutuskan. Ada empat peranan yang dicakup pada peranan yaitu peranan wiraswasta, peranan pengendali gangguan, peranan penentu sumber, peranan perunding.

Dimensi Komunikasi Dalam Kehidupan Organisasi

1. Komunikasi internal.
 - a. Komunikasi organisasi, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi organisasi, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, dll kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dsb. kepada pimpinan.
 - b. Komunikasi horizontal atau lateral, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari pegawai kepada pegawai, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja pegawai dan kepuasan kerja.

Semangat kerja pegawai

Davis (1962:130) mendefinisikan semangat kerja pegawai sebagai sikap individu dan kelompok terhadap lingkungan kerja mereka dan terhadap kesediaan bekerjasama dengan orang lain secara menyeluruh sesuai dengan kemampuan mereka yang paling baik demi kepentingan perusahaan.

Sedangkan menurut Lighten seperti yang ditulis oleh Moekijat (1979:135): "Semangat kerja pegawai adalah kemampuan sekelompok orang-orang untuk bekerja sama dengan giat dan konsekuen dalam mengejar tujuan bersama". Kata bekerja sama disini menekankan dengan tegas hakekat saling hubungan dari suatu kelompok dengan keinginan yang nyata untuk bekerja sama. Kata giat dan konsekuen menunjukkan caranya untuk sampai pada tujuan melalui disiplin bersama. Sedangkan kata tujuan bersama menjelaskan bahwa tujuannya adalah sesuatu yang mereka inginkan bersama.

Indikator Rendah dan Tingginya Semangat kerja pegawai

Dari penjelasan diatas, dapatlah diketahui bahwa semangat kerja pegawai pegawai sangat penting bagi kelangsungan hidup organisasi. Meskipun semangat kerja pegawai terdiri dari berbagai perilaku yang berbeda dari tiap manusia, terdapat beberapa indikator yang dapat menunjukkan tinggi atau rendahnya pengaruhi semangat kerja pegawai.

Menurut Harris (1984:241), semangat kerja pegawai yang rendah ditunjukkan dengan perilaku kurangnya kerjasama, ketidakpatuhan terhadap peraturan dan tata tertib perusahaan, ketidakperdulian pada tujuan dan sasaran perusahaan, kurangnya perhatian kepada sesama pekerja, meningkatnya keluhan mengenai pekerjaan pegawai, meningkatnya turnover, absensi, dan keterlambatan.

Sedangkan menurut Harris (1984:241), semangat kerja pegawai yang tinggi ditunjukkan oleh perilaku antara lain Tingginya tingkat kerjasama, Kepatuhan terhadap peraturan dan tata tertib perusahaan, Lebih hati-hati dalam menangani peralatan dan perlengkapan perusahaan, Setia dan hormat kepada perusahaan, Hubungan kerja yang harmonis, tidak adanya keluhan mengenai pekerjaan pegawai, berkurangnya turnover, absensi, dan keterlambatan.

Cara Meningkatkan Semangat kerja pegawai

Setiap perusahaan selalu berusaha meningkatkan semangat kerja pegawai semaksimal mungkin, dalam batas – batas kemampuan perusahaan tersebut. Timbul pertanyaan disini bagaimana cara meningkatkan semangat kerja pegawai semaksimal mungkin. Menurut Siswanto (1989:268), cara yang biasa ditempuh oleh manajemen dalam rangka meningkatkan semangat kerja pegawai adalah sebagai berikut:

1. Memberi kompensasi kepada tenaga kerja dalam porsi yang wajar, akan tetapi tidak memaksakan kemampuan perusahaan.
2. Menciptakan iklim dan lingkungan kerja yang menggairahkan bagi semua pihak.
3. Memperhatikan kebutuhan yang berhubungan dengan spritual tenaga kerja.
4. Perlu saat penyegaran sebagai media pengurangan ketegangan tenaga kerja dan memperkokoh rasa kesetiakawanan antara tenaga kerja maupun manajemen.
5. Penempatan tenaga kerja pada posisi yang tepat.
6. Memperhatikan hari esok tenaga kerja.
7. Peran serta tenaga kerja untuk menyumbangkan aspirasinya mendapatkan tempat yang wajar.

Menurut Lateiner (1980:70) untuk memperbaiki semangat kerja pegawai pegawai, pemimpin harus melakukan hal-hal berikut ini :

1. Beritahukan kepada setiap pegawai tentang kemajuannya.
2. Beritahukan terlebih dahulu kepada para pegawai tentang adanya perubahan-perubahan yang dapat mempengaruhi diri mereka.
3. Pergunakan kemampuan setiap pegawai dengan sebaik-baiknya.
4. Tetapkan penempatan pegawai dan lakukan peraturan-peraturan atas dasar yang adil. Jangan pernah menggunakan kekuasaan dengan sewenang-wenang.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang harus diuji secara empiris. Dari kerangka pemikiran diatas didapatkan hipotesis sebagai berikut :

Ha : Tidak adanya hubungan komunikasi organisasi dengan semangat kerja pegawai pada kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda

Ho : Adanya hubungan komunikasi organisasi dengan semangat kerja pegawai pada kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda

Definisi Konseptual

Konsep merupakan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Karena itu penelitian eksplanasi menggunakan sample dan hipotesis (Bungin, 2005. P.38). Generalisasi adalah proses bagaimana memperoleh prinsip dari berbagai pengalaman yang berasal dari literatur dan empiris (Bungin, 2005, p.38). Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Organisasi adalah Komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi baik yang dilakukan dari bawahan keatas, untuk mengetahui kemajuan pekerjaan kantor tentang kegiatan dan pelaksanaan tugas/pekerjaan, seperti diadakannya rapat dan pemberian laporan kepada kepala bagian direksi. Yang berperan dalam komunikasi ini adalah antara bagian – bagian pelaksana dengan direksi, dan kepala bagian masing – masing staf dengan kepala bagian pelaksana di kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda.
2. Semangat kerja adalah sikap kejiwaan dan perasaan yang menimbulkan kesediaan pada pegawai untuk bekerjasama dalam melaksanakan suatu pekerjaan dengan giat dan menghasilkan prestasi kerja yang lebih baik demi tercapainya tujuan yang diinginkan bersama – sama di kelurahan pasar pagi kota samarinda.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Menurut Sulisty (2006:93) “metode penelitian merupakan cara teknis tentang metode yang digunakan dalam penelitian”. Adapun pengertian menurut Mardalis “metode penelitian adalah suatu metode ilmiah yang memerlukan sistematika dan prosedur yang harus ditempuh dengan tidak mungkin meninggalkan setiap unsur komponen yang diperlukan dalam suatu penelitian.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan format eksplanasi. Format eksplanasi dimaksudkan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya, karena itu penelitian eksplanasi menggunakan hipotesis dan menguji hipotesis maka digunakan statistik inferensial (Bungin, 2005,p38). Dalam penelitian ini format eksplanasi digunakan untuk membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa ada korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja pegawai pada kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda.

Definisi Operasional

Sesuai dengan latar belakang masalah yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka variabel yang diamati adalah :

1. Variabel bebas (X) yaitu dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah komunikasi organisasi, yang meliputi:
 - A. Komunikasi Organisasi
 - a) Komunikasi Vertikal
 - Komunikasi dari pimpinan ke pegawai
 - Komunikasi dari pegawai ke pimpinan
 - b) Komunikasi Horizontal
2. Variabel terikat (Y) yaitu dalam penelitian ini yang termasuk variabel terikat adalah Peningkatan semangat kerja pegawai yang diukur dengan indikator faktor – faktor yang menunjukkan adanya peningkatan semangat kerja pegawai pegawai, sebagai berikut:
 - a. Ketidapatuhan terhadap peraturan dan tata tertib perusahaan
 - b. Meningkatnya Keluhan Mengenai Pekerjaan Pegawai
 - c. Kurangnya perhatian kepada sesama pekerja

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di kelurahan pasar pagi kota samarinda. Pelaksanaan penelitian kurang lebih 2 bulan.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang berupa manusia, hewan, tumbuh – tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek – objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2005, p.99). dalam penelitian ini, sampel penelitian adalah total populasi yaitu pegawai di kelurahan pasar pagi kota samarinda yang berjumlah 20. Dalam penelitian ini tidak digunakan teknik sampling karena sampel yang diteliti adalah keseluruhan dari populasi yang ada atau yang disebut dengan sensus. “Sensus berarti peneliti melakukan penelitian kepada seluruh populasi (Jalaluddin Rakhmat 2007:78)”. Mengingat jumlah populasi hanya sebesar 20 pegawai di kelurahan pasar pagi kota Samarinda.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi, yakni melakukan pengamatan secara langsung ke tempat yang menjadi objek penelitian.
2. Kuesioner, yakni mengadakan pembagian kuesioner kepada responden yaitu seluruh pegawai di Kelurahan pasar pagi kota samarinda. Kuesioner yang diisi untuk melengkapi keterangan – keterangan yang ada hubungannya dengan penelitian skripsi ini.

Teknik Pengukuran Data

Di dalam penelitian ini variabel yang digunakan akan diukur dengan menggunakan skala Likers yaitu nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan itu dijumlahkan sehingga mencapai nilai total. dalam kuesioner yang disebarakan tersebut responden diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban sesuai dengan skala yang telah dicantumkan untuk masing – masing pertanyaan.

Kriteria penilaian untuk masing – masing indikator yang ditanyakan melalui pertanyaan dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

- Untuk pilihan jawaban a, maka diberi skor 5
- Untuk pilihan jawaban b, maka diberi skor 4
- Untuk pilihan jawaban c, maka diberi skor 3
- Untuk pilihan jawaban d, maka diberi skor 2
- Untuk pilihan jawaban e, maka diberi skor 1

(Riduwan, 2004:87).

Dalam menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator – indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator – indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Untuk keperluan analisis kuantitatif, skor jawaban responden/skor mentah yang berbentuk data ordinal diubah ke dalam data interval dengan formula Riduwan (2003:155) yaitu :

$$T_i = 50 + 10 \frac{x_i - \bar{x}}{s} \quad \text{Dengan} \quad S = \sqrt{\frac{n \cdot \sum f x_i^2 - (\sum f x_i)^2}{n(n-1)}} \quad \text{dan} \quad \bar{x} = \frac{\sum f x}{n}$$

Keterangan :

- T_i = Skor baku ke – i
 X_i = Skor mentah ke – i
 \bar{X} = Rata-rata (mean)
 S = Standar deviasi bergolong

Teknik Analisis Data

Penulis memakai statistik inferensial dengan data interval karena memiliki jarak sama atau tidak ada perbedaan. Data-data yang diperoleh dari pengukuran data interval selanjutnya akan dihitung dengan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Setelah itu dalam pengujian hipotesis menggunakan hipotesis asosiatif. Hipotesis ini dirumuskan untuk memberikan jawaban pada permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat (kausal).

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner akan diolah dengan menggunakan penghitungan manual. Sedangkan metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment*. Rumus korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- r_{xy} = Nilai koefisien korelasi
 $\sum x$ = Total skor untuk variabel bebas (x) yaitu Komunikasi organisasi
 $\sum y$ = Total skor untuk variabel terikat (y) yaitu Semangat kerja pegawai
 $\sum xy$ = Total skor untuk variabel x dan y

n = Jumlah responden
(Sugiyono, 2007:212)

Kuat tidaknya antar variabel dalam korelasi. Nilai koefisien dapat diperoleh dari rumus *Korelasi Pearson Product Moment*, nilai r yang diperoleh bertanda positif menunjukkan korelasi antara x dan y positif dan sebaliknya jika r yang diperoleh bertanda negatif menunjukkan korelasi antara x dan y negatif. Bila hubungan antara dua variabel itu mempunyai koefisien korelasi = 1 atau = -1 maka hubungan tersebut sempurna.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang berupa data yang telah diuraikan dalam Bab IV. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis, dimana hasil dari analisis ini nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis maupun menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dan analisis data yang digunakan adalah :

Koefisien korelasi *person product moment* (r).

Adapun tahapan atau langkah untuk menghitung korelasi antara komunikasi organisasi dengan semangat pegawai, yaitu :

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{20(50584) - (998)(51457)}{\sqrt{20 \cdot 50584 - (998)^2} \sqrt{20 \cdot 51457 - (1007)^2}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{1011680 - 51354086}{\sqrt{1010 - 1028}}$$

$$r_{\text{hitung}} = \frac{50342}{18} = 2796$$

Uji signifikansi dengan rumus t_{hitung} :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{2796\sqrt{20-2}}{\sqrt{20-2796^2}} = \frac{1186}{2791} = 0.424$$

Kriteria Uji :

Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$, maka tolak H_0 artinya signifikan dan

Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, terima H_a artinya tidak signifikan

Kesimpulan :

Dengan taraf signifikansi sebesar 5% dapat disimpulkan bahwa model di atas dinyatakan berarti. Dengan demikian H_0 diterima. Ternyata $T_{\text{hitung}} = (2796) > T_{\text{tabel}} (0,424)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian perhitungan statistik telah membuktikan bahwa terdapat adanya hubungan komunikasi organisasi dengan semangat pegawai pada kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda.

Kemudian dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Analisis Korelasi *Person Product Moment* didapatkan hasil sebesar 0.424 yang artinya tingkat hubungan komunikasi organisasi terhadap semangat kerja pegawai dikategorikan sedang. Ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi di kantor kelurahan pasar pagi cukup adanya komunikasi yang baik. Kemudian hasil uji signifikansi pada t_{hitung} didapatkan hasil sebesar 2,796 dan $t_{\text{tabel}} 1,325$ maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan pada komunikasi organisasi terhadap semangat kerja pegawai yaitu H_0 diterima $t_{\text{hitung}} (2796) > t_{\text{tabel}} (1325)$

Penutup Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu :

1. Dari hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai hubungan komunikasi organisasi terhadap semangat kerja pegawai, yaitu berdasarkan hasil perhitungan *person product moment* (r) diketahui t_{hitung} (hasil perhitungan) lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $2.796 > 1.325$. Yang menunjukkan adanya hubungan (H_0 diterima dan H_a ditolak). Jadi dapat dikatakan bahwa semakin baik komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pegawai maka tingkat semangat kerja yang dimiliki pegawai akan menjadi lebih baik. Sebaliknya, pegawai yang kurang memiliki kemampuan dalam berkomunikasi di dalam kantor maka tingkat semangat kerja nya juga akan rendah.
2. Dari hasil penelitian 20 responden yaitu seluruh pegawai pada kantor kelurahan pasar pagi kota samarinda, berdasarkan hasil hipotesis (Uji t) diketahui nilai T hitung 2.796 lebih besar dari nilai T tabel yaitu 1.325 pada tingkat $\alpha = 0,5$ untuk tes dua sisi.

Saran

Perlunya menciptakan suatu kondisi komunikasi yang akrab, nyaman, harmonis dan penuh rasa kekeluargaan, baik di antara para karyawan dengan rekan kerjanya maupun dengan atasannya, dan dengan siapapun yang ada di sekitar lingkungan pekerjaannya hal itu dapat dilakukan dengan cara memberikan perhatian pada kehidupan sosial pegawai pada saat bekerja. Kehidupan sosial yang dimaksud dalam hal ini yaitu berkenaan dengan sikap, pandangan, dan gaya hidup dilingkungan kerja serta interaksi antar orang-orang yang bekerja dalam suatu organisasi baik dengan Atasannya maupun dengan rekan kerja.

Pada umumnya setiap pegawai bekerja untuk mencapai apa yang menjadi keinginan atau tujuan bersama, sedangkan suatu organisasi dibentuk dan dijalankan adalah karena adanya tujuan bersama yang ingin dicapai. Maka dari itu dibutuhkan komunikasi, baik komunikasi dari pimpinan ke pegawai maupun dari pegawai ke pimpinan, bertujuan untuk menyampaikan pesan – pesan yang berkenaan dengan tugas – tugas pekerja yang berhubungan dengan pengarahan tujuan yang disampaikan oleh pimpinan ke pegawai, perintah dan kebijaksanaan pimpinan dengan memberikan pujian kepada pegawai beserta teguran untuk menyelesaikan masalah – masalah yang ada dalam pekerjaan agar didalam suatu organisasi dapat saling menghormati serta saling bekerjasama yang akan mendapatkan hasil yang baik sesuai apa yang diharapkan.

Ada baiknya pula pimpinan menciptakan suasana yang kondusif di ruang lingkup kantor. Dengan seringnya Atasan memberikan perhatian, pujian kepada bawahan maka pegawai akan merasa senang dalam melaksanakan pekerjaan kantor.

Daftar Pustaka

- Anonim, 1989. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka
- Bungin, Burhan, 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif, komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu sosial lainnya, Surabaya.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. Ilmu, teori dan filsafat komunikasi, penerbit Alumni, Bandung.

- Eilers, Franz Josef, 2001. Berkomunikasi Dalam Masyarakat, Pengantar Komunikasi Sosial/Oleh Franz-josef Eiler, SDV; diterjemahkan Frans Obon&Eduard Jebarus, Penerbit: Nusa Indah, Semarang
- Fathoni, Abdurrahmat, 1996. Organisasi dan manajemen. Garut, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Garut (UNIGA)
- Gitosudarmo, Indriyo, 2000. Perilaku keorganisasian. Yogyakarta
- Harun, Rochajat, 2008. Komunikasi Organisasi, Bandung.
- Hasibuan, H. Malayu S.P, 2008. Organisasi dan Motivasi, Dasar Peningkatan Produktifitas, Penerbit; PT Bumi Askara, Jakarta.
- Hasan, Erlina, 2005. Komunikasi Pemerintahan. Penerbit; PT. Refika Aditama, Bandung.
- Komala, Lukiati, 2007. Komunikasi massa, pengantar oleh Karlinah siti&Ardianto Elvinaro, Diterbitkan oleh; Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Krisyanto, Rachmat, 2010. Teknis Praktis Riset Komunikasi, Jakarta.
- Machfoedz, Mas'ud M.B.A, 2006. Kewirausahaan, Metode, Manajemen, Dan Implementasi, Penerbit; BPFE-YOGYAKARTA. Yogyakarta.
- Muhammad, Arni, 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta.
- Nimran, Umar, 2009. Perilaku organisasi, Malang.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi, Bandung.
- Reilly, O'Ronald. 2003. Faktor-Faktor Efektivitas Kerja.
- Riduwan, M. B. A, 2005. Belajar Mudah Penelitian, Alfabeta, Bandung.
- Siagian, Sondang P, 2004. Teori Motivasi Dan Aplikasinya, Jakarta.
- Silalahi, Ulbert, 2007. Studi Tentang Ilmu Administrasi, Konsep, Teori dan Dimensi, Penerbit; Sinar Baru Algensindo, Bandung.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Administrasi, Alfabeta, Bandung.
- Streers, Richard M. 1980. *Efektivitas Organisasi*, Kaidah Tingkah Laku. Jakarta: Erlangga.
- Wiryanto, 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta.
- Wursanto, Ig. 2002. Dasar – Dasar Ilmu Organisasi, Yogyakarta.