

## BAB V

### HASIL PENELITIAN

#### A. Analisis Data

##### 1. Uji Asumsi

Sebelum menggunakan teknik analisis korelasi product moment untuk uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi menyangkut uji normalitas dan uji *linearitas*. Melalui uji asumsi ini diketahui apakah distribusi kedua variabel tersebut normal atau tidak normal.

###### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data tersebut berdistribusi yang normal atau tidak. Pengujian normalitas data dilakukan menggunakan prosedur Kolmogrov Smirnov Z. Distribusi data normal ditunjukkan dengan probabilitas (*signifikan*) yang lebih besar dari 0,05 dan hasilnya sebagai berikut:

###### 1) Skala Motivasi Kerja

Skor Skala Motivasi Kerja pada karyawan produksi menunjukkan nilai Kolmogrov-Smirnov Z sebesar 0,974 ( $p > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa skor motivasi kerja karyawan berdistribusi normal.

## 2) Skala Komunikasi interpersonal atasan – Bawahan.

Dalam skala Komunikasi interpersonal atasan - bawahan menunjukkan nilai Kolmogorof-Sminov Z sebesar 1,043 ( $p > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa skor Komunikasi interpersonal Atasan – Bawahan berdistribusi normal.

### b. Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas antara Komunikasi interpersonal Atasan – Bawahan dan Motivasi Kerja, diketahui bahwa nilai F linearnya adalah 30,156 ( $p < 0,05$ ) yang artinya hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat *linear*.

## 2. Uji Hipotesis

Hasil perhitungan korelasi *product moment* dan Pearson adalah  $r_{xy} = 0,621$  ( $p < 0,01$ ) maka terdapat hubungan positif antara yang sangat signifikan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja, yang berarti bahwa semakin tinggi komunikasi interpersonal atasan-bawahan maka motivasi kerja pada karyawan di perusahaan tersebut akan semakin tinggi. Hal ini juga menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Sumbangan efektif komunikasi interpersonal atasan bawahan terhadap Motivasi Kerja adalah sebesar 38,5641%.

## B. Pembahasan

Hasil Uji hipotesis yang telah dilakukan dengan teknik korelasi

*productmoment* dan Pearson, menunjukkan bahwa  $r_{xy} = 0,621 (p < 0,01)$ . Sehingga dapat diterima dan terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja pada karyawan tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi komunikasi interpersonal atasan-bawahan yang terjadi maka motivasi karyawan pun semakin tinggi.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Glayton P. Aldefer (dalam Siagian, 2012 h.166) mengatakan bahwa dorongan motivasi muncul, disebabkan adanya tiga macam kebutuhan yang populer disingkat ERG yaitu *Existence* (E) *Relatedness* (R) dan *Growth* (G). Komunikasi *interpersonal* atasan dengan karyawan merupakan salah satu kebutuhan *relatedness* yang muncul dari karyawan. Semakin baik komunikasi yang terjalin, maka salah satu kebutuhan karyawan terpenuhi dan motivasi pun akan meningkat. Kebutuhan ini terpenuhi melalui adanya komunikasi terbuka dan pertukaran pikiran antara orang-orang yang berhubungan. Kebutuhan-kebutuhan komunikasi seperti perasaan di tempat kerja, kebutuhan berprestasi, kebutuhan keikutsertaan dan kebutuhan dihormati.

Komunikasi yang dilakukan, membantu dalam menyelesaikan masalah pekerjaan dan membentuk suasana nyaman dalam lingkungan organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal akan berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai. Dari pendapat di atas

dan hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan komunikasi interpersonal yang dapat mempengaruhi motivasi setiap karyawan, apabila suatu komunikasi tidak dijalankan antara bawahan dan atasan maka antar pegawai kurang termotivasi dalam melakukan komunikasi tentang suatu pekerjaan dan mengarah kepada hal-hal yang lain di luar pekerjaan.

Hasil korelasi antara komunikasi interpersonal atasan – bawahan dengan motivasi kerja, dapat terlihat dalam tabel 7 di bawah ini.

**Tabel 7**  
**Korelasi antara Komunikasi interpersonal atasan-bawahan dengan motivasi kerja**

No	Komunikasi Interpersonal Atasan - Bawahan	Motivasi Kerja		Ket
		r	p	
1	Keterbukaan	0,596	p < 0,01	Sangat Signifikan
2	Empati	0,664	p < 0,01	Sangat Signifikan
3	Dukungan	0,575	p < 0,01	Sangat Signifikan
4	Rasa Positif	0,510	p < 0,01	Sangat Signifikan
5	Kesamaan	0,523	p < 0,01	Sangat Signifikan

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan hubungan tiap aspek dalam komunikasi interpersonal atasan-bawahan terhadap motivasi sangat

signifikan. Hasil dari tabel di atas adalah ke empat aspek dari komunikasi interpersonal meliputi keterbukaan, empati, dukungan, dan rasa positif berkorelasi sangat signifikan terhadap motivasi kerja.

Keterbukaan terhadap atasan akan mempermudah atasan dalam memenuhi kebutuhan kerja karyawan, kesulitan-kesulitan yang di hadapi karyawan, sebaliknya atasan yang terbuka terhadap karyawannya, atasan tersebut dapat membagikan pengalamannya dalam bekerja terhadap karyawannya, sehingga karyawan dapat memiliki wawasan yang lebih luas lagi mengenai pekerjaannya.

Empati juga berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan, karena dengan adanya rasa empati, atasan dapat merasakan beban kerja sama seperti yang atasan rasakan, begitu pula sebaliknya, kesulitan yang di hadapi karyawan atau atasan, merupakan kesulitan bersama. Adanyarasa empati karyawan terhadap atasan membuat karyawan dan atasan merasa memiliki target kerja yang sama dan menciptakan *team* kerja yang solid.

Sama seperti empati, dukungan juga berhubungan dengan motivasi kerja karyawan, bila atasan mendukung kinerja karyawan, karyawanakan lebih bersemangat mengerjakan bagian tugasnya, begitupun sebaliknya.

Rasa positif juga berhubungan dengan motivasi kerja pada karyawan karyawan. Rasa positif yang diberikan atasan terhadap karyawan dapat berupa menghargai usaha yang dilakukan oleh karyawannya. pujian

terhadap karyawan berprestasi, memberikan reward kepada karyawannya, dan lain-lain.

Penelitian ini sesuai dengan Rajhans (dalam Sari & Widodo, 2015, h-307) dalam penelitiannya menyatakan bahwa komunikasi dalam organisasi, termasuk di dalamnya adalah komunikasi interpersonal, memainkan peran yang penting terhadap motivasi karyawan, dimana pada era modern ini karyawan dihadapkan pada beban kerja dan tekanan kerja yang semakin besar, serta jam kerja yang semakin lama. Komunikasi efektif dari atasan ke bawahan membantu manajer dalam melaksanakan keputusannya oleh karyawan, juga mengembangkan kerjasama, kepercayaan, produktivitas kerja, dan memperkecil *miskomunikasi* dan rumor. Komunikasi efektif dari bawahan ke atasan membantu manajer untuk memahami organisasi dan isu-isu yang berhubungan dengan karyawan. Sehingga komunikasi interpersonal yang efektif baik atasan maupun bawahan akan membantu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung tumbuhnya motivasi kerja pada karyawan.

Seperti yang diutarakan oleh Sabrina, Wildan, dan Irawati (2013, h. 5) komunikasi interpersonal dan motivasi dalam sebuah perusahaan dapat dikatakan sebagai salah satu tombak penggerak berhasilnya suatu perusahaan. Tanpa komunikasi interpersonal yang baik antar karyawan dalam suatu perusahaan, dapat menyebabkan sering terjadinya kesalah

pahaman dalam suatu organisasi. Begitu pula dengan motivasi, tanpa motivasi karyawan juga tidak akan mampu berkembang dan bersaing karena kurangnya suatu dorongan sehingga berdampak pada menurunnya kinerja karyawan itu sendiri.

Komunikasi yang terjalin antara atasan dan bawahan serta komunikasi antar pegawai menimbulkan dorongan bagi pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya. Pengalaman kerja pegawai yang lama menjadikan pimpinan mengali informasi dari bawahannya dalam membuat suatu kebijakan. Kebijakan yang dikeluarkan oleh pimpinan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pegawai sehingga menjadi dorongan dalam melaksanakan pegawai. Umur pegawai yang masih mudah menjadikan pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan menjadi tantangan dan penghargaan yang diberikan pimpinan membuat pegawai merasa dihargai atas pekerjaannya.

Hasil dari olah data penelitian menunjukkan bahwa hasil *Mean Empirik* motivasi kerja (ME) adalah sebesar 41,24 dengan standar deviasi (SDe) sebesar 5,975 sehingga terdapat enam orang yang memiliki motivasi kerja rendah, sedangkan 36 orang karyawan memiliki motivasi kerja yang baik ketika bekerja di perusahaan tersebut, dan terdapat delapan orang karyawan yang memiliki motivasi yang sangat baik dalam bekerja.

Penelitian ini pertama kali dilakukan di perusahaan ini, sedangkan

penulis menggunakan seluruh karyawan produksi karena di perusahaan ini, karena mayoritas karyawannya berada di bagian produksi, sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan produksi yang berada di perusahaan ini memiliki motivasi yang sedang, oleh karena itu motivasi karyawan produksi yang ada di perusahaan ini termasuk dalam kategori sedang.

Hasil olah data penelitian menunjukkan bahwa hasil *Mean Empirik* (ME) dari komunikasi interpersonal atasan-bawahan adalah 105,44 dengan *standar deviasi* (SDe) sebesar 14,026, terdapat delapan orang yang memiliki komunikasi interpersonal yang rendah, kemudian terdapat 37 orang yang memiliki komunikasi interpersonal yang sedang, dan sebanyak lima orang karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal atasan-bawahan yang terjalin tergolong sedang. Hal ini terjadi karena, motivasi karyawan yang muncul tidak hanya dengan komunikasi interpersonal saja, namun beberapa hal lain juga turut serta meningkatkan motivasi karyawan tersebut.

Sumbangan efektif komunikasi interpersonal atasan bawahan terhadap motivasi kerja karyawan sebesar 38,5641% sedangkan sisanya sebesar 61,4359% merupakan faktor-faktor lainnya seperti kebutuhan dari setiap individu yang membuat motivasi setiap karyawan berbeda, dan lain-lain.

Penelitian ini memiliki kelemahan yaitu setiap karyawan memiliki budaya yang berbeda, kesulitan kerja, beban kerja dan atasan yang berbeda-beda. Sedangkan cara berkomunikasi setiap atasan dari masing-masing juga berbeda hal ini berpengaruh terhadap hasil penelitian ini. Kemudian, pengisian item skala yang sangat terbatas, yaitu hanya 1 jam, didukung dengan item skala komunikasi interpersonal yang diisi oleh responden terlalu banyak sehingga subyek merasa bosan dan lelah dalam proses pengisian skala.

