

# KORELASI KOMUNIKASI ORGANISASI DENGAN SEMANGAT KERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM DI TENGGARONG SEBERANG

Siti Aminah<sup>1</sup>

## *Abstrak*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan dan seberapa besar korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan di perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Metode analisis data yang digunakan adalah Pearson product moment dengan menggunakan Uji T. sampel penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang, yang berjumlah 50. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang. Hipotesis penelitian membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima, ini terbukti dari  $T_{hitung} 2,788 > T_{tabel} 1,662$ . Dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang yaitu sebesar 26%.*

**Kata kunci:** *Korelasi komunikasi organisasi, Semangat kerja.*

## **Pendahuluan**

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sebagai salah satu Badan Usaha Milik Pemerintah Daerah yang selalu berupaya tetap eksis dalam memberikan layanan terbaik kepada masyarakat dibidang pelayanan jasa air minum yang memenuhi persyaratan yang berlaku sejalan dengan perkembangan dan melihat laju pertumbuhan penduduk Tenggarong Seberang yang cukup pesat dengan jumlah penduduk 626.286 jiwa dan luas 437,0 km<sup>2</sup> oleh karena itu PDAM terus berusaha meningkatkan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal melalui penambahan kapasitas produksi dengan membangun instalasi pengolahan air dan perluasan jaringan distribusi, agar syarat kuantitas, kualitas dan kapasitas dapat terpenuhi, dimana sumber dana pengembangan tersebut diharapkan diperoleh dari tertibnya warga masyarakat (pelanggan) membayar rekening penagihan

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Sosiatri-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: [sitiaminahrafaalvino@gmail.com](mailto:sitiaminahrafaalvino@gmail.com)

pemakaian air secara teratur dan bantuan dari pihak pemerintah daerah maupun lembaga terkait lainnya.

Dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan sistem tata kerja yang baik kepada karyawan semuanya diatur dalam Keputusan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 5 tahun 1984 dan Nomor 28/KPTS/1984 tanggal 23 Januari 1984 yaitu berisi tentang pedoman-pedoman organisasi, sistem akuntansi, teknik operasi dan pemeliharaan teknik perawatan, struktur dan perhitungan biaya untuk menentukan tarif air minum, pelayanan air minum kepada langganan, pengelolaan kran umum air bersih bagi PDAM dan BPAM.

Sehubungan dengan hal tersebut Perusahaan Daerah Air Minum memiliki kewenangan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut di atas diperlukan adanya sumber daya manusia yang berkualitas, tenaga ahli yang berkualitas, handal dan profesional.

Demikian pentingnya peranan dari karyawan dalam menentukan keberhasilan organisasi baik bagi masa sekarang dan masa yang akan datang, maka sangat diperlukan komunikasi yang sangat baik dalam suatu organisasi antara pemimpin dengan bawahan atau sebaliknya agar tujuan tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan tanpa ada kesalahan sehingga tujuan yang ingin dicapai tersebut dapat tercapai dengan baik.

Semangat kerja merupakan salah satu faktor yang tidak begitu saja diabaikan di dalam mencapai tujuan perusahaan atau dalam arti sempit dalam mencapai tujuan organisasi. Semangat kerja karyawan akan tinggi bila bawahan memperlihatkan perasaan senang, bahagia menghormati atasannya serta setia pada instansinya, sedangkan bila bawahan merasa tidak tenang, suka membantah atasan dan kecewa maka semangat kerjanya rendah.

Pada umumnya setiap karyawan bekerja untuk mencapai apa yang menjadi keinginan atau tujuan pribadi, sedangkan suatu organisasi dibentuk dan dijalankan adalah karena adanya tujuan bersama yang ingin dicapai. Dengan adanya perbenturan dua keinginan atau tujuan yang berbeda ini, maka perlu adanya suatu penyalarsan agar terdapat kesatuan pendapat dan tindakan dalam pelaksanaan pencapaian tujuan organisasi. Adapun media atau sarana yang dianggap sesuai dan efektif dalam usaha penyalarsan ini adalah komunikasi.

Adanya komunikasi yang baik antara pimpinan dengan bawahan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab yang besar terhadap beban pekerjaan yang dipikulnya. Rasa tanggung jawab menunjukkan moral kerja karyawan terletak pada segi-segi komunikasi sebab suatu komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan kita sehari-hari juga di dalam melancarkan jalannya suatu organisasi.

Menurut ruang lingkupnya, komunikasi secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan besar, yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Dari kedua bentuk komunikasi ini, komunikasi internal yang juga berkaitan dengan komunikasi organisasi yang merupakan komunikasi yang berlangsung di dalam suatu organisasi baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan maupun antara bawahan dengan bawahan.

Berkaitan dengan komunikasi organisasi yang menjadi sasaran dalam pokok penelitian ini, maka penulis mengadakan pengamatan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Tenggara Seberang. Disini terlihat adanya gejala seperti :

- a. Kurangnya menjaga hubungan dan kerjasama yang baik antar karyawan untuk memenuhi kepuasan pelanggan
- b. Tidak memelihara suasana kerja yang baik dalam sebuah organisasi dan tidak berusaha mencapai taraf efisiensi yang diperlukan organisasi.

Guna meningkatkan semangat kerja karyawan untuk mencapai prestasi organisasi adalah dengan menjalankan komunikasi organisasi sebaik mungkin. Tanpa terealisasi dengan baiknya komunikasi organisasi, maka akan membuat bagian-bagian tertentu mendapat beban kerja yang tidak seimbang, sehingga akan berpengaruh dalam usaha meningkatkan semangat kerja.

Untuk meningkatkan semangat kerja karyawan dapat dilakukan dengan memperbaiki arus komunikasi organisasi yang terjadi dalam organisasi sehingga terdapat kesatuan tindak dari karyawan itu sendiri dalam arti ada kesamaan pengertian atau kesamaan makna dari tugas atau pekerjaan yang dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil judul skripsi sebagai berikut :Korelasi Komunikasi Organisasi dengan Semangat Kerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Tenggara Seberang”.

### **Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari uraian mengenai latar belakang, maka penulis mengemukakan rumusan masalah yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini sebagai berikut :

“Apakah ada korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Tenggara Seberang?”

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam rangka penulisan skripsi ini yang erat kaitannya dengan judul skripsi adalah untuk mengetahui korelasi komunikasi organisasi dengan semangat Kerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Tenggarong Seberang.

### **Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian setidaknya ada dua aspek dari manfaat suatu penelitian yang digunakan yaitu, secara akademis dan praktis. Sehingga apa yang ada dilapangan benar-benar dilandasi oleh teori. Dalam kegiatan apapun yang dilakukan diharapkan berguna, demikian pula penelitian ini dilakukan diharapkan dapat berguna.

Secara akademis :

1. Sebagai bahan referensi pustakaan dan pengetahuan dibidang komunikasi mengenai korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan

Secara Praktis

1. Sebagai penerapan bidang ilmu komunikasi yang diperoleh diperkuliahan dengan realitas dilapangan.
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi terutama dalam bidang komunikasi organisasi

### **Kerangka Konsepsional**

Haryoko (1999:60) kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masin-masing variabel, juga argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu dari kata *communicare*, yang berarti sama. Jadi apabila kita akan mengadakan komunikasi dengan pihak lain, maka kita harus menentukan terlebih dahulu suatu sasaran sebagai dasar untuk memperoleh pengertian yang sama.

Widjaja (2000:26) yang dimaksud komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Pendapat lain menyatakan, komunikasi sebagai pengembangan ide dan gagasan untuk menyatukan kekuatan sehingga terjadi interaksi antar orang-orang yang berkomunikasi untuk mendapatkan kesatuan atau kesamaan makna menuju pencapaian tujuan bersama.

Effendy (2003:12) mengatakan perkembangan selanjutnya proses komunikasi pada hakikatnya adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan), pikiran itu berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Apabila antara komunikator dan komunikan atau sebaliknya tidak terdapat kesamaan makna karena salah satunya tidak mengerti apa maksud isi pesan yang disampaikan, kondisi demikian dinyatakan suasana komunikasi yang belum efektif.

Suryabrata (1990) mengatakan bahwa setelah masalah penelitian dirumuskan, maka langkah kedua dalam proses penelitian (kuantitatif) adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian.

Haryoko (1999:60) kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masing-masing variabel, juga argumentasi terhadap variasi besaran variable yang diteliti.

Effendy (1977:115) mengatakan bahwa korelasi komunikasi di lingkup internal dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi. Metode, dan teknik apa yang dipergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan tersebut adalah untuk bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi. Adapun untuk lebih jelasnya, penulis akan menyajikan teori dan konsep yang berhubungan dengan penelitian dibawah ini

Robbins dalam Erliana Hasan (2005:23) mensyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau dalam kelompok tertentu, yaitu :

1. Fungsi pengawasan
2. Fungsi motivasi
3. Fungsi pengungkapan emosional
4. Fungsi informasi.

Fungsi-fungsi komunikasi tersebut di atas merupakan bagian integral dari fungsi-fungsi organisasi dan apabila masuk pada bidang pemerintahan, fungsi tersebut ditambah dengan adanya pemberdayaan, oleh sebab itu perlu adanya kemampuan aplikatif dalam mengoperasionalisasikan urusan-urusan pemerintahan.

Sutarto (1991: 80) mengemukakan tujuan komunikasi yang bersifat spesifik diartikan sebagai :

1. Suatu kondisi yang tidak kontradiktif secara logika atau tidak konsisten dengan komunikasi itu sendiri.
2. Berpusat pada perilaku yaitu diekspresikan dalam pengertian perilaku manusia.
3. Cukup relevan bagi kita untuk dapat menghubungkannya dengan perilaku komunikasi yang aktual
4. Konsisten dengan cara orang-orang berkomunikasi.

Dari pengertian komunikasi secara umum dan spesifik, dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi adalah mencapai pengertian bersama antara komunikator dan komunikan.

Proses komunikasi berarti tahap-tahap atau langkah-langkah yang dilalui dalam melakukan komunikasi. Adapun tahap-tahap dalam proses komunikasi adalah :

1. Dimulai dengan penetapan gagasan atau ide-ide yang dilakukan oleh pihak pengirim berita.
2. Pengirim informasi, gagasan yang merupakan pesan yang telah disusun dalam bentuk simbol, sandi, kode-kode dengan melalui saluran media komunikasi baik secara lisan maupun tertulis, vertikal maupun horizontal, formal maupun informal.
3. Penerimaan berita oleh pihak penerima berita (komunikan). Pihak komunikan kemudian mengadakan interpretasi terhadap berita yang diterima dan dilanjutkan dengan suatu tindakan. Tindakan yang dilakukan oleh pihak komunikan merupakan respons yang sekaligus merupakan umpan balik dari komunikan kepada komunikator.

Perlu diketahui, bahwa untuk memperoleh pengertian yang sama terhadap berita yang dikirim, maka antara komunikator dan pihak komunikan harus mempunyai pengalaman yang sama, artinya harus mempunyai tafsiran yang sama terhadap berita tersebut. Apabila setiap pesan, berita yang dikirim oleh pihak komunikator mendapat respons dari pihak penerima berita, maka komunikasi dikatakan berlangsung secara efektif.

Hovland, Janis & Kelley (1953) mengemukakan komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan merubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Oleh karena itu kelima unsur di atas mutlak harus ada dalam setiap proses komunikasi agar komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni merubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya menjadi sasaran komunikasi.

Pengertian Komunikasi Organisasi menurut pendapat Katz dan Kahn (2004:66) yang dikutip oleh Azri, “bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi”.

Komunikasi organisasi menurut Pace (2004: 31) dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarki antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Arah komunikasi organisasi menurut Muhammad Arni terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Komunikasi vertikal

Komunikasi vertikal terjadi antara atasan dengan bawah dan bawahan dengan atasan. Untuk lebih jelasnya, komunikasi ini terbagi menjadi dua, yaitu :

- a. Komunikasi keatas
- b. Komunikasi ke bawah

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal menurut Arni (2004:121) adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberi informasi.

Menurut Leigten (1979:185) menyatakan bahwa semangat kerja atau moral kerja adalah kemampuan sekelompok orang-orang untuk bekerja sama dengan giat dan konsekuen dalam mengejar tujuan bersama.

Lateiner (1971:54) mengatakan bahwa ciri semangat kerja yang tinggi meliputi :

1. Kebanggaan pekerja atas pekerjaannya dan kepuasannya dalam mengerjakan pekerjaan yang baik
2. Sikap terhadap atasan
3. Hasrat untuk maju
4. Perasaannya telah diperlakukan dengan baik
5. Kesadarannya akan tanggung jawab terhadap pekerjaannya
6. Kemauan untuk bergaul dengan kawan-kawan sekerjaannya.

Dengan mempengaruhi gejala turunnya semangat dan kegairahan kerja maka dapat diambil tindakan-tindakan pencegahan masalah sedini mungkin antara lain:

1. Tingkat absensinya yang tinggi
2. Kegelisahan dimana-mana

3. Tingkat perpindahan karyawan yang tinggi
4. Tuntutan yang sering terjadi
5. Pemogokan

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan semangat kerja para karyawannya semaksimal mungkin, dan batas-batas kemampuan perusahaan tersebut. Bagaimana meningkatkan semangat kerja dan kegairahan kerja semaksimal mungkin. Karena itu di sini dicoba untuk memberikan beberapa cara bagaimana meningkatkan semangat kerja dan kegairahan kerja, baik yang bersifat material maupun non material. Cara mana yang paling tepat sudah tergantung kepada situasi dan kondisi perusahaan tersebut serta tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Nitisemeto (1991:138) mengatakan indikasi semangat kerja yang tinggi dapat dipergunakan untuk menentukan keberhasilan atau semangat kerja karyawan yang paling menonjol.

Cangara (2006: 23) mengatakan di dalam komunikasi terdapat unsur-unsur yang sangat penting dalam menjalankan suatu organisasi, yaitu:

1. Komunikator

Komunikator adalah orang yang menyampaikan, mengatakan atau orang yang menyiarkan berita. Komunikator dapat juga disebut dengan sumber atau pengirim. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu seorang komunikator haruslah terampil berkomunikasi dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

2. Pesan

Pesan adalah berita yang disampaikan dalam berbagai bentuk, misalnya : bentuk perintah, interaksi, saran, usul (baik secara lisan maupun secara tertulis), bentuk pengumuman, edaran, saran, dalam bentuk gambar, kode, dan lain sebagainya. Isi pesan harus jelas sehingga apa yang dimaksud oleh komunikator dapat diterima oleh pihak penerima berita atau komunikan.

3. Media komunikasi

Media komunikasi atau saluran berarti alat yang dipergunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima berita. Sesuai dengan judul skripsi ini, maka media yang digunakan jangkauanya terbatas dalam kantor dan organisasi saja. Jenis media yang dapat secara langsung atau secara tidak langsung. Pada umumnya media yang dipergunakan adalah surat, telepon, pertemuan, wawancara dan kunjungan.

4. Komunikan

Kominikan adalah orang yang menerima pesan. Komunikan harus mengadakan tanggapan terhadap berita yang diterima. Penerima berita atau



komunikasikan harus menafsirkan berita yang diterima seperti yang dimaksud oleh komunikator atau pengirim berita.

#### 5. Reaksi atau Tanggapan

Efek/reaksi adalah pengaruh, akibat, hasil komunikasi yang dilakukan komunikator terhadap komunikan. Ada juga yang menyebut reaksi dengan umpan balik. Dengan tanggapan yang diberikan oleh komunikan, maka komunikator dapat mengetahui apakah berita yang dikirim itu sampai dan dimengerti atau tidak oleh komunikan.

Hovland, Janis & Kelley (1953) mengemukakan komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan merubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Oleh karena itu kelima unsur di atas mutlak harus ada dalam setiap proses komunikasi agar komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni merubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya menjadi sasaran komunikasi.

Dari penjelasan unsur komunikasi di atas, yang terpenting adalah unsur efek, karena efek dari inilah proses komunikasi akan menghasilkan masukan-masukan akibat umpan balik dari komunikasi tersebut. Dalam hal ini komunikan akan memberikan reaksi, yaitu :

- a. Dapat menerima, yaitu apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator sesuai dengan hati nurani komunikan
- b. Dapat menolak, dalam hal ini jika pesan yang disampaikan oleh komunikator bertentangan dengan hati nurani komunikan
- c. Dapat menyesuaikan diri terhadap faktor yang mempengaruhinya

Dapat diambil kesimpulan seperti yang dikemukakan oleh Warsunto komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain, dalam usaha mendapatkan saling pengertian. Dengan kata lain komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau pertukaran informasi dari seseorang kepada orang lain.

#### Alat Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus koefisien korelasi *pearson product moment* ( $r$ ).

Koefisien yang digunakan untuk mencari kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{\sum x_i y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Korelasi *pearson product moment* dilambangkan ( $r$ ) dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 \leq r \leq 1$ ). Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasi yang negatif sempurna; nilai  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi nilai  $r = 1$  artinya korelasinya sangat kuat.

Selanjutnya dihitung dengan uji-t. Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai thitung adalah sebagai berikut dapat dinyatakan bahwa

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Setelah didapat nilai thitung melalui rumus diatas, kemudian menentukan ttabel ( $\alpha$ ) dengan taraf nyata (*level significance*) yang dipilih adalah  $\alpha=0.05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ), maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

1. Jika thitung  $\geq$  ttabel berarti valid : jika jumlah thitung lebih dari ttabel dapat dinyatakan bahwa ada korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan pada perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang
2. Jika thitung  $\leq$  ttabel berarti tidak valid : jika jumlah thitung kurang dari jumlah ttabel dapat dinyatakan bahwa tidak ada korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan pada perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang.

Sedangkan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel  $x$  terhadap  $y$  dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

### Hasil Penelitian

Perusahaan Daerah Air Minum di Tenggarong Seberang merupakan salah satu PDAM yang ada di Tenggarong Seberang. erusahaan Daerah Air Minum di Tenggarong Seberang berdiri sejak tahun 1991 dan berlokasi di Kampung Karang Rejo Rt. 17. No. 48 Kecamatan Tenggarong Seberang.

### Penyajian Data

Penyajian data adalah gambaran dari jawaban responden pada setiap pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yang pertama adalah pertanyaan mengenai komunikasi organisasi, dan bagian yang kedua pertanyaan mengenai semangat kerja. Dalam definisi operasional telah diuraikan indicator dari kedua *variabel* penelitian ini, dimana komunikasi organisasi sebagai *Independent Variable* dan semangat kerja sebagai *dependent variable*.

Pertanyaan mengenai komunikasi vertikal dioperasionalkan menjadi 3 indikator yaitu komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, dan komunikasi horizaontal. Sedangkan pertanyaan mengenai semangat kerja yang dioperasional menjadi indicator yaitu tingkat kepuasan kerja, tingkat kerjasama karyawan, tingkat kedisiplinan karyawan, ketenteraman jiwa.

### **Komunikasi Organisasi**

Variabel komunikasi organisasi memiliki 3 indikator yang dioperasionalkan yaitu komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal. 3 indikator ini mewakili oleh 6 pertanyaan dalam bentuk skala *Likert*. Indikator komunikasi ke atas diwakili oleh 2 pertanyaan, indikator diwakili oleh 2 pertanyaan, indicator komunikasi ke bawah diwakili oleh 2 pertanyaan dan komunikasi horizontal diwakili oleh 2 pertanyaan.

### **Semangat Kerja**

Variabel semangat kerja memiliki 4 indikator yang dioperasionalkan toingkat kepuasan kerja, tingkat kerjasama karyawan, tingkat kedisiplinan karyawan, ketenteraman karyawan. 4 indikator ini diwakili diwakili 8 pernyataan dalam berikut skala *likert*:

**Tabel**

**Tidak pernah melakukan kesalahan dalam mengerjakan tugas**

No.	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	11	22
2.	Setuju	12	24
3.	Cukup Setuju	16	32
4.	Tidak Setuju	7	14
5.	Sangat Tidak Setuju	4	8
		50	100

Pada tabel di atas, bisa kita lihat bahwa 11 responden atau sama dengan 22% member jawaban sangat setuju, 12 responden atau sama dengan 24%, 16 responden atau sama dengan 36% menjawab dengan cukup setuju, 7 responden atau sama dengan 14% menjawab tidak setuju dan 4 responden atau sama dengan 8% menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang cukup setuju dengan jumlah 16 responden atau sebesar 32% merupakan jumlah yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa keryawan Perusahaan Daerah Air Minum di Tenggaraong Seberang yang menjadi responden dalam penelitian ini cukup setuju apabila tidak pernah melakukan kesalahan dalam melakukan tugas.

## **Analisis Data**

Untuk menganalisis data yang diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, maka peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel yaitu variabel komunikasi organisasi sebagai variabel *independent* dan semangat kerja sebagai variabel *dependent*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan pada perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 50 responden dari populasi 50 karyawan pada perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang.

Komunikasi organisasi dibagi menjadi 3 indikator yang dioperasionalkan, setiap indikator memiliki 2 pernyataan. Indikator pertama adalah komunikasi keatas, karyawan perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang tidak setuju kalau mereka sering mengeluarkan pendapat / saran terhadap tugas / pekerjaan kepada pimpinan sebesar 30% dan 40% karyawan tidak setuju apabila mereka mengeluh tentang tugas / pekerjaan yang diberikan pimpinan.

Indikator kedua adalah komunikasi kebawah, dari kesimpulan yang peneliti ambil, 40% karyawan menjawab cukup setuju kalau pimpinan menegur bawahan apabila tugas / pekerjaan yang diberikan diselesaikan tidak pada waktunya dan 28% setuju jika pimpinan memberikan pujian kepada bawahan jika tugas / pekerjaan dikerjakan tepat waktu.

Indikator yang ketiga adalah komunikasi horizontal, dari kesimpulan yang peneliti ambil, 42% karyawan menjawab cukup setuju jika dikantor sering dilakukan rapat pimpinan yang setingkat. Dan 30% yang mengatakan mereka tidak setuju kalau dikantor mereka sering dilakukan rapat antara pegawai yang sederajat karena bagi mereka rapat antara pimpinan yang setingkat sudah mengaspirasikan pendapat mereka.

Indikator semangat kerja terbagi menjadi 8 pertanyaan, dapat diambil kesimpulan dari 50 responden memberi jawaban 32% cukup setuju bahwa mereka tidak pernah melakukan kesalahan dalam mengerjakan tugas.. Sebesar 36% responden menjawab tidak setuju kalau volume kerja mereka sangat banyak dikantor. Adapun responden menjawab 42% setuju kalau mereka melaksanakan tugas dengan tepat waktu. Adapula responden yang menjawab 38% setuju atasan sering menciptakan suasana kerja yang kondusif sehingga karyawan merasa nyaman dalam bekerja. 40% sangat setuju bila karyawan bekerjasama dengan baik dalam pelaksanaan pekerjaan. Dan 34% responden menjawab setuju bahwa mereka pernah terlambat tiba dikantor dikarenakan banyak faktor dan lain hal seperti hujan. 48% responden cukup setuju bila dikantor mereka merasa tenang dan percaya diri dalam melaksanakan

pekerjaan dan 38% setuju karena diberikan kebebasan oleh pimpinan dalam melaksanakan pekerjaan dari kantor.

Nilai koefisien korelasi berganda ( $R^2$ ) atau R squared adalah 0,259 nilai ini memiliki arti bahwa ada pengaruh variabel komunikasi organisasi dengan variabel semangat kerja.

Uji T ini digunakan untuk pengujian signifikansi koefisien korelasi, untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. maka  $T_{hitung} (2,788) > T_{tabel} (1,677)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  $H_a$  dalam penelitian ini adalah adanya korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan pada perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang.

Semangat kerja ini menentukan apakah satu sama lain suka bekerja sama, semangat kerja membutuhkan sikap akan pekerjaan yang sehat sehingga perbedaan-perbedaan dapat dihilangkan dengan mudah tanpa menimbulkan kerugian bagi kepentingan jalannya organisasi dari pendapat di atas maka penulis dapat memperoleh gambaran bahwa semangat kerja harus ada pada setiap organisasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan membuat sekelilingnya menjadi antusias dan bersemangat pula, tetapi kesediaan untuk berkerjasama dengan sesama *team* karyawan berkaitan erat dengan motivasi yang dilakukan oleh atasan sebagai pimpinan kantor.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian pada karyawan perusahaan daerah air minum di Tenggarong Seberang tentang komunikasi organisasi (X) Terhadap semangat kerja (Y), yaitu berdasarkan hasil perhitungan korelasi *Product Moment*, maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelasi komunikasi organisasi dengan semangat kerja karyawan terlihat dari hasil hipotesis penelitian membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **Saran**

Dari kesimpulan yang ada, maka saran yang disampaikan pada penelitian ini adalah kepada seluruh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Tenggarong Seberang hendaknya penting untuk mempelajari komunikasi organisasi dengan cara meningkatkan pelatihan-pelatihan tentang komunikasi yang baik.

### **Daftar Pustaka**

- Cangara, Hafied.2006.*Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendi, Onong Uchjana.1990.*Ilmu komunikasi , Teori dan Praktek* PT. Remaja Rosala Karya, Bandung.

- Effendi, Onong Uchjana.2003.*Ilmu, teori Dan filsafat komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Gito Sudarmo, Indriyo dan Nyoman, I Sudita. 1997 *Perilaku Keorganisasian* BPTe Yogyakarta
- Hasan Erliana 2005. *Komunikasi Pemerintahan* PT. Refika Aditama, Bandung.
- Kossen, Stan. 1995 *Aspek manusiawi Dalam Organisasi* Erlangga, Bandung.
- Lateiner, Alfred R. 1971. *Teknik memimpin Pegawai dan Pekerja*. Terjemahan oleh Imam Soedjino. Cetakan 4. PT. Bumi Aksara, Jakarta.s
- Muhammad, Arni.2004.*Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Niti Semito, Alex 1991. *Manajemen SDM* Graha, Jakarta.
- Pace, Wagne R.Dan Favles F. Don. 2005 *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Perusahaan*. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung
- Pramudjono. 2008. *Statistik Dasar*. Samarinda. Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Mulawarman
- Ruslan Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Siegel, Sidney. 1990. *Statistik Non Parametrik*, Untuk ilmu-ilmu Sosial. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2003. *Metodologi Penelitan Kuantitatif dan R&D*. Alfa Beta, Bandung.
- Thoha, Miftah. 2011. *Perilaku organisasi konsep dasar dan aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wursanto,Ig. 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta.
- Wursanto,Ig. 1987. *Etika Komunikasi kantor*. Yogyakarta.
- Westra, Pariatra 1994. *Ensiklopedia Administrasi* 1994. Ensiklopedia Administrasi. Jakarta Gunung Agung.
- Widjaja, H.A.W 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Winardi.J. 2011. *Teori Organisasi & Pengorganisasian*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.