

PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI TERHADAP MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT CAKRAWALA ANDALAS TELEVISI

Dra. Yusiatie, MM, Msi
Rika Octavia WS

Abstrac

The primary aim of this study was to determine the influences of Communication Climate on Motivation and Job Satisfaction of the employees of PT Cakrawala Andalas Televisi. The study was conducted in the PT Cakrawala Andalas Televisi in January to July 2016. The approach that is used for this research is a quantitative survey associative method. It involved of 92 respondents and determined by simple random sampling in 13 divisions of PT Cakrawala Andalas Televisi. The questionnaire of this study is using a Likert scale with 4 of possibility answers. "Strongly agreed, agreed, little agreed and disagreed". The questionnaire has been tested for its validity and its reliability by the Person Product Moment technique and the Cronbach's Alpha technique. Its results showed that the organizational climate had a significant positive effect on motivation and job satisfaction. The communication climate has a strong correlation on motivation. It also has a strong correlation on job satisfaction and both of it has a significant correlation. The result of Simple Regression Test of the communication climate variables on motivation showed that the equation of its regression line is $Y = 4.576 + 0.232$. The regression coefficients values in climatic variables communication to the job satisfaction is 0.232. The results of simple regression test of the climate communication variables on job satisfaction showed that the equation of its regression line is $= 3.543 + 0.366$. The regression coefficients values in climatic variables communication to the job satisfaction is 0.366.

The Result of Determination Test in this study showed that the communication climate has strong simutaneously correlation on motivation with the contribution of communication climate on the motivation is 42.5%, and the contribution to the climatecommunication on job satisfaction is 37.3%. The Other factors that influenced on motivation and job satisfaction beside communication climate is a reward such as in salaries, allowances and promotions. In this study also found that some of employees do not actively participate in the discussions and making decision processes because of 73.9% of the employees came from the Java island so that they feels embarassed to express their opinions in making decision process and they are also lack of communication flows from subordinates to superiors. The results of the first hypothesis test that has been done refused H_01 and accepted H_{a1} "The Climate communications has a positive and significant effect partially on motivation". The results of second hypothesis that has been done refused H_02 and accepted H_{a2} " The climate communications has a positive and significant effect partially on Job Satisfaction".

Latar Belakang Masalah

Stasiun televisi nasional, terutama televisi swasta bersaing ketat untuk merebut

hati pemirsa dengan berbagai sasaran, mulai dari kelas bawah, kelas menengah hingga kelas atas. Stasiun televisi berlomba menyetujui berbagai tayangan-tayangan

unggulannya, mulai dari acara musik, kontes mencari bakat, kartun hingga sinetron.

Persaingan yang ketat menuntut stasiun televisi menyajikan tayangan-tayangan yang berbeda agar dapat menarik masyarakat, termasuk ANTV. PT Cakrawala Andalas Televisi atau lebih dikenal dengan ANTV termasuk stasiun televisi yang ikut bersaing merebut hati pemirsa yang segmentasinya masyarakat menengah ke bawah.

Di dalam *company profile* ANTV yang bersumber dari data AC Nielsen, stasiun televisi ANTV menempati peringkat ketiga sebagai stasiun televisi dengan penonton terbanyak setelah RCTI dan Indosiar Visual Mandiri (IVM).

Menurut data yang diperoleh dari humas ANTV Riyandri Tjahjadi, karyawan ANTV terbagi menjadi tiga belas divisi yang terdiri atas *Operations Services, Programming Service, Sales, Marketing Communications, Programming, Production, Human Capital and General Services (HC and GS), Finance and Accounting, News and Currently Affair (News and CA), Sports, Internal Audit and Compliance, Technical dan Traffic, Trade and Sponsorship (TTS)*. Untuk mendukung dan mengoptimalkan kerja yang dilakukan oleh seluruh divisi di stasiun televisi ANTV, maka peran dari divisi *Public Relations* atau humas bukan hanya bertugas untuk menjaga citra perusahaan, namun juga menjaga hubungan dengan *stakeholder* internal dan eksternal. Humas berperan menjaga hubungan baik dengan *internal public* termasuk iklim komunikasi yang terjadi di perusahaan untuk melancarkan arus komunikasi antar karyawan serta membantu mempermudah merealisasikan tujuan perusahaan yakni menjadi saluran televisi keluarga terbaik untuk seluruh keluarga Indonesia.

Iklim komunikasi dapat memengaruhi motivasi, kepuasan karyawan dalam bekerja serta memengaruhi masa kerja karyawan di dalam perusahaan. Demi kelangsungan perusahaan secara optimal, perlu dibangun iklim komunikasi yang kondusif agar tujuan dan target perusahaan dapat tercapai tanpa terlalu banyak karyawan yang silih berganti di dalam perusahaan.

ANTV merupakan stasiun televisi besar yang memiliki 1.251 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia. Kelancaran pekerjaan yang terjadi untuk memaksimalkan hasil sangat dipengaruhi oleh iklim komunikasi organisasi yang terbentuk oleh karyawan di dalam perusahaan maupun *relay* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Pekerjaan yang terjadi di studio ANTV Epicentrum merupakan pusat dari segala rencana program dan tayangan yang akan sampai ke masyarakat, jika hubungan antar karyawan kurang baik, kurangnya komunikasi serta kurangnya inisiatif karyawan maka akan memengaruhi kualitas pekerjaan dan hasil yang diharapkan.

Iklim komunikasi yang negatif akan memengaruhi kinerja dan kualitas kerja karyawan. Oleh karena itu, humas harus dapat membangun iklim komunikasi yang baik dan kondusif di dalam perusahaan. Jika iklim komunikasi di dalam perusahaan kurang baik, yang harus dilakukan humas adalah mencari penyebab kerusakan iklim komunikasi dan membantu menyelesaikan masalah.

Iklim komunikasi yang kurang optimal dilihat dari kurang akrabnya hubungan antar divisi, dimana mereka lebih banyak melakukan interaksi formal yang hanya membahas hal-hal sekitar pekerjaan tanpa banyak interaksi informal seperti mengobrol di luar jam kerja atau makan siang dengan divisi lain. Lalu banyaknya karyawan yang berencana dan telah

mengundurkan diri dengan alasan bosan dengan rutinitas pekerjaan, gaji yang tidak sesuai harapan, atasan yang otoriter hingga ingin mencoba hal-hal baru.

Bukan hanya itu, banyaknya kesalahan-kesalahan yang terjadi di dalam laporan dan kesalahan di dalam *event* seperti perubahan jam acara, kendaraan operasional yang kurang untuk kelancaran kegiatan, *soundsystem* yang tidak kondusif disebabkan kurangnya komunikasi dan koordinasi sebenarnya dapat diminimalisir seperti jarang diadakan evaluasi pasca penyelenggaraan kegiatan atau penayangan program produksi. Setiap kesalahan yang terjadi di dalam *event-event* yang diselenggarakan tidak selalu dievaluasi, jika dilakukan evaluasi hanya dilakukan perdivisi-nya masing-masing, tidak secara bersama-sama tim atau divisi lain, sehingga kesalahan yang sama seringkali terjadi. Iklim komunikasi dapat memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja karyawan lain karena perilaku rekan yang baik atau buruk dapat menimbulkan persepsi sehingga menimbulkan sikap tertentu, seperti suka atau tidak dan nyaman atau tidak bertahan di perusahaan tersebut.

Kegiatan humas dan personalia serta kebijakan yang diambil oleh perusahaan akan memiliki dampak terhadap iklim organisasi yang menyenangkan atau tidak dan selanjutnya akan memengaruhi kepuasan kerja karyawan. Semakin besar perusahaan, maka setiap kebijakan yang dibuat akan menghasilkan banyak pendapat di antara karyawan.

Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, rumusan masalah yang ada di dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa baik iklim komunikasi PT Cakrawala Andalas Televisi?

2. Seberapa kuat motivasi kerja karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi?
3. Seberapa besar kepuasan kerja karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi?
4. Bagaimana pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi?
5. Bagaimana pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi?

Dari beberapa pertanyaan di atas, peneliti menetapkan judul masalah, sebagai berikut :

” Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap

Motivasi dan Kepuasan Kerja Karyawan PT.

Cakrawala Andalas Televisi ”

Iklim Komunikasi

Salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan perusahaan adalah iklim komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan, dan itu merupakan salah satu tanggungjawab humas. Humas perlu menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan, menciptakan iklim komunikasi yang baik di dalam perusahaan, menjadi mediator antara karyawan dengan pimpinan dan membantu mengomunikasikan tujuan perusahaan, identitas, masalah serta hal-hal lain yang terjadi di perusahaan.

Pace dan Faules dalam Mulyana (2013:147) mendefinisikan iklim komunikasi sebagai ”gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan konflik-konflik antarpersonal dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut”.

Mulyana (2013:148) menjelaskan bahwa "iklim komunikasi sebuah organisasi memengaruhi cara hidup kita, bagaimana kegiatan kerja kita, bagaimana perkembangan kita, apa yang ingin kita capai dan bagaimana cara kita menyesuaikan diri dengan organisasi".

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa iklim komunikasi adalah suasana lingkungan pekerjaan secara keseluruhan yang dirasakan oleh karyawan yang dapat dilihat dari bagaimana karyawan beradaptasi, berkembang, berinteraksi, harapan dan prestasi yang ingin diperoleh.

Pace dan Faules (2013: 149), "iklim berlaku sebagai faktor-faktor penengah antara unsur-unsur sistem kerja dengan ukuran-ukuran yang berbeda keefektifan organisasi seperti produktivitas, kualitas, kepuasan dan vitalitas. Iklim komunikasi tidak dapat diremehkan karena iklim akan memengaruhi perkembangan organisasi".

Poole yang dikutip oleh Mulyana (2013:148) menjelaskan iklim komunikasi dianggap penting,

Iklim komunikasi penting karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi. Dengan mengetahui iklim suatu organisasi, kita dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap dengan iklim komunikasi tertentu memberi pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Kepuasan-kepuasan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikat diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam bekerja, untuk meraih kesempatan dalam organisasi secara bersemangat, untuk mendukung para rekan dan anggota organisasi lainnya, untuk melaksanakan tugas secara kreatif dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan organisasi dan operasinya,

semua ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi.

Dari kutipan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa iklim komunikasi dapat menjadi salah satu pengaruh yang paling penting dalam produktivitas organisasi, karena iklim memengaruhi usaha anggota organisasi. Namun iklim yang baik di dalam perusahaan tidak sepenuhnya menjadi faktor utama kemajuan dan keberhasilan perusahaan, namun iklim komunikasi dapat memengaruhi perkembangan perusahaan. Iklim komunikasi adalah hal makro yang diciptakan bersama-sama untuk mencapai tujuan perusahaan, namun untuk hal mikro yang dimiliki setiap karyawan adalah motivasi.

Untuk menganalisis iklim komunikasi di suatu organisasi, Pace dan Faules (2005:159) menjelaskan terdapat enam faktor besar yang bisa digunakan untuk menganalisis masalah tersebut, yaitu:

1. Kepercayaan

Personel di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdiri atas kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan.

2. Pembuatan keputusan bersama

Dalam membuat keputusan, para pegawai di semua tingkat dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai di semua tingkat harus diberikan kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.

3. Kejujuran

Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan-hubungan dalam organisasi dan para pegawai mampu mengatakan pikiran mereka tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada teman sejawat, bawahan atau atasan.

4. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah

Keterbukaan dalam berkomunikasi ke bawah kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu yang memengaruhi kemampuan mereka untuk mengoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasi, para pemimpin dan rencana-rencana.

5. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas

Personil di semua tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan personel di semua tingkat bawahan dalam organisasi secara berkesinambungan dan dalam pikiran terbuka. Informasi dari bawahan harus dipandang cukup penting untuk dilaksanakan kecuali ada petunjuk yang berlawanan.

6. Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Personil di semua tingkat di semua organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, produktifitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah, demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

Goldhaber dalam Kriyantono (2010:85) menyatakan bahwa iklim komunikasi organisasi terdiri dari lima faktor, yakni:

1. Dukungan

Karyawan memandang hubungan komunikasi dengan atasan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran diri tentang “makna dan kepentingan perannya”.

2. Kesertaan dalam proses keputusan

Kesadaran bahwa komunikasi dengan atasan mempunyai manfaat dan pengaruh didengarkan dan digunakan.

3. Kejujuran, percaya diri dan keandalan

Sumber pesan/peristiwa-peristiwa komunikasi dianggap dapat dipercaya.

4. Terbuka dan tulus

Dalam komunikasi formal maupun informal terdapat keterbukaan dan ketulusan dalam berkata dan mendengar.

5. Tujuan kinerja yang tinggi

Tingkat kejelasan uraian dan penjelasan tentang tujuan-tujuan kinerja sebagaimana dirasakan oleh para karyawan

Berdasarkan kutipan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa iklim komunikasi dapat mencerminkan budaya organisasi di dalam perusahaan tersebut. Iklim komunikasi dapat dilihat dari kepercayaan dan dukungan atasan kepada bawahan dan sebaliknya, pengkutsertaan karyawan di dalam proses pembuatan keputusan, kejujuran antar karyawan, komunikasi yang transparan dari berbagai lapisan karyawan, memperhatikan tujuan perusahaan dengan kinerja tinggi dengan biaya yang kecil.

Motivasi

Hasibuan dalam Romli (2014:72) mendefinisikan motivasi sebagai “suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan bekerja seseorang, karena setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai”. Robbins dalam Suparyadi (2015:417) mendefinisikan motivasi sebagai “kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan-tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individual”.

Wexley dan Yukl dalam Romli (2014:73) memberikan batasan mengenai motivasi sebagai:

The process by which behavior is energized and directed (Proses di mana perilaku adalah energi dan diarahkan). Motivasi adalah pemberian atau pengambilan motif atau dapat pula diartikan sebagai hal atau keadaan menjadi motif. Jadi motivasi adalah sesuatu yang menimbulkan semangat dan dorongan kerja. Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.

Motif setiap individu berbeda-beda, ciri-ciri motif individu dalam Romli (2014:77) adalah:

1. Motif adalah majemuk
Dalam satu perbuatan tidak hanya mempunyai satu tujuan, tetapi beberapa tujuan yang sedang berlangsung bersama-sama.
2. Motif dapat berubah-ubah
Motif seseorang sering sekali mengalami perubahan yang disebabkan karena keinginan manusia yang selalu berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan atau kepentingannya.

3. Motif berbeda-beda bagi individu
Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda sehingga motif dari setiap individu pun berbeda.
4. Beberapa motif tidak disadari oleh individu

Banyak tingkah laku manusia yang tidak disadari oleh pelakunya, sehingga beberapa dorongan yang muncul seringkali karena berhadapan dengan situasi yang kurang menguntungkan lalu ditekan di bawah sadarnya.

Berdasarkan kutipan di atas, ciri-ciri motif individu terlihat motivasi mengandung dua hal yaitu motivasi berkaitan langsung dengan usaha pencapaian tujuan dan sebagai sasaran organisasional. Di dalam tujuan dan sasaran organisasi telah tercakup tujuan dan sasaran pribadi para anggota organisasi. Motivasi hanya akan efektif apabila di dalam diri karyawan yang digerakkan terdapat keyakinan bahwa dengan mencapai tujuan organisasi akan tercapai pula tujuan pribadinya. Kedua, motivasi merupakan proses keterkaitan antara usaha dan pemuasan kebutuhan tertentu. Motivasi merupakan kesediaan mengerahkan usaha tingkat tinggi untuk mencapai tujuan organisasi, akan tetapi kesediaan mengerahkan usaha sangat bergantung pada kemampuan seseorang untuk memuaskan berbagai kebutuhannya.

Siagian dalam Romli (2013:73) menjelaskan motivasi berhubungan dengan iklim komunikasi:

Motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang dihadapinya. Karena itulah, terdapat perbedaan dalam kekuatan motivasi yang ditunjukkan oleh seseorang dalam menghadapi situasi tertentu dibandingkan dengan orang-orang lain yang menghadapi situasi yang sama. Bahkan, seseorang akan menunjukkan dorongan tertentu dalam

menghadapi situasi yang berbeda dandalam waktu yang berlainan pula.

Dalam usaha memahami motivasi, kebutuhan yang belum terpuaskan menciptakan ketegangan yang menimbulkan dorongan tertentu dalam diri seseorang. Untuk menghilangkan ketegangan, karyawan harus melakukan usaha tertentu.

Gitosudarmo dalam Romli (2014:73) menjelaskan pentingnya motivasi kerja bagi tinggi rendahnya produktivitas perusahaan. “Tanpa adanya motivasi dari para karyawan untuk bekerja sama bagi kepentingan perusahaan, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Sebaliknya, jika motivasi yang tinggi dari para karyawan, maka hal ini merupakan suatu jaminan atas keberhasilan dalam mencapai tujuan.”

Supayardi (2015:417) menjelaskan bahwa dorongan yang disebabkan oleh suatu kebutuhan (karsa) yang mengerakan dan mengarahkan perilaku individu guna mencapai tujuan atau insentif tertentu. Dalam konteks sistem, motivasi mencangkup tiga elemen yaitu kebutuhan, dorongan dan insentif.

1. Kebutuhan (karsa)

Suatu kebutuhan akan timbul ketika terjadi ketidakseimbangan fisiologis, sosiologis dan psikologis dalam diri individu.

2. Dorongan

Dorongan atau juga disebut motif terbentuk untuk memenuhi kebutuhan agar terjadi keseimbangan fisiologis, sosiologis dan psikologis. Ketiga dorongan tersebut adalah daya yang menghasilkan daya gerak dan arah dalam meraih insentif, atau dengan kata lain hal ini merupakan proses motivasi.

3. Insentif

Insentif adalah segala yang dapat memenuhi kebutuhan individu sehingga apabila insentif ini telah dapat diperoleh, maka cenderung akan diperoleh keseimbangan fisiologilgis, sosiologis dan psikologis. Insentif yang diperoleh akan melalui suatu proses penilaian dalam diri individu yang kemudian akan disimpulkan apakah insentif tersebut telah mampu menghadirkan keseimbangan atau belum. Apabila telah tercapai keseimbangan kembali, maka tidak akan timbul suatu kebutuhan sehingga juga tidak terjadi dorongan untuk menemukan insentif. Akan tetapi, apabila hasil penilaian mengatakan bahwa keseimbangan belum terjadi amaka masih akan muncul kebutuhan yang selajutnya akan mendorong untuk menemukan insentif yang dibutuhkan.

Sistem motivasi merupakan siklus yang terus menerus berulang, apabila dari hasil penilaian ternyata keseimbangan belum tercapai atau terjadi ketidakseimbangan, maka proses itu akan terulang kembali. Pengulangan proses dalam sistem motivasi bersifat situasional karena pengulangan proses tersebut pada diri seorang individu sangat dipengaruhi oleh situasi keseimbangan fisiologis, sosiologis dan psikologis.

Kepuasan Kerja

Handoko (2008:193) menjelaskan bahwa “kepuasan kerja merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan karyawan dalam memandang pekerjaan mereka. Lebih jauh

dikatakan bahwa kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya, yang dapat terlihat dari sikap positif pekerja terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu yang dihadapi pada lingkungan kerjanya.”

Muhammad dalam Novianti (2014:25) menjelaskan bahwa ”motivasi kerja merupakan respon seseorang (sebagai pengaruh) terhadap suatu lingkungan kerja yang dihadapi. Termasuk dalam hal ini respon terhadap komunikasi organisasi, kompensasi, promosi, teman kerja, kebijaksanaan organisasi dan hubungan interpersonal dalam organisasi”.

Iklim komunikasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan di dalam perusahaan. Mulyana (2013:149) menerangkan ”iklim komunikasi secara umum dan iklim komunikasi secara khususnya, berlaku sebagai faktor-faktor penengah antara unsur-unsur sistem kerja dengan ukuran-ukuran yang berbeda keefektifan organisasi seperti produktivitas, kualitas, kepuasan dan vitalitas”.

Hasibuan (2001:202), menjelaskan mengenai kepuasan kerja memengaruhi kecintaan pegawai terhadap pekerjaannya:

Sikap kecintaan kepada pekerjaan dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja. Kepuasan kerja dinikmati di dalam pekerjaan, luar pekerjaan serta kombinasi antara keadaan dalam dan luar pekerjaan. Kepuasan dalam pekerjaan didefinisikan sebagai kepuasan kerja yang dinikmati dalam pekerjaan dengan memperoleh pujian hasil kerja, penempatan, perlakuan, peralatan dan suasana lingkungan kerja. Sementara kepuasan kerja di luar pekerjaan adalah kepuasan yang dinikmati di luar pekerjaan dengan besarnya balas jasa yang akan diterima dari hasil kerjanya agar dapat memenuhi kebutuhan. Dengan demikian, kombinasi kepuasan dalam dan luar pekerjaan adalah kepuasan kerja yang

dicerminkan oleh sikap emosional yang seimbang antara balas jasa dengan pelaksanaan pekerjaannya.

Robbin dalam Suparyadi (2015: 437)

menjelaskan bahwa kepuasan kerja merupakan salah satu refleksi dari kinerja cipta, rasa dan karsa yang dimiliki oleh individu:

Ketika seseorang memiliki suatu kebutuhan (karsa) yang perlu dipenuhi maka ia akan melakukan berbagai upaya dengan mengerahkan pikiran, tenaga, waktu dan kemungkinan mengambil resiko yang mungkin terjadi karena individu memiliki harapan agar kebutuhannya dapat terpenuhi. Kemudian individu tersebut akan berpikir cipta) untuk mengevaluasi apakah segala upaya memberikan hasil yang dapat memenuhi kebutuhannya. Pengerahan tenaga, pikiran, waktu dan kemungkinan menghadapi resiko dari pekerjaan ini merupakan modal yang ia investasikan guna memperoleh sesuatu atau insentif yang dapat memenuhi kebutuhannya. Ketika modal ini sudah diinvestasikan atau individu tersebut telah melakukan upaya-upaya atau tindakan tertentu guna mencapai tujuan atau memperoleh sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya, maka ia akan berpikir atau mengevaluasi tentang apa yang ia peroleh dan apakah yang diperoleh itu telah sesuai dengan harapannya sehingga kebutuhannya dapat dipenuhi. Apabila hasil dari berpikir atau mengevaluasi ini menyatakan bahwa hasil dari upayanya telah dapat memenuhi kebutuhannya, maka individu tersebut akan merasa puas (rasa).

Berdasarkan pengalaman Herzberg, Mauser dan Syderman dalam Wirawan (2014:687) menjelaskan teori mengenai motivasi dan kepuasan kerja dipengaruhi oleh lingkungan pekerjaan,

Sekelompok faktor berkaitan dengan ketidakpuasan kerja atau apati. Ada dua jenis faktor yang berbeda dan independen. Faktor tersebut adalah:

1. Faktor motivator

Faktor motivator adalah faktor-faktor yang berada di dalam pekerjaan. Faktor tersebutlah yang dapat menimbulkan kepuasan kerja dan keinginan untuk bekerja lebih keras. Jika faktor-faktor ini ada, akan mendorong lebih banyak upaya, akan tetapi jika tidak ada maka tidak akan menghasilkan kepuasan kerja. Faktor dalam konteks pekerjaan memenuhi kebutuhan individu untuk menghindari situasi-situasi tidak menyenangkan. *Factor in the job context the needs of individual for avoiding unpleasant situations. In contrast to this motivations by meeting avoidance needs, the jobs factor reward the needs of the individual to reach his aspirations. These effects on the individual can be conceptualized as actuating approach rather than avoidance behaviour .* (Faktor dalam konteks pekerjaan adalah kebutuhan individu untuk menghindari situasi yang tidak menyenangkan. Motivasi ini berbeda dengan memenuhi kebutuhan penghindaran, pekerjaan berhubungan dengan kebutuhan individu untuk mencapai cita-citanya . Efek ini dapat dikonseptualisasikan pada individu sebagai pendekatan aktual daripada perilaku menghindari.

2. Faktor-faktor penyehat (*hygiene factors*)

Faktor ini disebut penyehat karena berfungsi mencegah

terjadinya ketidakpuasan bekerja. Faktor penyehat adalah faktor-faktor yang jika ada dan jumlahnya mencukupi, faktor-faktor motivator dapat muncul dan bekerja. Jika jumlah faktor-faktor pemelihara tidak mencukupi akan menimbulkan ketidakpuasan kerja. Jadi faktor pemelihara tidak menciptakan kepuasan kerja, tetapi dapat mencegah terjadinya ketidakpuasan bekerja. Menurut ketiga peneliti tersebut, faktor-faktor *hygiene* adalah supervisi, hubungan interpersonal, kondisi kerja fiskal, gaji, kebijakan dan praktik perusahaan, *benefit* dan sekuritas pekerjaan.

Hipotesis

1. Ha = Iklim komunikasi memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja karyawan PT. Cakrawala Andalas Televisi
2. H0= Iklim komunikasi tidak memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi.

Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2012:7) menjelaskan mengenai metode kuantitatif. Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific* dan metode *discovery*. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan, sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.

Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini

Populasi dan Sampel

Populasi sebagai objek atau fenomena yang diriset. Populasi adalah himpunan semua hal yang ingin diketahui, bisa berbentuk wilayah, lembaga, kelompok, individu, dokumen atau konsep". Sugiyono dalam Kriyantono (2010:153) menyebut populasi sebagai "wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan". Sampel adalah "bagian dari populasi dan merupakan representasi suatu populasi." Oleh sebab itu apa yang disimpulkan berdasarkan penelitian terhadap sampel dapat diberlakukan pada populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling*.

Sugiyono (2006:82), "teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel

yang memberikan peluang yang

$$n = \frac{1126}{1126 (0.1)^2 + 1} = 91,84$$

Dari hasil perhitungan di atas, jumlah responden dari setiap divisi dibulatkan menjadi: *Operation Services* 25 orang, *Programming Services* 6 orang, *Sales*

juga disebut metode *discovery* karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Samabagisetiap anggota populasi untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel.

Teknik yang digunakan adalah

Proportionate Stratified Random Sampling

atau sampling berstrata.

Dalam Kriyantono (2010:164) rumus

Yamane yakni:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir. Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama, ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%.

2 orang, *Marketing Communications* 7 orang, *Programming* 2 orang, *Productions* 17 orang, *Human Capital and General Services* 4 orang, *Finance* 4 orang, *News and Currently Affair* 13 orang, *Sport* 6, *Internal Audit* 1 orang, *Traffic, Trade & Sponsorship* 3 orang, dan *Technical* 2 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terdapat dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan di dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebar kepada 92 karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi yang terbagi atas tiga belas divisi. Kriyantono (2010:97) “kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Kuesioner disebut juga angket. Tujuan penyebaran Kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan”.

Data sekunder yang digunakan di dalam penelitian ini adalah literatur, referensi, hasil penelitian terdahulu dan data mengenai jumlah karyawan dan struktur organisasi PT Cakrawala Andalas Televisi yang menjadi sumber tambahan informasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data hasil kuesioner akan diolah menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21. SPSS adalah suatu program *computer* statistik yang mampu memroses secara cepat dan tepat data statistik menjadi berbagai keluaran yang diperlukan.

Hasil Penelitian

Pernyataan 1, jawaban didominasi 55 orang responden atau 59,8% setuju bahwa karyawan mendapat dukungan dari atasan. Pada pernyataan 2 diketahui bahwa 64 orang responden atau 69,6% setuju bahwa karyawan mendapat dukungan dari rekan kerja. Pada pernyataan 3 diketahui bahwa 77 orang responden atau 83,7% setuju bahwa

karyawan mendapat dukungan dari atasan. Pada pernyataan 4 diketahui bahwa 85 orang responden atau 90,2% setuju bahwa karyawan memberikan dukungan kepada atasan. Pada pernyataan 5 diketahui bahwa 75 orang responden atau 81,5% setuju bahwa karyawan saling memberikan dukungan kepada rekan kerja.

Pada pernyataan 6 diketahui bahwa 83 orang responden atau 90,2% setuju bahwa karyawan memberikan dukungan kepada bawahan. Pada pernyataan 7 diketahui bahwa 82 orang responden atau 89,1% setuju bahwa karyawan percaya kepada kemampuan dan kinerja atasan. Pada pernyataan 8 diketahui bahwa 87 orang responden atau 94,6% setuju bahwa karyawan percaya terhadap kemampuan dan hasil kerja rekan lain. Pada pernyataan 9 diketahui bahwa 82 orang responden atau 89,1% setuju bahwa karyawan atasan percaya terhadap kemampuan dan kinerja karyawannya. Pada pernyataan 10 diketahui bahwa 82 orang responden atau 89,1% setuju bahwa karyawan memiliki kepercayaan terhadap kemampuan dan kinerja karyawan lainnya.

Pada pernyataan 11 diketahui bahwa 65 orang responden atau 70,7% setuju bahwa karyawan pernah diikutsertakan dalam proses pengambilan keputusan. Pada pernyataan 12 diketahui bahwa 64 orang responden atau 69,6% setuju bahwa atasan memberikan karyawan kesempatan berbicara atau menyampaikan pendapat di dalam diskusi mengenai pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan diambil oleh organisasi. Pada pernyataan 13 diketahui bahwa 62 orang responden atau 67,4% setuju bahwa atasan memberikan respon yang baik mengenai pendapat yang disampaikan oleh karyawan. Pada pernyataan 14 diketahui bahwa 61 orang responden atau 66,3% setuju bahwa atasan mendukung perbedaan pendapat di antara karyawan.

Pada pernyataan 15 diketahui bahwa 59 orang responden atau 64,1% setuju bahwa karyawan bebas menyampaikan pendapat mengenai apa yang mereka pikirkan terlepas sedang berbicara dengan atasan atau bawahan.

Pada pernyataan 16 diketahui bahwa 52 orang responden atau 56,5% setuju bahwa karyawan mendukung setiap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan. Pada pernyataan 17 diketahui bahwa 84 orang responden atau 91,3% setuju bahwa arus komunikasi lancar dari atasan kepada bawahan. Pada pernyataan 18 diketahui bahwa 70 orang responden atau 76,1% setuju bahwa arus komunikasi lancar dari karyawan kepada atasan karyawan. Pada pernyataan 19 diketahui bahwa 62 orang responden atau 67,4% setuju bahwa karyawan aktif memberikan masukan kepada atasan mengenai tugas ataupun perihal perusahaan. Pada pernyataan 20 diketahui bahwa 74 orang responden atau 80,4% setuju bahwa atasan mendengarkan saran yang diberikan oleh karyawan.

Pada pernyataan 21 diketahui bahwa 64 orang responden atau 69,6% setuju bahwa karyawan aktif di dalam setiap diskusi yang diikuti. Pada pernyataan 22 diketahui bahwa 71 orang responden atau 77,2% setuju bahwa karyawan mendengarkan dan menjalankan instruksi yang diberikan atasan dengan baik. Pada pernyataan 23 diketahui bahwa 50 orang responden atau 54,3% setuju bahwa perusahaan terbuka dalam memberikan informasi kepada seluruh karyawan. Pada pernyataan 24 diketahui bahwa 46 orang responden atau 50% setuju bahwa semua karyawan dapat mengakses informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaannya. Pada pernyataan 25 diketahui bahwa 47 orang responden atau 51,1% setuju bahwa karyawan selalu terbuka kepada atasan mengenai masalah yang dihadapi.

Pada pernyataan 26 diketahui bahwa 64 orang responden atau 69,6% setuju bahwa karyawan saling terbuka kepada sesama rekan kerja mengenai masalah yang dihadapi. Pada pernyataan 27 diketahui bahwa 66 orang responden atau 71,7% setuju bahwa atasan mereka adil dan jujur dalam memberikan dan menilai hasil pekerjaan bawahannya. Pada pernyataan 28 diketahui bahwa 57 orang responden atau 62% setuju bahwa pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan bakat dan minatnya masing-masing. Pada pernyataan 29 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa karyawan berusaha menyelesaikan pekerjaannya dengan baik untuk memperoleh hasil yang memuaskan. Pada pernyataan 30 diketahui bahwa 60 orang responden atau 65,2% setuju bahwa karyawan selalu datang ke kantor tepat waktu.

Pada pernyataan 31 diketahui bahwa 71 orang responden atau 77,2% setuju bahwa karyawan bertanggungjawab atas hasil pekerjaan yang mereka lakukan. Pada pernyataan 32 diketahui bahwa 74 orang responden atau 80,4% setuju bahwa karyawan peduli terhadap produktivitas perusahaan. Pada pernyataan 33 diketahui bahwa 71 orang responden atau 77,2% setuju bahwa karyawan menghemat penggunaan fasilitas perusahaan seperti listrik, air, kertas, tinta dll. Pada pernyataan 34 diketahui bahwa 62 orang responden atau 67,4% setuju bahwa karyawan memiliki hubungan yang baik dengan atasan. Pada pernyataan 35 diketahui bahwa 68 orang responden atau 73,9% setuju bahwa karyawan memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja.

Pada pernyataan 36 diketahui bahwa 79 orang responden atau 85,9% setuju bahwa karyawan memiliki hubungan baik dengan bawahan.

Pada pernyataan 37 diketahui bahwa 80 orang responden atau 87% setuju bahwa mereka akan membantu karyawan yang mengalami kesulitan dalam menyelesaikan tugasnya. Pada pernyataan 38 diketahui bahwa 79 orang responden atau 85,9% setuju bahwa rekan kerja membantu jika mengalami kesulitan dalam menyelesaikan tugas. Pada pernyataan 39 diketahui bahwa 62 orang responden atau 67,4% setuju bahwa atasan mereka ramah dan mau berbaur dengan bawahannya.

Dari hasil total rata-rata nilai variabel iklim komunikasi sebesar 119,71, dapat diketahui bahwa iklim komunikasi di dalam PT Cakrawala Andalas Televisi berada di dalam kategori iklim komunikasi yang sangat baik. pernyataan 1 diketahui bahwa 52 orang responden atau 56,5% setuju bahwa mereka memiliki tujuan hidup yang ingin dicapai. Pada pernyataan 2 diketahui bahwa 54 orang responden atau 58,7% setuju bahwa karyawan merasa kebutuhan mereka telah terpenuhi. Pada pernyataan 3 diketahui bahwa 76 orang responden atau 82,6% setuju bahwa mereka menyelesaikan pekerjaan tepat waktu. Pada pernyataan 4 diketahui bahwa 72 orang responden atau 78,3% setuju bahwa karyawan bekerja sebaik mungkin untuk memaksimalkan potensi yang mereka miliki. Pada pernyataan 5 diketahui bahwa 71 orang responden atau 77,2% setuju bahwa mereka bekerja sebaik mungkin untuk memperoleh penghargaan dari atasan yakni promosi atau kenaikan gaji.

Pada pernyataan 6 diketahui bahwa 52 orang responden atau 56,5% setuju bahwa kondisi lingkungan kerja membuat mereka nyaman dalam bekerja. Pada pernyataan 7 diketahui bahwa 46 orang responden atau 50% kurang puas dengan gaji yang diperoleh. Pada pernyataan 8 diketahui bahwa 53 orang responden atau 57,6% tidak mendapatkan tekanan dari atasan perihal pekerjaan. Pada pernyataan 9

diketahui bahwa 70 orang responden atau 76,1% setuju bahwa atasan mereka selalu memuji setiap hasil pekerjaan yang dilakukan dengan baik. Pada pernyataan 10 diketahui bahwa 56 orang responden atau 60,9% setuju bahwa atasan memberikan karyawan peluang untuk mendapatkan promosi atas pekerjaan yang telah dilakukan dengan baik. Pada pernyataan 11 diketahui bahwa 76 orang responden atau 82,6% setuju bahwa peraturan yang berlaku di perusahaan tidak mengekang karyawan dalam bekerja.

Dari hasil total rata-rata nilai variabel motivasi sebesar 32,14 dapat diketahui bahwa karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi termasuk ke dalam kategori memiliki motivasi yang tinggi.

Pada pernyataan 1 diketahui bahwa 62 orang responden atau 67,4% setuju bahwa pekerjaan yang karyawan lakukan adalah pekerjaan yang mereka inginkan. Pada pernyataan 2 diketahui bahwa 55 orang responden atau 59,8% setuju bahwa karyawan menyukai pekerjaan yang mereka lakukan karena menantang mereka untuk berpikir lebih keras. Pada pernyataan 3 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa atasan memberikan kepercayaan dan tanggungjawab penuh kepada karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Pada pernyataan 4 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa atasan merespon setiap pekerjaan yang diselesaikan karyawan dengan baik. Pada pernyataan 5 diketahui bahwa 44 orang responden atau 47,8% setuju bahwa karyawan tidak puas dengan gaji yang diterima.

Pada pernyataan 6 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa perusahaan memberikan tunjangan-tunjangan lain di luar gaji, seperti bonus, asuransi jiwa dan kesehatan atau tunjangan Hari Raya sebagai penghargaan atas hasil kerja yang dilakukan oleh karyawan.

Pada pernyataan 7 diketahui bahwa 59 orang responden atau 64,1% setuju bahwa perusahaan memberikan kesempatan promosi kepada karyawan yang memiliki kinerja dan prestasi kerja yang baik. Pada pernyataan 8 diketahui bahwa 50 orang responden atau 54,3% setuju bahwa karyawan merasa puas dengan peluang promosi yang diberikan oleh atasan. Pada pernyataan 9 diketahui bahwa 80 orang responden atau 87% setuju bahwa karyawan memperoleh fasilitas berupa kenyamanan dan kebersihan di tempat kerja. Pada pernyataan 10 diketahui bahwa 73 orang responden atau 79,3% setuju bahwa peralatan kantor yang digunakan oleh karyawan telah memenuhi standar dan menunjang pekerjaan karyawan.

Pada pernyataan 11 diketahui bahwa 60 orang responden atau 65,2% setuju bahwa atasan mereka memiliki jiwa kepemimpinan dan kinerja yang baik dalam bekerja. Pada pernyataan 12 diketahui bahwa 73 orang responden atau 79,3%.

Pembahasan

Penelitian dengan judul Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi dilakukan kepada 92 karyawan yang Terdiri atas tiga belas divisi. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi dan kepuasan kerja.

Dari hasil penelitian di atas diketahui bahwa terdapat pengaruh antara Iklim Komunikasi terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja. Nilai koefisien determinasi atau *R Square* pada tabel *model summary* = 0,425 yang menggambarkan pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi sebesar 42,5%, sedangkan sisanya 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kebutuhan yang belum terpenuhi dikarenakan seperti gaji yang kecil,

setuju bahwa rekan kerja mereka baik sehingga membuat mereka nyaman dalam bekerja. Pada pernyataan 13 diketahui bahwa 77 orang responden atau 83,7% setuju bahwa karyawan dan rekan kerja saling menghormati. Pada pernyataan 14 diketahui bahwa 79 orang responden atau 85,9% setuju bahwa sesama rekan kerja saling mendukung dalam menyelesaikan pekerjaan. Pada pernyataan 15 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa karyawan menyukai pekerjaan yang mereka lakukan saat ini. Pada pernyataan 16 diketahui bahwa 53 orang responden atau 57,6% setuju bahwa pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan bakat dan minat.

Dari total rata-rata nilai variabel kepuasan kerja sebesar 47,04 dapat diketahui bahwa karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi termasuk ke dalam kategori memiliki kepuasan kerja yang tinggi.

kurangnya promosi dan tunjangan di luar gaji.

Sedangkan nilai koefisien determinasi atau *R Square* pada tabel *model summary* kedua = 0,373 yang menggambarkan pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja sebesar 37,3%, sisanya 62,7% dipengaruhi oleh variabel lain seperti gaji yang kecil, kurangnya promosi, kecilnya tunjangan di luar gaji, gaya kepemimpinan, kurangnya fasilitas yang memadai, tata ruang kerja yang membosankan serta ketidaksesuaian pekerjaan dengan bakat dan minat karyawan. Terdapat pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi dan kepuasan kerja namun pengaruhnya rendah.

Jadi pengaruh utama yang mempengaruhi motivasi dan kepuasan kerja karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi di luar variabel iklim komunikasi adalah *reward* seperti gaji, promosi dan tunjangan.

Reward merupakan faktor yang sangat penting bagi karyawan untuk motivasi dan produktivitas karyawan untuk bekerja. Sudah menjadi rahasia umum jika gaji para pekerja media massa khususnya televisi memang tidak besar dan promosi juga jarang diberikan. Hal tersebut dikarenakan pihak manajemen mempertimbangkan dengan teliti mengenai gaji dan promosi yang diterima berdasarkan kemampuan, produktivitas, tingkat pendidikan, pengalaman dan masa kerja karyawan.

Dilihat dari jumlah mean di dalam hasil penelitian, dapat diketahui bahwa iklim komunikasi di dalam PT Carawala Andalas Televisi dalam keadaan sangat baik, motivasi karyawan dan kepuasan kerja yang tinggi. Jika hasil tersebut dikaitkan dengan teori keadilan yang isinya adil atau tidak adil, karyawan akan membandingkan apa yang diterimanya sama dengan yang diterima rekan lainnya pada tingkat dan jenis pekerjaan yang sama pada tempat yang sama maupun berbeda. Untuk melihat hubungan antara teori keadilan dengan hasil penelitian, dapat dilihat melalui pernyataan pada kuesioner, yakni pernyataan nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 13, 17 dan 18. Pada pernyataan 1, jawaban didominasi 55 orang responden atau 59,8% setuju bahwa karyawan mendapat dukungan dari atasan. Pada pernyataan 2 diketahui bahwa 64 orang responden atau 69,6% setuju bahwa karyawan mendapat dukungan dari rekan kerja. Pada pernyataan 3 diketahui bahwa 77 orang responden atau 83,7% setuju bahwa karyawan mendapat dukungan dari atasan. Pada pernyataan 4 diketahui bahwa 85 orang responden atau 90,2% setuju bahwa karyawan memberikan dukungan kepada atasan. Pada pernyataan 5 diketahui bahwa 75 orang responden atau 81,5% setuju bahwa karyawan saling memberikan dukungan kepada rekan kerja.

Pada pernyataan 6 diketahui bahwa 83 orang responden atau 90,2% setuju bahwa karyawan memberikan dukungan kepada bawahan. Pada pernyataan 9 diketahui bahwa 82 orang responden atau 89,1% setuju bahwa karyawan atasan percaya terhadap kemampuan dan kinerja karyawannya. Pada pernyataan 10 diketahui bahwa 82 orang responden atau 89,1% setuju bahwa karyawan memiliki kepercayaan terhadap kemampuan dan kinerja karyawan lainnya.

Pada pernyataan 12 diketahui bahwa 64 orang responden atau 69,6% setuju bahwa atasan memberikan karyawan kesempatan berbicara atau menyampaikan pendapat di dalam diskusi mengenai pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan diambil oleh organisasi. Pada pernyataan 13 diketahui bahwa 62 orang responden atau 67,4% setuju bahwa atasan memberikan respon yang baik mengenai pendapat yang disampaikan oleh karyawan. Pada pernyataan 17 diketahui bahwa 84 orang responden atau 91,3% setuju bahwa arus komunikasi lancar dari atasan kepada bawahan. Pada pernyataan 18 diketahui bahwa 70 orang responden atau 76,1% setuju bahwa arus komunikasi lancar dari karyawan kepada atasan karyawan. Pada pernyataan 17 diketahui bahwa 84 orang responden atau 91,3% setuju bahwa arus komunikasi lancar dari atasan kepada bawahan. Pada pernyataan 18 diketahui bahwa 70 orang responden atau 76,1% setuju bahwa arus komunikasi lancar dari karyawan kepada atasan karyawan.

Pernyataan-pernyataan di atas menguatkan bahwa iklim komunikasi di PT Cakrawala Andalas Televisi berada di dalam kondisi baik dan sebagian besar karyawan mendapatkan perlakuan yang sama sehingga motivasi dan kepuasan kerja yang besar dilihat dari penggolongan hasil mean dari masing-masing variabel dan dominasi jawaban setuju pada pernyataan di atas.

Jika hasil penelitian ini dikaitkan dengan teori motivasi dua faktor yang melihat kepuasan kerja merupakan hasil hubungan faktor intrinsik (motivasi) dengan faktor ekstrinsik atau faktor pemeliharaan yang berasal dari iklim komunikasi dan iklim organisasi, maka hubungan tersebut dapat dilihat didalam pernyataan di dalam variabel motivasi dan kepuasan kerja. Pernyataan yang menguatkan faktor intrinsik yakni pernyataan mengenai motivasi nomor 5, 9 dan 10 pada pernyataan variabel Y1. Sedangkan pernyataan yang menguatkan faktor penyehat adalah pernyataan nomor 8 dan 11 pada pernyataan variabel motivasi dan kepuasan kerja, pernyataan pemeliharaan dari perusahaan dalam pernyataan nomor 3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13 dan 14. Pada pernyataan 3 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa atasan memberikan kepercayaan dan tanggungjawab penuh kepada karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Pada pernyataan 4 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa atasan merespon setiap pekerjaan yang diselesaikan karyawan dengan baik. Pada pernyataan 6 diketahui bahwa 67 orang responden atau 72,8% setuju bahwa perusahaan memberikan tunjangan-tunjangan lain di luar gaji, seperti bonus, asuransi jiwa dan kesehatan atau tunjangan Hari Raya sebagai penghargaan atas hasil kerja yang dilakukan oleh karyawan. Pada pernyataan 7 diketahui bahwa 59 orang responden atau 64,1% setuju bahwa perusahaan memberikan kesempatan promosi kepada karyawan yang memiliki kinerja dan prestasi kerja yang baik. Pada pernyataan 9 diketahui bahwa 80 orang responden atau 87% setuju bahwa karyawan memperoleh fasilitas berupa kenyamanan dan kebersihan di tempat kerja. Pada pernyataan 10 diketahui bahwa 73 orang responden atau 79,3% setuju bahwa peralatan kantor yang digunakan oleh

karyawan telah memenuhi standar dan menunjang pekerjaan karyawan.

Pada pernyataan 11 diketahui bahwa 60 orang responden atau 65,2% setuju bahwa atasan mereka memiliki jiwa kepemimpinan dan kinerja yang baik dalam bekerja. Pada pernyataan 12 diketahui bahwa 73 orang responden atau 79,3% setuju bahwa rekan kerja mereka baik sehingga membuat mereka nyaman dalam bekerja. Pada pernyataan 13 diketahui bahwa 77 orang responden atau 83,7% setuju bahwa karyawan dan rekan kerja saling menghormati. Pada pernyataan 14 diketahui bahwa 79 orang responden atau 85,9% setuju bahwa sesama rekan kerja saling mendukung dalam menyelesaikan pekerjaan. Pernyataan-pernyataan di atas menguatkan bahwa iklim komunikasi di PT Cakrawala Andalas memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja yang besar dilihat dari penggolongan hasil mean dari masing-masing variabel dan nilai dominan setuju di dalam pernyataan-pernyataan tersebut.

Di dalam penelitian ini juga diketahui bahwa hanya sebagian karyawan tidak aktif dalam melakukan diskusi dan memberikan masukan kepada atasan maupun rekan kerja mengenai pekerjaan maupun perusahaan dikarenakan beberapa kemungkinan seperti tidak diberikannya kesempatan untuk menyampaikan pendapat, tidak adanya wadah untuk berpendapat dan adanya rasa canggung untuk menyampaikannya.

Dari hasil penelitian di atas, sebanyak 27 responden menjawab mereka tidak aktif memberikan masukan kepada atasan mengenai tugas ataupun perusahaan. Hal tersebut dikarenakan mereka kurang diberikan ruang untuk berbicara dan menyampaikan pendapat, terutama jika karyawan di dalam divisi-divisi tertentu yang jarang melakukan rapat dan interaksi yang intens antar sesama karyawan, seperti divisi *internal audit and compliance*,

general services, human capital and general services dan *financial*. Mereka hanya dituntut untuk bekerja secara individual tanpa memerlukan rapat-rapat yang membutuhkan pemikiran bersama untuk menciptakan produk atau merancang sebuah program, sehingga mereka kurang aktif memberikan masukan kepada atasan mengenai tugas ataupun perusahaan. Berbeda dengan divisi produksi yang membutuhkan pemikiran banyak orang untuk merancang ide-ide kreatif dan di dalam rapat mereka bisa bebas menyampaikan pendapat baik mengenai ide, program dan perusahaan.

Asal wilayah karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi, mayoritas berasal dari pulau Jawa sebanyak 73,9%, selebihnya karyawan yang berasal dari luar Jawa seperti Sumatera sebanyak 17,4%, Kalimantan sebanyak 3,3% dan Sulawesi sebanyak 5,4%. Sebanyak 73,9% karyawan berasal dari pulau Jawa, suku tersebut cenderung lebih canggung dalam menyampaikan pendapat jika dibandingkan suku dari wilayah lain.

Dalam situs www.pariwisata-sumut.tripod.com/jawa.htm (yang diakses pada 28 Juli 2016 pukul 17:52) dijelaskan: Orang Jawa dikenal sebagai suku bangsa yang tertutup dan tidak mau terus terang. Sifat ini konon berdasarkan watak orang Jawa yang ingin menjaga harmoni atau keserasian dan menghindari konflik, karena itulah mereka cenderung untuk diam dan tidak membantah apabila terjadi perbedaan pendapat.

Dari kutipan di atas, dapat diketahui jika masyarakat yang berasal pulau Jawa lebih menghindari konflik dan mencintai kedamaian sehingga mereka cenderung akan memendam perasaan dan pendapat meskipun tidak sesuai dengan hati dan pikiran mereka. Berbeda dengan suku Batak dari Sumatera yang lebih jujur dan bebas

menyampaikan pendapat terlepas siapa komunikasikan mereka

Sebanyak 28,3% responden kurang setuju bahwa mereka dapat mengakses informasi yang berkaitan langsung dengan pekerjaan mereka. Terkadang karyawan merasa kesulitan dalam memperoleh informasi karena informasi yang diterima seringkali kurang jelas, bahkan berbeda dan tidak jarang informasi yang diterima serba mada-mada dengan waktu penyelenggaraan *event* atau program. *Event* yang misalnya akan diadakan pada akhir minggu ini, namun informasi yang diterima karyawan hanya 3-4 hari sebelum acara karena terjadi perubahan informasi. Contoh lain seperti pergantian *content* acara yang tiba-tiba berubah beberapa jam sebelum acara diproduksi merupakan hal yang kadang terjadi. Oleh karena itu karyawan harus aktif mencari informasi yang terkait dengan pekerjaan mereka, karena media massa dapat berubah dengan cepat menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada.

Dalam melakukan analisis korelasi hasil yang tertera pada tabel *correlations* menunjukkan nilai korelasi antara iklim komunikasi terhadap motivasi sebesar 0,652 yang berarti memiliki korelasi yang kuat. Nilai Sig. antara iklim komunikasi dan motivasi adalah $0,00 < 0,05$ dan memiliki tanda bintang (*) yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

Dari hasil yang tertera menunjukkan korelasi antara iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja sebesar 0,611 yang berarti memiliki korelasi yang kuat. Nilai Sig. antara iklim komunikasi dan kepuasan kerja adalah $0,00 < 0,05$ dan memiliki tanda bintang (*) yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Dari tabel di atas juga menunjukkan korelasi antara motivasi terhadap motivasi dan kepuasan sebesar 0,719 yang berarti memiliki korelasi yang kuat.

Nilai Sig. antara iklim komunikasi dan motivasi adalah $0,00 < 0,05$ dan memiliki tanda bintang (*) yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

Nilai koefisien regresi antara variabel iklim komunikasi kepada motivasi sebesar 0,232 yang berarti bahwa jika iklim komunikasi bertambah 1 satuan, maka akan meningkatkan motivasi sebesar 0,232 satuan, dengan nilai konstantanya 3,543. Sehingga persamaan garis regresinya $Y=4,576 + 0,232$. Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien regresi antara variabel iklim komunikasi kepada kepuasan kerja sebesar 0,232.

Nilai koefisien regresi antara variabel iklim komunikasi kepada kepuasan kerja sebesar 0,366 yang berarti bahwa jika iklim komunikasi bertambah 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan kerja sebesar 0,366 satuan, dengan nilai konstantanya 3,543. Sehingga persamaan garis regresinya $Y=3,543 + 0,366$. Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien regresi antara variabel iklim komunikasi kepada kepuasan kerja sebesar 0,366.

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menemukan bahwa iklim komunikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap motivasi. Iklim komunikasi juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan kerja.

Jumlah Karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi yang berkantor di ANTV Epicentrum Studio Complex sebanyak 1126 orang tersebar dalam 13 divisi. Divisi yang memiliki karyawan terbanyak yakni *operation services* dan produksi. Divisi *operations services* dan produksi membutuhkan banyak karyawan untuk mengoperasikan dan membuat banyak program untuk disiarkan. Di dalam divisi produksi didominasi oleh karyawan-karyawan muda yang berusia kurang dari 30 tahun.

Karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi didominasi oleh karyawan yang memiliki masa kerja dari 0-4 tahun sebanyak 77,1% dengan usia 20-29 tahun dengan persentase 84,8% yakni mahasiswa *fresh graduate* lulusan Strata 1 (S1) yang memberikan tempat bagi karyawan untuk belajar dan berkembang. Karyawan tersebut tersebar di berbagai divisi, terutama divisi *marketing communications, operations services, general services* dan *productions* yang membutuhkan ide-ide baru untuk menyiapkan program. Karena mayoritas karyawan adalah *fresh graduate* dan memiliki sedikit pengalaman, maka rata-rata penghasilan karyawan tidak jauh dari Upah Minimum Regional (UMR) berkisar antara Rp 2.600.000-Rp 5.000.000 sebanyak 60,%. Untuk karyawan dengan gaji di atas Rp 5.000.000 biasanya dipertimbangkan berdasarkan jabatan, masa kerja dan pengalaman yang dimiliki.

Dalam situs <http://jobpanet.com> (diakses pada 29 Juli 2016 pukul 19:43) dijelaskan bahwa “mendapatkan pekerjaan diperusahaan besar dan ternama tentu menjadi kebanggaan tersendiri, terutama bagi *fresh graduate* yang baru mencoba dunia kerja. Gengsi bisa menjadi salah satu alasannya, namun tentunya banyak pula yang memang mengincar pengalaman, ilmu serta relasi yang luas di perusahaan besar.”

Di dalam situs <http://okezone.com> (diakses pada 29 Juli 2016 pukul 19:40) juga dijelaskan bahwa “sah dan wajar apabila *fresh graduate* mendapatkan gaji UMR. Gaji akan meningkat seiring dengan *skill* dan pengalaman. Namun hal tersebut berlaku pada orang yang memiliki minat dan ketertarikan pada pekerjaan yang dijalannya, sehingga mereka tidak terlalu mempersoalkan masalah gaji”.

Dari kutipan di atas dapat diketahui bahwa sebuah hal yang wajar apabila karyawan PT Cakrawala Andalas Televisi yang mayoritas *fresh graduate* memilih

bekerja di perusahaan tersebut karena PT Cakrawala Andalas Televisi merupakan perusahaan media yang besar sehingga ada rasa kepuasan tersendiri dapat bekerja di sana meskipun dengan gaji UMR karena mereka belum memiliki kemampuan dan pengalaman yang banyak. Jika dibandingkan dengan masa kerja karyawan yang berkisar antara 0-4 tahun dan ketidaksesuaian antara bakat dan minat dengan pekerjaan maka karyawan menjadikan PT Cakrawala Andalas Televisi sebagai batu loncatan untuk meningkatkan kemampuan dan memperoleh pengalaman dan jika mereka telah memiliki itu semua maka mereka akan beralih ke perusahaan lain.

Kesimpulan

1. Secara keseluruhan iklim komunikasi mampu memberikan pengaruh yang signifikan kepada motivasi dan kepuasan kerja. Pengaruh tersebut memiliki hubungan yang positif, sehingga apabila salah satu komponen iklim komunikasi mengalami perbaikan atau peningkatan maka akan memberikan dampak positif bagi motivasi dan kepuasan kerja. Pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi sebesar 42,5% dan sumbangan simultan iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja sebesar 37,3%.
2. Iklim komunikasi di PT Cakrawala Andalas Televisi dalam keadaan sangat baik, namun hal tersebut bukan faktor satu-satunya yang memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja karyawan. *Reward* merupakan variabel utama yang memengaruhi motivasi dan kepuasan kerja karyawan PT

Cakrawala Andalas Televisi di luar variabel iklim komunikasi. *Reward* tersebut berupa gaji, promosi dan tunjangan. *Reward* merupakan faktor yang sangat penting bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dan memicu produktivitas karyawan untuk bekerja. Sudah menjadi rahasia umum jika gaji para pekerja media massa khususnya televisi memang tidak besar dan promosi juga jarang diberikan. Hal tersebut dikarenakan pihak manajemen mempertimbangkan dengan teliti mengenai gaji dan promosi yang diterima berdasarkan kemampuan, produktivitas, tingkat pendidikan, pengalaman dan masa kerja karyawan.

3. Iklim komunikasi secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap motivasi dan kepuasan kerja sebesar 0,652, sedangkan hubungan antara iklim komunikasi dengan kepuasan kerja sebesar 0,611.

Saran

1. Perusahaan sebaiknya tidak hanya menjaga iklim komunikasi yang telah baik, namun harus terus memperbaiki iklim untuk meningkatkan produktivitas karyawan.
2. Atasan-atasan sebaiknya lebih dekat dan berbaur dengan karyawan bukan hanya membahas mengenai pekerjaan, namun sekedar mengobrol.

Atasan sebaiknya lebih membuka peluang kepada bawahan untuk terbuka dan menyampaikan aspirasi. Perusahaan juga perlu menyediakan sarana bagi karyawan yang kurang memiliki keberanian untuk menyampaikan pendapat dengan kotak saran atau email khusus untuk menyampaikan saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Argenti, Paul. A.2010. Komunikasi Korporat, Edisi 5.Jakarta: Salemba Humanika.
- Badriyah, Mila.2015.Manajemen Sumber Daya Manusia.Bandung: Pustaka Setia.
- Bangun,Wilson.2012.Manajemen Sumber Daya Manusia.Jakarta:PT Gelora Aksara Pratama
- Belasen, Alan T.2008.The Theory and Practice of Corporate Communications: A Competing Values Perspective.California: Sage Publications, Inc.
- Butterick, Keith.2013. Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik.Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ivancevich, M. Jhon, dkk.Perilaku dan Manajemen Organisasi.Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Jefkins, Frank.2003.Public Relations Edisi Kelima.Jakarta: Erlangga.
- Kadarisman. M.2014.Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia.Jakarta: PT Rajagrafindo Pesada
- Kriyantono, Rachmat.2010.Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo.2010. Komunikasi Serba Ada Serba Makna.Jakarta: Kencana.
- Moeljono, Djokosantoso.2006.Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2005. Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan.Bandung: Rosdakarya.
- Riadi, Edi.2016.Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS.Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Robbins, Stephen P dan Timothy A. Judge.Perilaku Organisasi Edisi 16.Jakarta: Salemba Empat. Romli,
- Khomsahrial.2014.Komunikasi Organisasi Lengkap.Jakarta: PT Grasindo. 116
- Sanusi, Anwar.2012.Tesis Pengaruh Motivasi Kerja dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Komitmen Keorganisasian Pegawai Arsip Nasional Republik Indonesia.Depok: Universitas Indonesia.

- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto.2002.Dasar-dasar Public Relations.Jakarta: PT Remaja Rosakarya.
- Sugiyono.2012.Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang.2013.Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Centre for Academic Publishing Service.
- Suparyadi.2015.Manajemen Sumber Daya Manusia.Yogyakarta: CV Andi Offset..
- Suprpto, Tommy.2009.Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi. Yogyakarta: Med Press.
- Sutikno, Raja Bambang.2007.The Power of Emphaty in Leadership.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein.2003.Metode Riset Bisnis.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____.2005.Riset Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, Suparno Eko.2015.Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wirawan.2014.Kepemimpinan: Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada