

## **PENGARUH GAYA KOMUNIKASI TERHADAP MOTIVASI KERJA TENAGA PENGAJAR (Studi Pada Lembaga Kursus Smart and Fun Samarinda)**

**Jeni Aidina Aprilia<sup>1</sup>, Sugandi<sup>2</sup>, Sarwo Eddy Wibowo<sup>3</sup>**

### ***Abstrak***

*Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar, serta untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar di lembaga kursus Smart and Fun Samarinda.*

*Komunikasi merupakan salah satu hal yang penting untuk dilakukan dalam organisasi guna membangun struktur yang baik dan terarah serta hubungan yang harmonis antar atasan maupun bawahan. Untuk melakukan komunikasi dalam organisasi ini tentunya seorang atasan memiliki gaya komunikasi yang dapat menjadi penghubung dalam melakukan berbagai aktivitas dan dapat menjadi alat untuk memotivasi bawahannya sehingga akan berakibat pada peningkatan motivasi dalam bekerja.*

*Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan SPSS 22.0 dan memperoleh data primer dari penyebaran kuesioner kepada 35 responden tenaga pengajar, lokasi penelitian di seluruh cabang Lembaga Kursus Smart and Fun Samarinda. Penelitian ini memiliki variabel gaya komunikasi (X) dan variabel motivasi kerja (Y). Dimana dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik, kemudian untuk menguji hipotesis menggunakan Uji Regresi Linier Sederhana, Uji T, Uji F, Uji Koefisien Korelasi dan Uji Determinasi.*

*Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil variabel gaya komunikasi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel motivasi kerja (Y), dan sebesar 29,2% gaya komunikasi mempengaruhi motivasi kerja tenaga pengajar.*

***Kata Kunci:*** *Gaya Komunikasi, Motivasi Kerja*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : jeniaidina@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Dosen Pembimbing 2 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

## PENDAHULUAN

### *Latar Belakang*

Dalam kehidupan setiap individu, komunikasi merupakan salah satu hal yang penting untuk dilakukan. Komunikasi dapat dikatakan berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari manusia. Ini karena manusia dapat membangun kontak sosial dan mempengaruhi orang lain agar berperilaku sesuai seperti apa yang diinginkan melalui komunikasi.

Selain berguna dan berfungsi dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi juga diperlukan dalam sebuah organisasi dan dunia kerja guna membangun struktur yang baik dan terarah serta hubungan yang harmonis antar atasan maupun karyawan. Komunikasi organisasi sendiri secara sederhana, yaitu komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks komunikasi. Komunikasi dalam organisasi juga dapat menjadi manfaat untuk mewujudkan tujuan organisasi dan tujuan perusahaan.

Untuk melakukan komunikasi dalam organisasi ini tentunya seorang atasan memiliki gaya komunikasi, yang mana jika gaya komunikasi yang baik terjalin, maka komunikasi tersebut dapat menjadi penghubung dalam melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan di dalam organisasi. Sehingga dalam hal ini, gaya komunikasi dari seorang atasan dirasa dapat menjadi alat untuk memotivasi bawahannya yang akan berakibat pada peningkatan motivasi dalam bekerja.

Di dalam dunia kerja untuk menghadapi persaingan-persaingan yang terjadi, perusahaan dan atasan tentu harus memiliki dan memberikan motivasi-motivasi kerja terhadap setiap karyawannya. Pemberian motivasi kerja tentu sangat diperlukan di dalam dunia kerja, khususnya untuk karyawan/bawahan.

Pemberian motivasi sendiri diharapkan dapat menunjang kinerja karyawan agar bekerja lebih baik, lebih giat, lebih merasa tertantang dengan pekerjaannya, lebih keras dan sesuai dengan harapan perusahaan dan atasan, sehingga akan mampu untuk menunjukkan kemampuan yang ia miliki, dan mengembangkan kemampuan yang ia miliki, dan lebih bertanggung jawab terhadap apa yang ia kerjakan.

Penulis memilih Smart and Fun sebagai objek penelitian, di mana lembaga kursus ini memiliki satu pimpinan cabang untuk para pengajar aktif di lembaga yang ada di kota Samarinda, atasan ini lebih dikenal dengan sebutan *Principal Coordinator* di Smart and Fun, *Principal Coordinator* yang sekaligus menjabat sebagai *School Manager* inilah yang bertugas untuk memimpin dan mengarahkan tenaga pengajar aktif yang khusus mengajar di lembaga pada seluruh cabang Smart and Fun kota Samarinda.

Terkait motivasi kerja apa saja yang sudah diberikan lembaga kursus ini terhadap tenaga pengajarnya, sesuai dengan jawaban dari *principal* atau Kepala Sekolah Smart and Fun sendiri, yaitu seperti, *training* atau pelatihan cara mengatur dan menangani manajemen kelas, pelatihan mengajar atau *microteaching* untuk para tenaga pengajar, baik itu tenaga pengajar yang baru

maupun tenaga pengajar yang lama untuk saling berbagi pengalaman mengajar dan materi-materi mengajar.

Tentu, dalam hal ini gaya komunikasi atasan secara tidak langsung dapat menjadi salah satu bentuk motivasi yang mempengaruhi karyawan/bawahan dalam bekerja, seperti ketika atasan menyampaikan informasi, memberikan tugas atau perintah, atasan akan memiliki gaya komunikasinya tersendiri.

Dari uraian di atas, maka judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Gaya Komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Tenaga Pengajar Di Lembaga Kursus Smart And Fun Samarinda”**.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan pada latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar di lembaga kursus Smart and Fun Samarinda?”

### ***Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu: Untuk menguji dan menganalisis apakah ada gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar di lembaga kursus Smart and Fun Samarinda. Serta untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar di lembaga kursus Smart and Fun Samarinda.

### ***Manfaat Penelitian***

- a. Manfaat Teoritis, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi terutama pada gaya komunikasi seorang atasan.
- b. Manfaat Praktis, diharapkan dapat memberikan masukan kepada Lembaga Kursus Smart and Fun Samarinda, khususnya *Principal Coordinator* dalam upaya meningkatkan motivasi kerja tenaga pengajar. Selain itu sebagai bahan informasi bagi penelitian lain, khususnya yang berkaitan dengan gaya komunikasi terhadap motivasi kerja di Lembaga Kursus Smart and Fun Samarinda.

### **Teori dan Konsep *Gaya Komunikasi***

Gaya komunikasi atau *communication style* yaitu tentang bagaimana perilaku orang-orang dalam suatu organisasi ketika mereka melaksanakan tindak berbagi informasi dan gagasan. Serta gaya komunikasi mengkaji jenis-jenis kekuasaan yang digunakan oleh orang-orang dalam tataran manajemen sewaktu mereka mencoba mempengaruhi bawahan. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula (Fajar, 2009:128).

### ***Macam-Macam Gaya Komunikasi***

Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Fajar (2009:129) terdapat enam gaya komunikasi yang nampak dalam organisasi, yaitu:

1. Gaya Komunikasi Mengendalikan (*Controlling Style*)

Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan, ditandai dengan adanya suatu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah (Fajar, 2009:129).

2. Gaya Komunikasi Dua Arah (*Equalitarian Style*)

Gaya komunikasi ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta mampu membina hubungan baik dengan orang lain, baik pribadi maupun dalam lingkungan hubungan kerja (Fajar, 2009: 130).

3. Gaya Komunikasi Berstruktur (*Structuring Style*)

Gaya komunikasi ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan, guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagai informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi. (Fajar, 2009: 130-131).

4. Gaya Komunikasi Dinamis (*Dynamic Style*)

Gaya komunikasi ini memiliki kecenderungan agresif, ini disebabkan karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja atau karyawan untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik. (Fajar, 2009: 131).

5. Gaya Komunikasi Melepaskan (*Relinquishing Style*)

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima pesan, pendapat atau gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. (Fajar, 2009: 131)

6. Gaya Komunikasi Penarikan (*Withdrawal Style*)

Akibat dari penggunaan gaya komunikasi ini adalah melemahnya tindak komunikasi. Artinya, tidak ada keinginan untuk berkomunikasi dengan orang lain, berupaya menghindari perilaku dan memberikan sedikit tanggapan secara verbal. Orang-orang dengan gaya komunikasi ini tidak mau terlibat dan mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab. (Fajar, 2009: 132).

### ***Motivasi Kerja***

Menurut Hasibuan (1999) dalam Romli (2011:71), motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Motivasi sangat dibutuhkan pada setiap karyawan di dunia kerja. Tanpa adanya motivasi dari para karyawan untuk bekerja sama bagi kepentingan perusahaan maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai (Romli, 2011:73).

### ***Teori Kesehatan-Motivator***

Menurut Frederick Herzberg (1996) dalam Robbins (2008:218) ada dua jenis faktor yang mempengaruhi motivasi kerja, yaitu faktor intrinsik (kebutuhan yang berkaitan dengan kepuasan kerja) dan faktor ekstrinsik (kebutuhan yang berkaitan dengan ketidakpuasan kerja).

#### **Faktor Motivator (Intrinsik)**

- a. Tanggung jawab (*responsibility*), besar kecilnya tanggung jawab yang dirasakan diberikan kepada seorang tenaga kerja.
- b. Kemajuan (*advancement*), besar kecilnya kemungkinan tenaga kerja dapat maju dalam pekerjaannya.
- c. Pekerjaan itu sendiri (*the work it self*), besar kecilnya tantangan yang dirasakan tenaga kerja dari pekerjaannya.
- d. Pencapaian (*achievement*), besar kecilnya kemungkinan tenaga kerja mencapai prestasi kerja yang tinggi.
- e. Pengakuan (*recognition*), besar kecilnya pengakuan yang diberikan kepada tenaga kerja atas unjuk kerjanya. (Robbins, 2008:218).

Motivator berkaitan dengan kepuasan kerja namun tidak dengan ketidakpuasan kerja. Jadi untuk membuat pegawai bekerja lebih keras, manajer harus memusatkan perhatian pada motivator. (Pace dan Faules, 2015:123).

### ***Hipotesis***

Ho = Tidak adanya pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar.

Ha = Adanya pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar.

### **Metode Penelitian**

#### ***Jenis Penelitian***

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:11).

#### ***Definisi Operasional***

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan kontrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti

yang lain untuk melakukan replika pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik (Sugiyono (2012:31). Definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel Operasional Konsep**

Variabel	Sub-Variabel	Indikator
<b>Gaya Komunikasi (X)</b>	<b>Gaya Komunikasi Mengendalikan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pendelegasian.</li> <li>▪ Tidak dapat memberikan pendapat.</li> </ul>
	<b>Gaya Komunikasi Dua Arah</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memiliki kepedulian yang tinggi.</li> <li>▪ Membina hubungan baik.</li> </ul>
	<b>Gaya Komunikasi Berstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pemberian arahan yang jelas.</li> <li>▪ Terstruktur.</li> </ul>
	<b>Gaya Komunikasi Dinamis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menstimulasi/merangsang bawahan.</li> <li>▪ Bersifat agresif.</li> </ul>
	<b>Gaya Komunikasi Melepaskan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebih suka bekerjasama dengan orang yang berpengalaman, teliti, dan bertanggung jawab.</li> <li>▪ Menghindari memerintah orang lain.</li> </ul>
	<b>Gaya Komunikasi Penarikan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tidak ingin dilibatkan dalam masalah.</li> <li>▪ Tertutup dalam penerimaan saran.</li> </ul>
<b>Motivasi Kerja (Y)</b>	<b>Tanggung Jawab</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Merasa bertanggung jawab atas pekerjaannya.</li> <li>▪ Ingin menyelesaikan pekerjaan dengan baik.</li> </ul>
	<b>Kemajuan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kemampuan/skill meningkat dan berkembang.</li> <li>▪ Dapat mengungkapkan ide dan pendapat.</li> </ul>
	<b>Pekerjaan Itu Sendiri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Merasa senang dengan pekerjaannya.</li> <li>▪ Berusaha untuk menciptakan suasana kelas yang menyenangkan.</li> </ul>
	<b>Pencapaian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terpacu untuk menunjukkan hasil kerja terbaik.</li> <li>▪ Mau berkembang demi hasil kerja yang baik.</li> </ul>
	<b>Pengakuan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pekerjaannya diakui dan dipuji.</li> <li>▪ Mendapat penghargaan.</li> </ul>

Sumber: Olah data peneliti, 2017

### **Populasi, Sampel, dan Sampling**

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah tenaga pengajar lembaga kursus Smart and Fun yang berjumlah 40 orang menurut data akhir per-Juli 2018. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 35 tenaga pengajar aktif. Adapun sampling dalam penelitian ini yaitu *Nonprobability Sampling*, lebih lanjut teknik penarikan sampel yaitu berupa *Purposive Sampling* yang mana *purposive sampling* ini adalah adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). Kriteria tenaga pengajar yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bekerja sebagai tenaga pengajar aktif di lembaga kursus Smart and Fun.
2. Mengajar langsung di gedung cabang, tidak privat.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

1. Penelitian Lapangan
  - a. Kuesioner
  - b. Observasi
  - c. Dokumentasi
2. Kepustakaan

### ***Alat Pengukur Data***

Berdasarkan item-item pertanyaan pada kuesioner, digunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:93). Adapun hal ini digunakan untuk mengukur pandangan tenaga pengajar Smart and Fun Samarinda tentang pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja tenaga pengajar Lembaga Kursus Smart and Fun Samarinda.

**Tabel Bobot Penilaian Skala Likert**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skor Positif</b>
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju/Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012:94)

### ***Teknik Analisis Data***

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan, sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Linearitas, dan Uji Heteroskedastisitas)
3. Pengujian Hipotesis
  - a. Uji Regresi Linier Sederhana
  - b. Uji T
  - c. Uji F
  - d. Uji R (Koefisien Korelasi)
  - e. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### ***Gambaran Umum Lembaga Kursus Smart and Fun Samarinda***

Smart and Fun merupakan sebuah lembaga kursus Bahasa Inggris dan Matematika SD yang didirikan pada 16 Mei 2007 di Samarinda Seberang dengan nama asal Smart and Fun - *Communicative English Program*, yang sekarang telah

memiliki cabang besar selain di Samarinda, yaitu di Tangerang. Di Samarinda Smart and Fun memiliki 4 cabang yang mana cabang utama terletak di Jalan Bung Tomo, dan cabang lainnya di Jalan Jakarta, Jalan Antasari, dan di Jalan Biawan.

### ***Hasil Penelitian***

Dari hasil uji hipotesis, uji regresi linier sederhana didapatkan nilai signifikansinya yaitu, 0,001, yang mana  $0,001 < 0,05$  ini berarti gaya komunikasi memiliki pengaruh terhadap motivasi kerja. Kemudian untuk uji T, nilai yang didapatkan yaitu t-hitung sebesar 3,692 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Ini berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,692 > 2,035$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , ini berarti variabel gaya komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja tenaga pengajar Smart and Fun. Untuk uji F, nilai  $F_{hitung}$  yang didapat sebesar 13,631 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Ini menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $13,631 > 4,14$  dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , artinya variabel gaya komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja tenaga pengajar Smart and Fun.

Kemudian untuk uji R atau koefisien korelasi, diperoleh nilai korelasi antara gaya komunikasi dengan motivasi kerja sebesar 0,541, yang jika diinterpretasikan ke dalam tabel Interpretasi Koefisien Korelasi maka nilai 0,541 berada pada interval 0,40 – 0,599 dan ini berarti memiliki hubungan yang sedang antara variabel gaya komunikasi dan variabel motivasi kerja. Serta untuk hasil nilai r tersebut, yaitu  $r > 0$  maka hubungan yang terjadi antara gaya komunikasi dengan motivasi kerja tenaga pengajar Smart and Fun adalah positif. Artinya semakin baik gaya komunikasi maka motivasi kerja tenaga pengajar Smart and Fun akan bertambah.

Ini juga dibuktikan dengan hasil dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan bahwa variabel gaya komunikasi memiliki pengaruh sebesar 29,2%. Sedangkan sisanya yaitu 70,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

### ***Pembahasan***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya komunikasi terhadap motivasi kerja. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 35 sampel. Dimana teknik sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang mana sampel yang dipilih adalah tenaga pengajar aktif di lembaga kursus Smart and Fun dan mengajar langsung di lembaga kursus, tidak privat.

Gaya komunikasi yang diteliti ialah gaya komunikasi yang digunakan oleh *Principal Coordinator*, dimana *Principal Coordinator* disini merupakan atasan yang paling tinggi di seluruh cabang Smart and Fun Samarinda yang bertanggung jawab atas seluruh tenaga pengajar yang mengajar langsung di lembaga kursus.

**Tabel Presentase Gaya Komunikasi**

<b>Gaya Komunikasi</b>	<b>SS/S</b>	<b>KS/TS/STS</b>
Gaya Komunikasi Mengendalikan	37,14 %	62,86 %
Gaya Komunikasi Dua Arah	97,14 %	2,86 %
Gaya Komunikasi Berstruktur	81,42 %	18,58 %
Gaya Komunikasi Dinamis	60 %	40 %
Gaya Komunikasi Melepaskan	51,43 %	48,57 %
Gaya Komunikasi Penarikan	1,43 %	98,57 %

Sumber: Olah data peneliti, 2018

Dari hasil penelitian, Gaya komunikasi yang digunakan oleh Atasan Smart and Fun kota Samarinda yaitu gabungan dari Gaya Komunikasi Dua Arah (*Equalitarian Style*), Gaya Komunikasi Berstruktur (*Structuring Style*) dan Gaya Komunikasi Dinamis (*Dynamic Style*). Sesuai pada hasil penelitian, gaya komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam memotivasi tenaga pengajar, dimana jika gaya komunikasi yang digunakan itu disukai oleh tenaga pengajar maka motivasi kerja mereka pun akan bertambah atau meningkat.

Atasan sendiri memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi tenaga pengajarnya dalam meningkatkan kinerja kerja mereka, salah satunya dengan memberikan motivasi-motivasi dalam bekerja. Dalam memberikan motivasi ini, atasan khususnya dituntut dapat menciptakan komunikasi yang baik dengan menggunakan gaya komunikasi yang tepat agar dapat meningkatkan semangat kerja tenaga pengajar.

Komunikasi tentunya diperlukan tidak hanya dalam konteks kecil, kini komunikasi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari manusia untuk melakukan interaksi dengan orang-orang disekitarnya. Dalam ruang lingkup dunia kerja, seperti pada lembaga kursus Smart and Fun Samarinda ini pun komunikasi memiliki pengaruh untuk menciptakan interaksi antar atasan (*Principal Coordinator*) dengan tenaga pengajarnya, yang mana ini akan berpengaruh terhadap motivasi tenaga pengajarnya agar mau terdorong, bekerja lebih baik, lebih giat, sesuai dengan apa yang diinginkan atasannya guna mencapai tujuan organisasi.

Dalam hal ini, tentu faktor motivasi seperti tanggung jawab, kemajuan, pekerjaan itu sendiri, pencapaian dan pengakuan akan terpengaruhi oleh gaya-gaya komunikasi seperti gaya komunikasi mengendalikan, gaya komunikasi dua arah, gaya komunikasi berstruktur, gaya komunikasi dinamis, gaya komunikasi melepaskan, serta gaya komunikasi penarikan.

## **Penutup**

### ***Kesimpulan***

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

1. Atasan Smart and Fun kota Samarinda menggunakan gaya komunikasi gabungan dari Gaya Komunikasi Dua Arah (*Equalitarian Style*), Gaya Komunikasi Berstruktur (*Structuring Style*) dan Gaya Komunikasi Dinamis (*Dynamic Style*).
2. Berdasarkan hasil penelitian pada uji regresi linier sederhana yang diperkuat dengan uji T dan uji F didapatkan hasil bahwa variabel gaya komunikasi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel motivasi kerja (Y).
3. Berdasarkan pada uji koefisien korelasi (R) didapatkan hasil bahwa variabel gaya komunikasi memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan variabel motivasi kerja. Serta untuk hasil nilai r tersebut, didapatkan hasil bahwa hubungan yang terjadi antara gaya komunikasi dengan motivasi kerja tenaga pengajar Smart and Fun adalah positif. Artinya semakin baik gaya komunikasi maka motivasi kerja tenaga pengajar Smart and Fun akan bertambah.
4. Serta berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel gaya komunikasi memiliki pengaruh sebesar 29,2%.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan motivasi kerja dan menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi, atasan perlu mengontrol kembali tenaga pengajarnya agar bekerja lebih maksimal.
2. Perlunya atasan untuk lebih ingin dilibatkan dalam masalah dan memiliki sikap terbuka pada tenaga pengajar, agar tenaga pengajar lebih bisa merasa dihargai sehingga motivasi kerja mereka pun meningkat.

### **Daftar Pustaka**

- DeVito, Joseph. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Bumi Aksara.
- Jalaluddin, Rakhmat. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kusumah, Wijaya dan Dedi Dwitagama. 2011. Mengenal Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Muhammad, Arni. 2009. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2015. Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Robbins, Stephen P., dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.
- Rustan, Ahmad Sultra dan Nurhakki Hakki. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Samsudin, Sadili. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi. 2013. *The Science of Motivation (Kitab Motivasi)*. Jakarta: PT Gramedia.
- Thoha, Miftah. 2014. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Uno, Hamzah. B. 2013. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.

**Jurnal Online:**

- Ariyani, Rezky. 2013. “Tanggapan Karyawan Terhadap Gaya Komunikasi Pimpinan PT. Perkebunan Nusantara XIV (Persero)” Tesis Ilmu Komunikasi, (Online), (<http://repository.unhas.ac.id/>) (diakses tanggal 18 Oktober 2017)
- Ayuniguntari, Srim. 2016. “Hubungan Perilaku Organisasi Dengan Kinerja Pegawai di Kementerian Agama Kantor Kota Bandung” Tesis Ilmu Administrasi Negara, (Online), (<http://repository.unpas.ac.id/>) (diakses tanggal 13 November 2017)
- Rangkuti, Yosica Ratu. 2016. “Gaya Komunikasi Pimpinan dan Motivasi Kerja Karyawan” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (Online), Vol 2, No 12, (<https://jurnal.usu.ac.id/>) (diakses tanggal 16 November 2017)
- Rianda, Indah Raisyah. 2015. “Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kepuasan Kerja Berdampak pada Kinerja Karyawan PT. Dwipa Manunggal Kontena” Tesis Management Departement, (Online), (<https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisd/doc/Bab2/2014-2-00660-MN%20Bab2001.pdf>) (diakses tanggal 13 November 2017)
- Septiani, Lia. 2008. “Pengaruh Gaya Komunikasi Atasan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Elnusa Petrofin” Tesis Ilmu Komunikasi, (Online), (<http://digilib.mercubuana.ac.id/>) (diakses tanggal 23 September 2017)
- Sunarti. 2009. “Pengaruh Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Code Jawa & Development Team” Tesis Ilmu Komunikasi, (Online), ([http://digilib.mercubuana.ac.id](http://digilib.mercubuana.ac.id/)) (diakses tanggal 19 November 2017)