



**PENGARUH POLA KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP  
MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA**

**PT MELESSI FAJAR ABADI**

**SKRIPSI**

**CICILLIA BENEDECTA**  
**20210400035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG  
2025**



**PENGARUH POLA KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP  
MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA  
PT MELESSI FAJAR ABADI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**CICILLIA BENEDECTA**  
**20210400035**

**UBD**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**  
**TANGERANG**  
**2025**



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT Melessi Fajar Abadi  
Nama : Cicillia Benedecta  
NIM : 20210400035  
Fakultas : Sosial dan Humaniora

Tugas Akhir ini telah disetujui pada tanggal 07 Juli 2025.

Disetujui,

Dosen Pembimbing

  
**Suryadi Wardiana, M.I.kom.**  
NIDN. 0411118205

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

  
**Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.Ikom.**  
NIDN. 0310048205



## SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.  
Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Cicillia Benedicta  
NIM : 20210400035  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT Melessi Fajar Abadi

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 07 Juli 2025

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dosen Pembimbing

  
Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.  
NIDN. 0310048205

  
Suryadi Wardiana, M.I.Kom.  
NIDN. 0411118205



## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cicillia Benedecta  
NIM : 20210400035  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT Melessi Fajar Abadi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

### Dewan Pengaji

1. Ketua Pengaji : **Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom**  
NIDN. 0310048205
2. Pengaji 1 : **Hot Saut Holomoan, S.Pd, M.Hum**  
NIDN. 0320046101
3. Pengaji 2 : **Dr. Serius Zebua, S.Pd.,M.Pd.,CPS.,CCLS**  
NUPTK : 6150771672130363

### Tanda Tangan

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Universitas Buddhi Dharma

  
Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum.  
NIDN. 0418128601



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir dalam bentuk skripsi berjudul "Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT Melessi Fajar Abadi" merupakan asli karya saya sendiri;
2. Karya tulis ini murni ide, rumusan, dan penelitian saya pribadi, dengan tidak diperbantukan oleh pihak lainnya, kecuali oleh pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini, tidak ada karya ataupun opini yang sudah dituliskan atau disebarluaskan kepada orang lain, kecuali dengan jelas saya cantumkan sebagai referensi penulisan skripsi ini melalui pencantuman penulisnya dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika ada hal yang menyimpang di dalamnya, saya bersedia mendapat konsekuensi akademik berupa dicabutnya gelar yang sudah saya peroleh melalui karya tulis ini serta konsekuensi lain sebagaimana norma dan ketentuan hukum yang ada.

Tangerang, 7 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Cicillia Benedecta

NIM: 20210400035

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT Melessi Fajar Abadi” dengan baik dan sesuai dengan batas waktu yang ditentukan. Skripsi ini dibuat sebagai bagian dari tugas akhir untuk menyelesaikan program studi di Universitas Buddhi Dharma dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang turut andil dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora.
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Suryadi Wardiana, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing pada Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna selama masa perkuliahan.
6. Keluarga tercinta, yang telah memberikan dukungan tanpa henti. Kepada mami, dan papi yang telah memberikan motivasi dan doa, serta memberikan dukungan yang tak ternilai sepanjang perjalanan hidup dan perkuliahan penulis. Dan kepada saudari-saudari penulis yang sudah memberikan dukungan, dan mengingatkan saya untuk tidak menyerah.
7. Seseorang yang jauh dan tidak ingin penulis sebutkan namanya, yang telah mendukung, menyemangati, dan menemani penulis mengerjakan skripsi ini.

8. Meliyana Cannilia, Shelvih Anastasya, dan Arya Ananda, yang telah meneman penulis dari awal masa perkuliahan sampai saat ini dan mendukung serta mendoakan penulis selama menjalani skripsi hingga selesai.
9. Michael Jonathan, dan semua teman-teman baik penulis yang selalu mendorong dan mendukung penulis untuk mengerjakan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan dan doa secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dengan harapan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin agar penelitian ini mampu memberikan manfaat kepada para pembaca. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun juga sangat penulis harapkan.

Tangerang, 02 Juli 2025

Penulis,



Cicillia Benedecta

## ABSTRAK

Komunikasi organisasi yang efektif sangat penting untuk membangun lingkungan kerja yang produktif dan meningkatkan motivasi kerja karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan satu variabel independen yaitu Pola Komunikasi Organisasi (X) dan satu variabel dependen yaitu Motivasi Kerja (Y). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang merupakan seluruh karyawan PT Melessi Fajar Abadi, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.4. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai pola komunikasi dan motivasi kerja karyawan, sementara analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,802 dan nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05. Nilai R Square sebesar 0,643 menunjukkan bahwa 64,3% variasi dalam motivasi kerja dapat dijelaskan oleh pola komunikasi organisasi. Komunikasi vertikal, horizontal, dan pemanfaatan media komunikasi yang efektif meningkatkan keterlibatan dan kolaborasi karyawan. Dampak positifnya terlihat pada peningkatan pendapatan perusahaan dari Rp30,59 miliar (2023) menjadi Rp59,64 miliar (2024), naik sekitar 94,9%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi yang baik berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Efektif, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Pola Komunikasi Organisasi, PT Melessi Fajar Abadi*

## ABSTRACT

*Effective organizational communication is essential for building a productive work environment and enhancing employee motivation. This study aims to analyze the influence of organizational communication patterns on employee work motivation at PT Melessi Fajar Abadi. A quantitative approach was employed with one independent variable, namely Organizational Communication Patterns (X), and one dependent variable, namely Work Motivation (Y). Data were collected through questionnaires distributed to 30 respondents, representing all employees of PT Melessi Fajar Abadi, using a saturated sampling method. The data were analyzed using descriptive statistics and path analysis with the assistance of SmartPLS version 4.1.1.4. Descriptive statistics were used to provide an overview of communication patterns and employee motivation, while path analysis was used to examine the relationship between variables.*

*The results show that organizational communication patterns have a positive and significant effect on work motivation, with a path coefficient value of 0.802 and a significance value (p-value) < 0.05. The R Square value of 0.643 indicates that 64.3% of the variation in work motivation can be explained by organizational communication patterns. Vertical communication, horizontal communication, and the effective use of communication media enhance employee engagement and collaboration. The positive impact is reflected in the company's revenue growth from IDR 30.59 billion (2023) to IDR 59.64 billion (2024), an increase of approximately 94.9%. Therefore, it can be concluded that effective organizational communication significantly contributes to increasing employee motivation at PT Melessi Fajar Abadi.*

**Keywords:** Effective Communication, Organizational Communication Patterns, PT Melessi Fajar Abadi, Work Environment, Work Motivation

## DAFTAR ISI

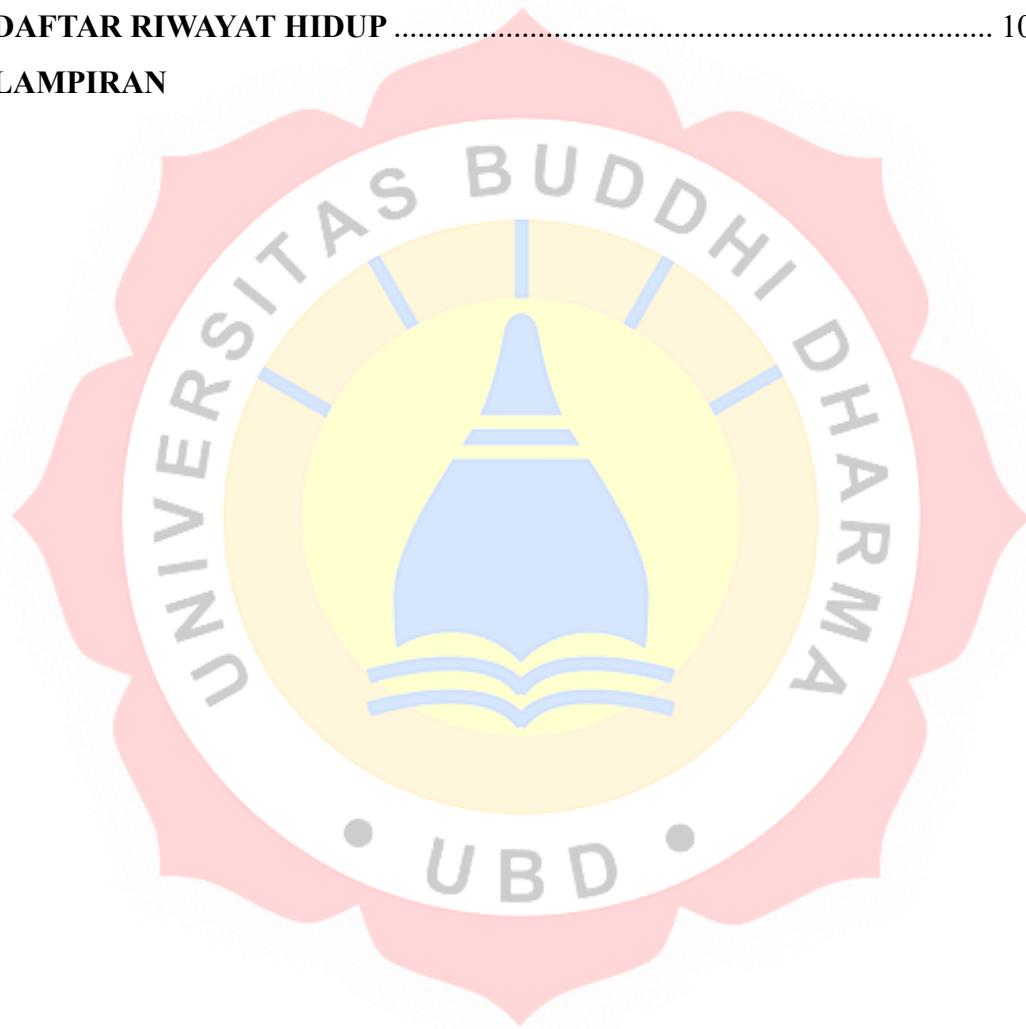
### HALAMAN JUDUL

### HALAMAN JUDUL DALAM

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	i
<b>SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR.....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>ABSTRACT .....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1    Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	6
1.4    Kerangka Konseptual .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	9
2.1    Kajian Penelitian Terdahulu .....	9
2.2    Kerangka Teoritis .....	16
2.2.1    Komunikasi .....	16
2.2.2    Komunikasi Organisasi .....	19
2.2.3    Pola Komunikasi Organisasi .....	20
2.2.4    Motivasi Kerja.....	22
2.3    Definisi Variabel.....	24
2.3.1    Variabel Bebas (X) .....	25
2.3.2    Variabel Terikat (Y).....	25
2.4    Hipotesis.....	25

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	27
3.1    Pendekatan Penelitian .....	27
3.2    Metode Penelitian.....	27
3.3    Subjek dan Objek Penelitian .....	28
3.3.1    Subjek Penelitian.....	28
3.3.2    Objek Penelitian .....	28
3.4    Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1    Populasi.....	28
3.4.2    Sampel.....	29
3.4.3    Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5    Operasional Variabel.....	30
3.5.1    Variabel (X).....	30
3.5.2    Variabel (Y).....	31
3.6    Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.6.1    Data Primer .....	32
3.6.2    Kuesioner .....	32
3.7    Teknik Analisis Data .....	33
3.8    Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	34
3.8.1    Uji Validitas.....	34
3.8.2    Uji Reliabilitas .....	37
3.9    Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	38
3.9.1    Uji Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ) .....	38
3.9.2    Uji Effect Size ( $F^2$ ).....	38
3.10    Uji Hipotesis .....	38
3.11    Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	40
4.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.2    Deskripsi Subjek Penelitian .....	41
4.3    Hasil Penelitian .....	42
4.3.1    Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.3.2    Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
4.3.3    Hasil Analisis Data.....	90

4.3.4	Hasil Uji Hipotesis .....	95
4.3.5	Hasil Uji Struktural .....	96
4.4	Pembahasan.....	97
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		99
5.1	Simpulan .....	99
5.2	Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		102
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....		106
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

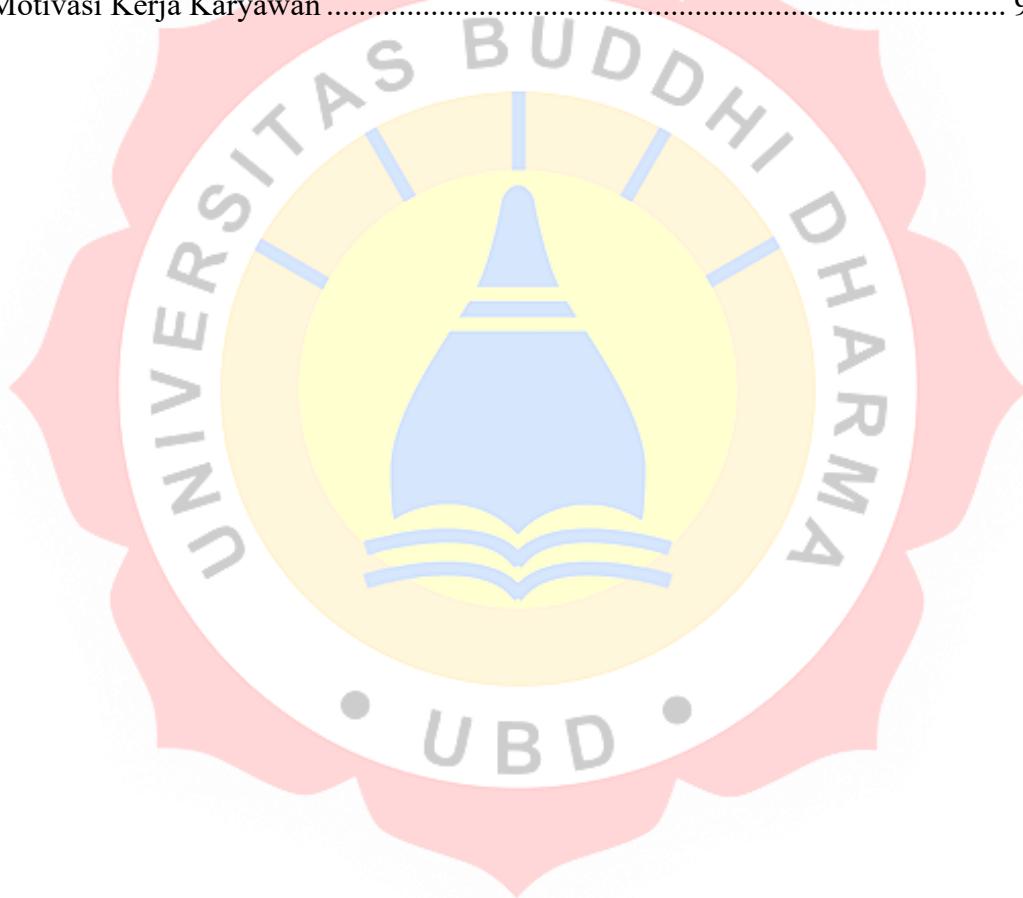
Tabel 3. 1 Variabel bebas Pola Komunikasi Organisasi (X) .....	31
Tabel 3. 2 Variabel terikat Motivasi Kerja Karyawan (Y) .....	32
Tabel 3. 3 Outer Loadings .....	35
Tabel 3. 4 Construct Reliability and Validity (Average Variance Extracted) .....	36
Tabel 3. 5 Jadwal Kegiatan .....	39
Tabel 4. 1 Logo PT Melessi Fajar Abadi .....	40
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....	42
Tabel 4. 3 Usia Responden .....	44
Tabel 4. 4 Lama Bekerja .....	47
Tabel 4. 5 Keaktifan dalam Kegiatan Organisasi Perusahaan .....	48
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif X – 1 .....	49
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif X-2 .....	51
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif X-3 .....	52
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif X-4 .....	53
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif X-5 .....	55
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif X-6 .....	56
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif X-7 .....	57
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif X-8 .....	59
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif X-9 .....	60
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif X-10 .....	61
Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif X-11 .....	63
Tabel 4. 17 Statistik Deskriptif X-12 .....	64
Tabel 4. 18 Statistik Deskriptif X-13 .....	65
Tabel 4. 19 Statistik Deskriptif X-14 .....	66
Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif Y-1 .....	68
Tabel 4. 21 Statistik Deskriptif Y-2 .....	69
Tabel 4. 22 Statistik Deskriptif Y-3 .....	70
Tabel 4. 23 Statistik Deskriptif Y-4 .....	72
Tabel 4. 24 Statistik Deskriptif Y-5 .....	73
Tabel 4. 25 Statistik Deskriptif Y-6 .....	74
Tabel 4. 26 Statistik Deskriptif Y-7 .....	75
Tabel 4. 27 Statistik Deskriptif Y-8 .....	76
Tabel 4. 28 Statistik Deskriptif Y-9 .....	78
Tabel 4. 29 Statistik Deskriptif Y-10 .....	79
Tabel 4. 30 Statistik Deskriptif Y-11 .....	80
Tabel 4. 31 Statistik Deskriptif Y-12 .....	82
Tabel 4. 32 Statistik Deskriptif Y-13 .....	83
Tabel 4. 33 Statistik Deskriptif Y-14 .....	84
Tabel 4. 34 Skala Variabel Pola Komunikasi Organisasi .....	87

Tabel 4. 35 Skala Variabel Motivasi Kerja Karyawan .....	89
Tabel 4. 36 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	90
Tabel 4. 37 Fornell Lacker Criterion.....	91
Tabel 4. 38 Cross Loading .....	92
Tabel 4. 39 R Square .....	93
Tabel 4. 40 Uji Effect Size ( $F^2$ ) .....	94
Tabel 4. 41 Path Coefficients .....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual .....	7
Gambar 4. 1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4. 2 Diagram Batang Kelompok Usia .....	44
Gambar 4. 3 Diagram Lingkaran Lama Bekerja Karyawan .....	46
Gambar 4. 4 Diagram Lingkaran Keaktifan dalam Kegiatan Organisasi Perusahaan.....	48
Gambar 4. 5 Diagram Batang Skala Variabel Pola Komunikasi Organisasi.....	86
Gambar 4. 6 Diagram Batang Skala Variabel Motivasi Kerja Karyawan.....	88
Gambar 4. 7 Hubungan Struktural antara Pola Komunikasi organisasi dan Motivasi Kerja Karyawan .....	96



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Industri *food service* di Indonesia telah berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Faktor-faktor seperti pertumbuhan ekonomi, perubahan gaya hidup masyarakat, dan kemajuan teknologi menjadi faktor utama yang mendorong ekspansi sektor ini. Meski demikian, industri *food service* masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal efisiensi distribusi, pengelolaan rantai pasok, dan edukasi konsumen yang masih belum optimal. Di tengah situasi tersebut, muncul kebutuhan akan inovasi yang dapat menjembatani kesenjangan dalam sistem distribusi dan pelayanan di industri *food service*.

PT Melessi Fajar Abadi didirikan pada tanggal 7 September 2020, tepat di masa pandemi COVID-19 yang menghadirkan tantangan sekaligus peluang baru dalam industri *food service*. Sebagai perusahaan yang relatif baru, PT Melessi Fajar Abadi hadir dengan visi untuk mengisi kekosongan dan celah inovasi di industri *food service*, khususnya dalam tiga aspek utama yaitu penyebaran barang, kecepatan distribusi, dan edukasi konsumen. Perusahaan ini melihat adanya potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi kebutuhan pasar yang belum terlayani dengan optimal oleh pemain industri yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Fidayanti dkk (2023), perusahaan yang bergerak di bidang *food service* seperti restoran membutuhkan komunikasi yang efektif dan gaya kepemimpinan yang tepat untuk meningkatkan kinerja karyawan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di sektor *food service*, yang menekankan pentingnya komunikasi dalam mendukung operasional bisnis di industri ini. Dalam Nurhabyana (2024) pola komunikasi yang jelas dan terbuka berperan signifikan dalam meningkatkan motivasi karyawan. Komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan, dapat menciptakan hubungan yang harmonis dan karyawan merasa dihargai serta lebih terlibat dalam pengambilan keputusan.

Dalam perjalannya selama kurang lebih empat tahun, PT Melessi Fajar Abadi telah berkembang menjadi perusahaan dengan 30 karyawan yang terbagi

dalam beberapa tim kerja. Struktur organisasi yang masih dalam tahap pengembangan ini membutuhkan pengelolaan komunikasi yang efektif untuk memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan. Sebagai perusahaan yang sedang tumbuh, PT Melessi Fajar Abadi terus berupaya membangun fondasi organisasi yang kuat, termasuk dalam hal pola komunikasi organisasi yang dapat mendukung kinerja dan motivasi karyawan.

Komunikasi organisasi memegang peranan krusial dalam kesuksesan sebuah perusahaan, terlebih bagi perusahaan yang sedang berkembang seperti PT Melessi Fajar Abadi. Goldhaber (1986) dalam bukunya yang berjudul *Organizational Communication* menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Dalam konteks PT Melessi Fajar Abadi, pola komunikasi yang efektif menjadi semakin penting mengingat perusahaan bergerak di industri *food service* yang dinamis dan memiliki tantangan tersendiri dalam koordinasi antar departemen.

Dalam konteks industri layanan logistik Lindawati (2021) menjelaskan komunikasi yang efektif antara departemen sangat diperlukan untuk meminimalkan miskomunikasi yang dapat menurunkan kinerja operasional. Komunikasi yang buruk antar departemen dapat menyebabkan penundaan dalam pengambilan keputusan, kesalahan dalam pengiriman barang, serta ketidakjelasan dalam pembagian tugas dan tanggung jawab. Hal ini berpotensi menghambat kelancaran operasional, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mengurangi efisiensi kerja.

Selain itu, Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Religius (UKM-SR) di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tabarok (2021), komunikasi yang baik antara pengurus dan anggota sangat mempengaruhi motivasi kerja. Komunikasi yang terbuka dan efektif memastikan kelancaran informasi mengenai tugas dan tanggung jawab, serta meningkatkan rasa kebersamaan dan partisipasi anggota dalam kegiatan organisasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chieristian dkk (2019) menegaskan bahwa komunikasi organisasi yang terjadi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di perusahaan berbasis teknologi. Temuan ini menekankan

pentingnya komunikasi yang efektif dalam organisasi, khususnya untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas.

Observasi awal di PT Melessi Fajar Abadi menunjukkan adanya beberapa fenomena komunikasi organisasi yang perlu mendapat perhatian. Aliran informasi antara manajemen dan karyawan seringkali mengalami hambatan, terutama dalam hal penyampaian kebijakan baru dan pengambilan keputusan strategis. Komunikasi antar departemen juga belum berjalan secara optimal, yang berpotensi menimbulkan miskoordinasi dalam pelaksanaan tugas. Selain itu, *feedback system* yang belum terstruktur dengan baik menyebabkan karyawan kesulitan dalam menyampaikan aspirasi dan kendala yang dihadapi dalam pekerjaan.

Fenomena serupa juga teridentifikasi dalam penelitian Daeli dkk (2023) yang menemukan bahwa kurangnya komunikasi antara pimpinan dan karyawan dapat berdampak negatif pada motivasi dan disiplin kerja. Karyawan yang tidak mendapatkan arahan dan motivasi langsung dari pimpinan cenderung kurang disiplin dan tidak optimal dalam bekerja. Temuan ini mengindikasikan betapa pentingnya peran komunikasi pimpinan dalam membangun motivasi kerja karyawan.

Fenomena tersebut diduga memiliki kaitan erat dengan tingkat motivasi kerja karyawan. Robbins (2002) mendefinisikan motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Karyawan yang merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup atau tidak dilibatkan dalam aliran komunikasi organisasi cenderung mengalami penurunan motivasi kerja. Demikian pula, ketidakjelasan dalam penyampaian tugas dan ekspektasi kinerja dapat menyebabkan frustasi dan menurunkan semangat kerja karyawan.

Berdasarkan pengamatan di PT Melessi Fajar Abadi, terdapat indikasi bahwa motivasi kerja karyawan belum berada pada level optimal. Hal ini terlihat dari beberapa gejala seperti tingkat kehadiran yang fluktuatif, keterlambatan dalam penyelesaian tugas, dan kurangnya inisiatif dalam pengembangan ide dan solusi. Situasi ini tentu menjadi perhatian bagi manajemen mengingat motivasi kerja

karyawan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya, terutama dalam konteks perusahaan yang sedang bertumbuh seperti PT Melessi Fajar Abadi.

Dalam penelitiannya mengenai pola komunikasi organisasi An'umillah dkk (2024) mengungkapkan bahwa pola komunikasi yang efektif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan motivasi kerja karyawan dan karyawan merasa dihargai dan termotivasi ketika pendapat mereka didengar dan diakui oleh manajemen. Penelitian tersebut menekankan bahwa komunikasi terbuka memungkinkan karyawan untuk merasa terlibat dalam proses pengambilan keputusan, meningkatkan rasa memiliki dan komitmen terhadap perusahaan.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Sari & Putri (2019) menemukan bahwa komunikasi organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memberikan pengaruh sebesar 57,6% terhadap motivasi kerja karyawan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa komunikasi organisasi merupakan faktor penting dalam membangun motivasi kerja karyawan.

Menurut Irawan dkk (2023) dalam penelitiannya mengenai pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja, mengungkapkan bahwa komunikasi yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan kerja tetapi juga secara langsung mempengaruhi motivasi kerja dan informasi yang jelas mengenai peran, tanggung jawab, dan harapan kinerja dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih efektif dan efisien.

Studi-studi terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan positif antara pola komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Rajhans (2009) menemukan bahwa komunikasi organisasi yang efektif dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Demikian pula, hasil penelitian Neves & Eisenberger (2012) mengindikasikan bahwa kualitas komunikasi manajemen karyawan berkorelasi positif dengan persepsi dukungan organisasi dan motivasi kerja.

Penelitian Ahlakania (2024) mengungkapkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, meskipun besarnya pengaruh relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa selain

pola komunikasi, terdapat faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi motivasi kerja pegawai, seperti lingkungan kerja, budaya organisasi, dan faktor individual. Namun demikian, pengaruh yang signifikan tersebut tetap menegaskan pentingnya komunikasi yang efektif dalam organisasi untuk mendukung motivasi kerja pegawai.

Anis Safitri dkk (2019) dalam penelitiannya mengenai komunikasi internal organisasi juga menemukan pengaruh komunikasi internal organisasi antara Kbid dan Staff terhadap motivasi kerja pegawai dengan persentase kontribusi sebesar 56%. Temuan ini menunjukkan komunikasi internal yang efektif memastikan aliran informasi yang jelas dan transparan antara manajemen dan pegawai, yang dapat meningkatkan pemahaman pegawai terhadap tujuan dan kebijakan organisasi.

Meski demikian, studi spesifik mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di industri *food service* di Indonesia, khususnya pada perusahaan dalam fase pertumbuhan seperti PT Melessi Fajar Abadi, masih sangat terbatas. Faria & Goncalves (2019) mengungkapkan penerapan pola komunikasi organisasi yang tepat, seperti pola rantai, lingkaran, dan Y, terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan dan dengan komunikasi yang baik, karyawan merasa lebih terlibat dan termotivasi dalam menjalankan tugas mereka, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Melessi Fajar Abadi. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh PT Melessi Fajar Abadi mempengaruhi tingkat motivasi kerja karyawan, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan pola komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan motivasi kerja karyawan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi organisasi secara teoretis, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi PT Melessi Fajar Abadi dalam upaya peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dipaparkan rumusan masalah sebagai berikut:

Apakah terdapat pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Melessi Fajar Abadi?

## 1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan dan juga manfaat penelitian yang diuraikan sebagai berikut:

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Melessi Fajar Abadi.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis. Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini antara lain:

#### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu komunikasi dan manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam memahami pola komunikasi organisasi dan dampaknya terhadap motivasi kerja. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan studi lebih lanjut mengenai topik serupa di perusahaan lain, serta membantu dalam pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi organisasi dan motivasi kerja, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara keduanya.

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen PT Melessi Fajar Abadi untuk memahami pola komunikasi yang efektif, untuk dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi bagi perusahaan dalam

merancang dan menerapkan pola komunikasi yang lebih baik, untuk dapat berkontribusi pada peningkatan motivasi dan kepuasan kerja karyawan. Dengan memahami pola komunikasi yang ada, perusahaan juga dapat memperbaiki hubungan internal antar karyawan dan antara manajemen dengan karyawan, sehingga mampu menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan produktif.

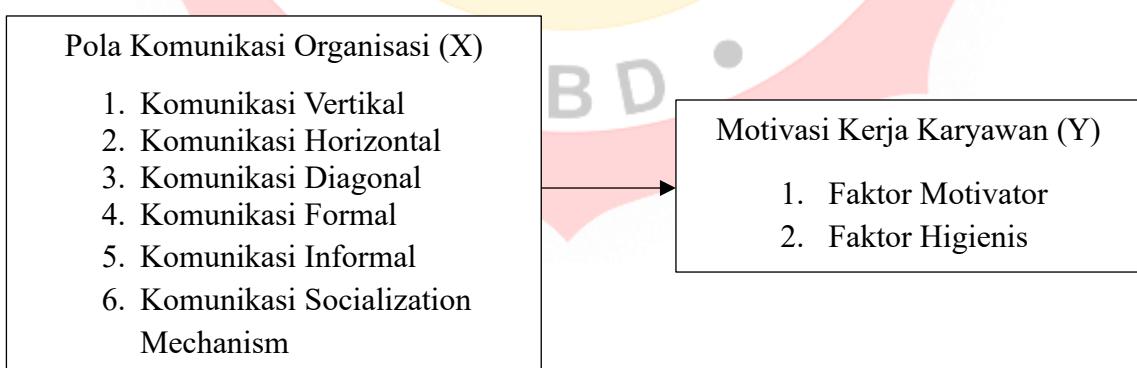
#### 1.4 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, kerangka konseptual berfungsi sebagai landasan untuk menggambarkan hubungan antara pola komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan pada PT. Melessi Fajar Abadi. Kerangka konseptual ini disusun berdasarkan rangkaian gagasan, pandangan, dan teori yang relevan untuk menjelaskan fenomena yang diamati. Sebagaimana dijelaskan oleh (Pratiwi, 2022), kerangka konseptual bertujuan untuk menentukan hubungan antar variabel, membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian, serta memberikan panduan dalam pemecahan masalah yang ada. Dalam konteks penelitian ini, kerangka konseptual akan membantu dalam memprediksi pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan, yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan.

### KERANGKA KONSEPTUAL

#### Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja

#### Karyawan Pada PT Melessi Fajar Abadi



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

Diagram di atas menggambarkan hubungan antara pola komunikasi organisasi (X) dan motivasi kerja karyawan (Y). Pola komunikasi ini mencakup komunikasi vertikal (antara atasan dan bawahan), horizontal (antar rekan sejawat),

diagonal (komunikasi silang), formal (dalam bentuk instruksi atau kebijakan), dan informal (percakapan santai antar karyawan).

Komunikasi yang baik di dalam organisasi penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan meningkatkan keterlibatan karyawan. Secara keseluruhan, pola komunikasi yang efektif dapat meningkatkan motivasi karyawan yang akhirnya berdampak positif pada kinerja dan keberhasilan organisasi.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu adalah bagian penting dalam penelitian karena membantu peneliti memahami posisi studinya, membandingkan dengan penelitian lain, serta memastikan keaslian temuan. Selain itu, kajian ini juga memberikan inspirasi untuk penelitian selanjutnya. Bagian ini menyajikan ringkasan penelitian sebelumnya yang relevan, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum, sebagai dasar teori dan data bagi penelitian yang sedang dilakukan.

Berikut ini berbagai referensi dan studi terkait dengan “Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT Melessi Fajar Abadi”

#### **Jurnal:**

**Pertama**, penelitian yang ditulis oleh Giovani Chieristian & Diah Ayu Candraningrum (Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal. 365-371) dengan judul “Pengaruh Pola Aliran Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Kasus pada Divisi IT di Blibli.com)”. **Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pola aliran komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di Divisi IT Blibli.com. **Metode:** Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survei untuk mengumpulkan data dari 45 karyawan yang dipilih dengan purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup dan dianalisis dengan regresi linier sederhana menggunakan SPSS. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa pola aliran komunikasi organisasi di divisi IT Blibli.com berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan, meskipun pengaruhnya tergolong lemah, yaitu sebesar 10,3%. **Pembahasan:** Temuan ini menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam organisasi, khususnya dalam divisi IT yang berperan penting dalam operasional perusahaan berbasis aplikasi seperti Blibli.com. Komunikasi yang baik dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan

produktivitas. Oleh karena itu, manajemen perlu memastikan bahwa aliran komunikasi dalam organisasi berjalan dengan baik, termasuk komunikasi vertical (atasan ke bawah dan sebaliknya) dan horizontal (antar rekan kerja).

**Kedua**, penelitian yang ditulis oleh Firdayanti, Juwaini Ahmad, dan Amir Tengku Ramly (Jurnal Manajemen IKM, Vol. 18 No. 2, September 2023, Hal. 190-195) dengan judul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Restoran Kedai Kita Bogor”.

**Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan di Restoran Kedai Kita Bogor. **Metode:** Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda dan pengumpulan data melalui kuesioner yang diambil dari seluruh 60 karyawan restoran. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan, komunikasi, dan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Restoran Kedai Kita Bogor. **Pembahasan:** Gaya kepemimpinan yang efektif dapat meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan memastikan informasi tersampaikan dengan jelas, mengurangi kesalahpahaman, dan meningkatkan efisiensi kerja. Disiplin kerja yang tinggi mencerminkan kepatuhan karyawan terhadap peraturan dan prosedur perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja keseluruhan.

**Ketiga**, penelitian yang ditulis oleh Erwin Jaya Daeli, Junaidi, dan Cut Alma Nuraflah (Jurnal Network Media, Vol. 6, No. 2, Agustus 2023, Hal. 50-57) dengan judul “Peranan Pola Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada Waroengberita.com”. **Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran pola komunikasi pimpinan terhadap motivasi kerja karyawan pada Waroengberita.com. **Metode:** Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara, pengamatan, dan dokumentasi yang dilakukan di kantor Waroengberita.com di Medan. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi pimpinan yang tidak efektif menyebabkan kurangnya motivasi kerja karyawan di Waroengberita.com, terutama akibat komunikasi yang tidak konsisten dan kurangnya interaksi langsung dari pimpinan. **Pembahasan:** Kurangnya komunikasi antara pimpinan dan karyawan dapat

berdampak pada motivasi dan disiplin kerja. Karyawan yang tidak mendapatkan arahan dan motivasi langsung dari pimpinan cenderung kurang disiplin dan tidak optimal dalam bekerja. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa pola komunikasi pimpinan yang efektif sangat penting dalam memotivasi karyawan dan memastikan kepatuhan terhadap aturan perusahaan. Pimpinan disarankan untuk lebih sering berinteraksi dengan karyawan, memberikan arahan, dan motivasi untuk mencapai kinerja yang optimal.

**Keempat**, penelitian yang ditulis oleh Taro An'umillah, Suparman, Amiruddin Saleh, dan lainnya (Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora, Vol. 4, No. 2, 2024, Hal. 1-9) dengan judul “Pola Komunikasi Organisasi dalam Membangun Motivasi Kerja Karyawan pada CV Nadhif Engineering”. **Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran pola komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di CV Nadhif Engineering. **Metode:** pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif di perusahaan tersebut. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terbuka, transparan, dan partisipatif meningkatkan motivasi kerja karyawan, dengan komunikasi informal juga berperan penting dalam membangun hubungan yang lebih baik di antara anggota tim. **Pembahasan:** Penelitian ini menekankan bahwa pola komunikasi yang efektif dalam organisasi dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Komunikasi terbuka memungkinkan karyawan untuk merasa terlibat dalam proses pengambilan keputusan, meningkatkan rasa memiliki dan komitmen terhadap perusahaan. Selain itu, pengakuan dan apresiasi dari manajemen terhadap kontribusi karyawan dapat meningkatkan semangat kerja dan produktivitas.

**Kelima**, penelitian yang ditulis oleh Dhea Wina Sari & Yuliani Rachma Putri (Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 1, April 2019, Hal. 1655-1664) dengan judul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Lembaga Pengelola Dana Pendidikan”. **Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di Lembaga Pengelola Dana Pendidikan. **Metode:** Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif kausal dengan total sampling, yang melibatkan 80 responden. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi

memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan Lembaga Pengelola Dana Pendidikan, dengan koefisien determinasi sebesar 57,6%. **Pembahasan:** komunikasi organisasi memberikan kontribusi yang besar terhadap motivasi kerja, namun masih ada hal lain yang mempengaruhi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun komunikasi organisasi di perusahaan ini tergolong baik, masih diperlukan perbaikan dalam beberapa aspek, seperti penyampaian pesan melalui media elektronik dan peningkatan kompetensi karyawan, untuk lebih meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja.

**Keenam**, penelitian yang ditulis oleh Asep Irawan, Uus MD Fadli, Enjang Suherman (Jurnal Manajemen Studi dan Kewirausahaan, Vol. 4(5), 2023, Hal. 5691-5705) dengan judul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Intervening (Survey Pada Karyawan Produksi PT. Sanghiang Perkasa Kalbe Nutritionals Karawang)”. **Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai intervening pada PT. Sanghiang Perkasa Kalbe Nutritionals Karawang. **Metode:** Menggunakan pendekatan kuantitatif, **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, yang pada gilirannya mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Komunikasi yang efektif meningkatkan kepuasan kerja, yang kemudian berpengaruh positif terhadap motivasi kerja. **Pembahasan:** Komunikasi organisasi yang efektif meningkatkan kepuasan kerja dengan memberikan informasi yang jelas dan umpan balik konstruktif, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi kerja. Kepuasan kerja berfungsi sebagai mediator yang memperkuat pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja, dengan karyawan yang puas cenderung lebih termotivasi untuk mencapai tujuan organisasi. Secara keseluruhan, komunikasi yang baik tidak hanya memperbaiki kepuasan kerja tetapi juga langsung mempengaruhi motivasi kerja.

**Ketujuh**, penelitian yang ditulis oleh Nabila Ahlakania (Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Vol. 1, No. 11, Juni 2024, Hal. 424-431) dengan judul “Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Kantor Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor”. **Pendahuluan:** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh pola komunikasi organisasi

terhadap motivasi kerja pegawai di Kantor Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor. **Metode:** Menggunakan metode kuantitatif deskriptif. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai di Kantor Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor, dengan nilai pengaruh sebesar 11,2%. **Pembahasan:** Pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja pegawai sebesar 11,2% menunjukkan kontribusi positif meski kecil. Faktor lain seperti lingkungan kerja dan budaya organisasi juga mempengaruhi motivasi. Penilaian “cukup baik” terhadap komunikasi organisasi menunjukkan masih ada ruang untuk perbaikan dalam penyampaian informasi dan interaksi antarpegawai.

**Kedelapan**, penelitian yang ditulis oleh Risky Anis Safitri, Baby Taszya Risaldi, Malinda Oktaviani (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 2, No. 2, Agustus 2019, Hal. 157-170) dengan judul “Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian”. **Pendahuluan:** Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh komunikasi internal organisasi terhadap motivasi kerja pegawai di Biro Humas Kementerian Perindustrian. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang dianalisis dengan uji regresi linier sederhana. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi internal organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai Biro Humas Kementerian Perindustrian dengan koefisien korelasi sebesar 0.748, yang menunjukkan hubungan positif yang kuat, dengan kontribusi pengaruh sebesar 56%. **Pembahasan:** menyoroti pentingnya komunikasi yang efektif, terutama komunikasi dua arah, dalam meningkatkan motivasi dan kinerja pegawai, dengan rekomendasi untuk meningkatkan frekuensi rapat dan komunikasi antar pegawai untuk memperkuat hubungan kerja dan motivasi.

**Kesembilan**, penelitian yang ditulis oleh Salvador Faria Sequeira Goncalves (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 7 No. 2, 2018) dengan judul “Pola Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di Gajayana TV”. **Pendahuluan:** Dilakukan untuk mengkaji pola komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Gajayana TV. **Metode:** Metode yang dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan

mengumpulkan data hasil wawancara berbagai informan dan observasi langsung.

**Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi yang diterapkan di Gajayana TV, terutama pola komunikasi rantai, dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan melalui komunikasi yang terbuka dan membangun kepercayaan. Namun, hambatan seperti salah interpretasi pesan juga ditemukan.

**Pembahasan:** Penerapan berbagai pola komunikasi memberikan fleksibilitas dalam penyampaian informasi dan komunikasi yang efektif menciptakan lingkungan kerja yang transparan dan terbuka, di mana karyawan merasa dihargai dan didengar. Ini berkontribusi pada peningkatan motivasi kerja dan produktivitas karyawan.

#### **Skripsi:**

**Kesepuluh**, penelitian yang ditulis oleh Lindawati (2021) dengan judul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Mataram”. **Pendahuluan:** menganalisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Pos Indonesia (Persero) Mataram. **Metode:** Metode kuantitatif deskriptif. **Hasil:** Penelitian ini

menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan, dengan koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0.598, yang berarti komunikasi organisasi mempengaruhi 59.8% motivasi kerja karyawan.

**Pembahasan:** komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT Pos Indonesia. Komunikasi yang efektif meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Oleh karena itu, perbaikan komunikasi internal sangat penting untuk memotivasi karyawan.

**Kesebelas**, penelitian yang ditulis oleh Elva Asrofi Tabarok (2021) dengan judul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Religius UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”.

**Pendahuluan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja pada Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Religius (UKM) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. **Metode:** Menggunakan pendekatan kuantitatif. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja, dengan pengaruh

sebesar 38,4%. Semakin tinggi tingkat komunikasi organisasi, semakin tinggi pula tingkat motivasi kerja anggota. **Pembahasan:** komunikasi organisasi yang lebih baik dapat meningkatkan motivasi kerja anggota, serta menekankan pentingnya perbaikan komunikasi untuk menciptakan lingkungan yang lebih termotivasi dan produktif. Penelitian ini juga menyoroti perlunya koordinasi dan struktur komunikasi yang lebih baik untuk mendukung tujuan organisasi.

**Keduabelas**, penelitian yang ditulis oleh Nurhabyana (2024) dengan judul “Analisis Pola Komunikasi Organisasi untuk Meningkatkan Motivasi Karyawan pada CV Kreasi Pisang Indonesia di Makassar”. **Pendahuluan:** Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di CV Kreasi Pisang Indonesia di Makassar. **Metode:** pendekatan kualitatif deskriptif. **Hasil:** Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi di CV Kreasi Pisang Indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan, dengan komunikasi yang baik meningkatkan keterlibatan dan kinerja karyawan. **Pembahasan:** Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kendala dalam komunikasi dapat menghambat efektivitas kerja. Sebaiknya dilakukan perbaikan dalam saluran komunikasi dan penyampaian informasi agar dapat memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien.

Dari beberapa penelitian yang sudah dijelaskan di atas, semua penelitian memiliki persamaan dalam fokus pada pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan, yang kebanyakan menggunakan pendekatan kuantitatif dan alat pengumpulan data seperti kuisioner. Semua penelitian menekankan pentingnya komunikasi internal yang efektif untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik sehingga menghasilkan peningkatan motivasi kerja pada karyawan. Dalam metode penelitian, ditemukan beberapa perbedaan di mana beberapa penelitian lain menggunakan kuantitatif dengan metode survei, ataupun dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi langsung. Beberapa penelitian juga menggabungkan gaya kepemimpinan dan disiplin kerja dalam meningkatkan kinerja karyawan, sementara penelitian lain hanya berfokus pada komunikasi organisasi.

Pembaharuan dari penelitian ini yaitu mengisi kekosongan penelitian mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi di perusahaan yang sedang berkembang seperti PT Melessi Fajar Abadi di mana sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada perusahaan besar atau perusahaan yang sudah mapan. Penelitian ini juga memberikan wawasan baru mengenai peran komunikasi informal, serta menyelidiki hubungan antara jenis komunikasi tertentu (vertikal, horizontal, diagonal, formal, informal) dengan motivasi kerja, memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang bagaimana masing-masing saluran komunikasi dapat mempengaruhi kinerja karyawan dalam organisasi yang sedang berkembang.

## **2.2 Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis adalah bagian penting dalam penelitian karena berfungsi sebagai dasar konseptual yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Kerangka teoritis juga menjadi panduan dalam menganalisis data dan menarik kesimpulan. Dalam Rodiah (2020) kerangka teoritis membantu peneliti memahami fenomena yang sedang diteliti dengan lebih baik, dengan memperhatikan teori-teori yang relevan dan konteksnya. Selain itu, kerangka ini memberikan struktur berpikir yang sistematis, sehingga peneliti dapat menguji hubungan antara teori dan kenyataan yang ada. Kerangka teoritis tidak hanya menjelaskan konsep yang digunakan, tetapi juga menjadi dasar untuk membangun argumentasi ilmiah yang logis dan dapat dipertanggungjawabkan. Kerangka teoritis dalam penelitian ini meliputi Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Pola Komunikasi Organisasi dan Motivasi Kerja.

### **2.2.1 Komunikasi**

Komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara individu atau individu lain dalam kelompok yang bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama, membangun hubungan sosial, dan mempengaruhi perilaku. Komunikasi berfungsi sebagai alat utama dalam interaksi antar individu dalam berbagai konteks, baik dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Proses komunikasi melibatkan setidaknya dua pihak: pengirim (komunikator) yang mengirimkan pesan, dan penerima pesan (komunikan) yang menerima, mengolah, dan memberi respons terhadap pesan yang diterima.

Menurut Effendy (2003), komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang komunikator kepada orang lain yang berupa gagasan, informasi, opini, atau perasaan yang timbul dari lubuk hati komunikator. Pesan ini kemudian diterima oleh komunikan yang memiliki peran aktif dalam menginterpretasikan pesan tersebut. Komunikasi dapat berlangsung secara verbal (lisan) dan non-verbal (gerakan tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara), serta mencakup berbagai saluran seperti tatap muka, media sosial, telepon, dan email.

Komunikasi dalam organisasi tidak hanya sekedar bertukar informasi, namun juga memainkan peran penting dalam membangun relasi antar anggota organisasi, mengurangi ketegangan, meningkatkan keterlibatan, dan mengarahkan umpan balik yang konstruktif. Littlejohn & Foss (2020) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang terjadi dalam suatu konteks, yang dipengaruhi oleh elemen-elemen seperti tujuan, media, situasi, dan persepsi antar pihak yang berkomunikasi.

### 1. Fungsi Komunikasi

Harold D. Lasswell dalam bukunya yang berjudul *The structure and function of communication in society* (Lasswell, 2006) mengemukakan bahwa komunikasi memiliki tiga fungsi utama dalam kehidupan, yaitu:

a. Pengawasan Lingkungan (*Surveillance of the Environment*)

Merupakan fungsi komunikasi yang berkaitan dengan upaya komunikasi untuk mengumpulkan serta menyampaikan informasi penting kepada masyarakat meliputi pemberitaan, laporan, dan informasi yang membantu untuk memahami lingkungan sekitar. Informasi yang disampaikan memungkinkan individu atau kelompok mengetahui apa yang sedang terjadi di sekitar, baik dalam skala lokal maupun global sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat.

b. Korelasi (*Correlation of the Parts of Society*)

Komunikasi berperan dalam membantu masyarakat untuk menafsirkan informasi yang diterima dan memberikan konteks atau analisis terhadap peristiwa. Fungsi ini berkaitan dengan bagaimana komunikasi mampu membantu individu memahami bagaimana harus merespons informasi yang

diperoleh, sehingga mampu membuat masyarakat bekerja sama, berkoordinasi, dan beradaptasi dengan lingkungannya.

c. *Transmisi Warisan Sosial (Transmission of Social Heritage)*

Komunikasi digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai, norma, kebiasaan, dan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Fungsi ini menjadi sangat penting untuk menjaga kelangsungan identitas dan struktur sosial suatu masyarakat atau organisasi.

## 2. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi secara umum adalah untuk menyampaikan informasi, gagasan, atau pesan kepada individu lain agar terjadi pemahaman yang sama. Selain itu, komunikasi juga bertujuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain, menyelesaikan masalah antar individu atau kelompok. Dalam Hariyanto (2021) ada beberapa tujuan komunikasi yaitu:

1. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber atau komunikator
  - a. Memberikan informasi
  - b. Mendidik
  - c. Menyenangkan/menghibur
  - d. Menganjurkan suatu tindakan/persuasi
2. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima
  - a. Memahami informasi
  - b. Mempelajari
  - c. Menikmati
  - d. Menerima atau menolak anjuran
3. Tujuan komunikasi dipandang dari kepentingan sosial
  - a. Berbagai pengetahuan umum tentang lingkungan di sekitarnya
  - b. Sosialisasi peran, nilai dan kebiasaan terhadap anggota-anggota baru
  - c. Memberikan hiburan kepada warga masyarakat, menciptakan bentuk-bentuk kesenian baru dan lain-lain
  - d. Pencapaian konsesus dan mengontrol tingkah laku
4. Tujuan komunikasi dipandang dari kepentingan individual
  - a. Menguji, mempelajari dan memperoleh gambaran tentang realitas, kesempatan dan bahaya.

- b. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk hidup bermasyarakat
- c. Menikmati hiburan, rileks, melarikan diri dari kesulitan hidup sehari-hari dan lain-lain.
- d. Menentukan keputusan/pilihan bertindak sesuai aturan sosial

### 2.2.2 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain antar anggota dalam suatu organisasi untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti dan berubah-ubah. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa suatu proses komunikasi di dalam organisasi terjadi guna mempertahankan keberlangsungan aktivitas di dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Menurut Goldhaber (1986) komunikasi menjadi syarat mutlak bagi organisasi/perusahaan dalam mencapai tujuannya. Komunikasi organisasi juga mampu berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan manusia dalam organisasi, mengarahkan mereka untuk bekerja sama dan meningkatkan produktivitas kerja. Tanpa komunikasi yang efektif, informasi tidak akan tersalurkan dengan baik, sehingga dapat menyebabkan ketidakpahaman, misinterpretasi, dan bahkan kegagalan dalam pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Koontz dalam Moekijat (1993), tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi Tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu, menurut Liliweri (2003) ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan koordinasi

Dari semua penjelasan mengenai komunikasi organisasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses yang sangat esensial untuk menjalankan aktivitas di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi yang efektif mampu meningkatkan hubungan antar anggota organisasi, memperjelas informasi, mempercepat proses pengambilan keputusan, dan juga

mampu mendorong koordinasi dan kolaborasi antar bagian organisasi atau perusahaan. Komunikasi yang baik dalam suatu organisasi atau perusahaan juga dapat meningkatkan motivasi kerja, produktivitas dan kinerja karyawan, menciptakan hubungan yang harmonis, serta mampu memastikan tujuan organisasi tercapai dengan efektif. Komunikasi dalam organisasi bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang menciptakan pemahaman bersama, perubahan perilaku, dan kesuksesan organisasi secara keseluruhan.

### **2.2.3 Pola Komunikasi Organisasi**

Pola komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan dengan maksud untuk mengubah perilaku, sikap, maupun pendapat. Pola ini dapat dilihat dari bagaimana informasi disampaikan ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana informasi diterima dari seluruh bagian organisasi (Setyawati dkk., 2019).

Pada buku berjudul Pemimpin dan Kepemimpinan Dalam Organisasi Rivai dkk (2014) menjelaskan bahwa pada dasarnya komunikasi di dalam organisasi terbagi menjadi tiga yaitu; Komunikasi Vertikal, Komunikasi Horizontal, dan Komunikasi Diagonal.

#### **1. Komunikasi Vertikal**

Merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas kebawah atau sebaliknya. Komunikasi ini disampaikan pimpinan kepada karyawannya, dan juga dari karyawannya kepada pimpinan. Komunikasi ke bawah ini berfungsi untuk melaksanakan kebijakan, prosedur kerja, peraturan, instruksi mengenai pelaksanaan kerja kepada karyawan, menyampaikan informasi mengenai tujuan dan kebijakan organisasi/perusahaan, dan juga menyampaikan evaluasi serta teguran. Komunikasi ke atas biasanya dilakukan untuk memberikan saran, usulan, opini, serta keluhan dari karyawan kepada atasannya.

#### **2. Komunikasi Horizontal**

Komunikasi ini biasanya terjadi antar staf atau antar orang-orang dengan level yang sama atau sejajar dan berlangsung tidak formal. Komunikasi ini membantu karyawan dalam berbagi informasi juga ide di antara rekan kerja dan juga mampu memastikan koordinasi antar departemen. Komunikasi

horizontal yang berjalan baik juga mampu meningkatkan rasa saling pengertian dan percaya antar karyawan.

### **3. Komunikasi Diagonal**

Komunikasi ini juga sering disebut komunikasi silang karna berlangsung dari seseorang kepada orang lain di posisi yang berbeda. Komunikasi ini berlangsung tidak terstruktur seperti arah komunikasi organisasi yang lain. Biasanya komunikasi ini terjadi sebagai percakapan yang bertujuan untuk meningkatkan koordinasi antar departemen. Komunikasi diagonal ini juga sangat berfungsi untuk meningkatkan hubungan antar bagian dan mampu mempermudah penyampaian informasi.

Menurut Priyowidodo dalam Setyawati dkk (2019) teori pola komunikasi organisasi terbagi atas tiga pola yaitu:

#### **1. Komunikasi Formal**

Komunikasi formal berkaitan dengan arah pesan (atas ke bawah, atau bawah ke atas), sumber dan penerima pesan (anggota khusus) dan isi pesannya (aspirasi atau instruksi).

#### **2. Komunikasi informal**

Berkaitan dengan jenis pesan yang ada di dalam peristiwa, dalam hasil penelitian Priyowidodo terdapat tiga jenis komunikasi informal, yaitu: *Cross Channel* merupakan informasi yang diberikan melewati batas-batas unit kerja, dan di antara orang-orang yang satu dengan yang lainnya tidak menjadi bawahan maupun atasan, *Lateral* adalah pesan yang disampaikan oleh orang-orang yang berada dalam posisi yang sama dan biasa terjadi dalam rapat komisi, interaksi pribadi, selama waktu istirahat obrolan di telpon, memo dan catatan, dan *Grapevine* yang merupakan pesan berisi kejadian nyata namun susah untuk dibuktikan.

#### **3. Komunikasi *socialization mechanism***

Berkaitan dengan media yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk mengantarkan pesan. Media tersebut bisa berupa media internal maupun eksternal. Pemilihan media dapat didasarkan pada pertimbangan sifat-sifat media, hasil-hasil yang diinginkan, faktor biaya dan waktu, dan konteks budaya di tempat terjadinya pertukaran informasi tersebut.

#### 2.2.4 Motivasi Kerja

Motivasi kerja merupakan suatu dorongan atau kekuatan yang mampu menggerakan individu untuk mencapai tujuan dan berkontribusi dalam pekerjaan mereka. Fauzi dkk (2023) motivasi kerja diartikan sebagai kondisi yang mendorong seseorang (pegawai) pada usaha yang tinggi (besar) guna mencapai tujuan dari organisasi yang digerakkan karena kebutuhan pribadi.

Menurut Febrina & Rahmat (2024), motivasi merupakan sesuatu yang ada dalam diri seseorang yang berbentuk niat, harapan, keinginan, serta tujuan yang ingin dicapai individu itu sendiri. Motivasi memiliki kemampuan untuk menggerakan, mendorong, serta mengarahkan perilaku seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan.

Teori yang relevan untuk memahami motivasi kerja adalah Teori Dua Faktor Herzberg (Herzberg dkk., 1959). Teori ini dikembangkan oleh Frederick Herzberg, seorang psikolog asal Amerika Serikat. Dalam teori ini Herzberg membagi faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja menjadi dua kategori utama yaitu faktor motivator dan faktor higienis. Herzberg menyatakan bahwa orang melakukan pekerjaannya dengan dipengaruhi oleh dua faktor yang merupakan kebutuhan, yaitu:

1. Faktor Motivator (*Motivation Factor*)

Faktor motivator adalah faktor yang menyangkut kebutuhan psikologis seseorang yaitu perasaan puas dalam melakukan pekerjaan. Faktor ini berhubungan dengan penghargaan terhadap pribadi yang secara langsung berkaitan dengan pekerjaan. Beberapa faktor motivasi menurut Herzberg yaitu:

- a. Pekerjaan itu sendiri (*the work it self*)

Pekerjaan itu sendiri berarti tantangan yang dirasakan oleh karyawan dalam pekerjaannya. Karyawan yang merasa tertantang dan menikmati pekerjaan mereka akan lebih termotivasi. Pekerjaan yang menarik, dan bervariasi dapat memberikan kesempatan untuk kreatifitas dan dapat membuat karyawan merasa lebih bersemangat dalam melakukan pekerjaannya.

- b. Prestasi yang diraih (*achievement*)

Prestasi adalah keberhasilan individu yang dicapai dalam melaksanakan tugas-tugas serta usahanya. Pencapaian yang didapat oleh individu biasanya

akan memberikan rasa puas serta memberi dorongan untuk lebih berusaha kedepannya.

c. Peluang untuk maju (*advancement*)

Kesempatan individu untuk berkembang dan maju dalam karirnya merupakan motivasi yang sangat kuat untuk karyawan itu sendiri. Karyawan yang merasa bahwa mereka memiliki peluang untuk belajar hal baru, dan mendapatkan promosi cenderung memiliki motivasi kerja yang tinggi.

d. Pengakuan orang lain (*recognition*)

Pengakuan merupakan bentuk salah satu penghargaan terhadap usaha atau hasil kerja yang sudah dilakukan karyawan. Pengakuan dapat berupa pujian dari atasan atau rekan kerja, dan penghargaan formal.

e. Tanggung jawab (*responsible*)

Tanggung jawab yang lebih besar dalam pekerjaan, memberikan perasaan bahwa mereka memiliki kontrol dalam pekerjaan mereka sehingga akan membuat karyawan merasa lebih dihargai dan akan lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras.

f. Kemungkinan untuk mengembangkan diri (*Possibility of growth*)

Faktor ini berfokus pada kesempatan karyawan untuk berkembang secara pribadi dalam pekerjaan mereka. Hal ini berhubungan dengan rasa pencapaian yang datang ketika individu menguasai keterampilan baru atau mencapai tujuan pribadi dalam pekerjaan mereka.

## 2. Faktor Higienis (*Hygiene Factor*)

Faktor higienis adalah faktor yang berhubungan dengan kondisi kerja dan lingkungan kerja yang dapat mengurangi ketidakpuasan karyawan jika dipenuhi dengan baik. Menurut Herzberg, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang berlangsung terus menerus.

a. Gaji (*Salaries*)

Gaji merupakan suatu hal yang sangat penting dalam hal mengurangi ketidakpuasan. Gaji yang adil dan kompetitif penting untuk menjaga kesenjangan karyawan dan menghindari ketidakpuasan yang dapat menyebabkan menurunnya motivasi kerja.

b. Kondisi Kerja (*working condition*)

Kondisi kerja merupakan kondisi lingkungan di tempat kerja seperti keamanan, kebersihan, suhu, serta kenyamanan. Lingkungan kerja yang baik dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan itu sendiri.

c. Kebijakan Perusahaan dan Administrasi (*Company Policies and Administration*)

Kebijakan perusahaan serta prosedur Perusahaan juga mampu mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Kebijakan yang tidak jelas atau tidak adil dapat menyebabkan ketidakpuasan. Kebijakan dan prosedur yang jelas, adil, dan transparan dapat membuat karyawan merasa diperlakukan dengan hormat dan sesuai aturan.

d. Hubungan Antar Pribadi (*Interpersonal Relation*)

Hubungan yang harmonis dan baik di tempat kerja mampu meningkatkan kepuasan kerja yang lebih tinggi sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Sedangkan hubungan yang buruk dapat menurunkan motivasi.

e. Kualitas Supervisi (*Quality Supervisor*)

Kualitas supervisi mengacu pada bagaimana pengawasan tersebut dilakukan, termasuk seberapa efektif, adil, transparan, dan mendukungnya pimpinan dalam memberikan arahan serta memberikan umpan balik kepada karyawan.

f. Keamanan Pekerjaan (*Job Security*)

Keamanan pekerjaan memberikan rasa aman bagi karyawan. Potensi pemutusan hubungan kerja mampu menciptakan kecemasan dan ketidakpuasan bagi karyawan.

### 2.3 Definisi Variabel

Penelitian ini berjudul Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan di PT Melessi Fajar Abadi. Maka terdapat dua variabel dari judul tersebut, meliputi variabel bebas Pola Komunikasi Organisasi (X), serta variabel terikat Motivasi kerja (Y).

### **2.3.1 Variabel Bebas (X)**

Pola Komunikasi Organisasi dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai variable bebas yang dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi.

Pola komunikasi organisasi mencakup bagaimana komunikasi disusun dan dikelola dalam hierarki organisasi, termasuk jalur komunikasi yang digunakan, siapa yang terlibat, serta konteks dalam pengiriman pesan. Efektivitas pola komunikasi organisasi sangat berpengaruh terhadap hubungan interpersonal di dalam organisasi, efisiensi kerja, dan peningkatan motivasi karyawan.

### **2.3.2 Variabel Terikat (Y)**

Peran motivasi dalam menggerakkan fungsi sumber daya manusia adalah membuat manusia untuk bertindak atau berperilaku dalam cara-menggerakkan arah tertentu kepada tenaga kerja sampai pada tujuan yang telah ditentukan. Kekuatan motivasi yang ada dalam diri manusia bisa ditimbulkan oleh dorongan yang ada dalam diri manusia itu sendiri dan lingkungan sekitarnya. Motivasi merupakan dorongan yang menggerakkan karyawan supaya bisa meningkatkan kinerjanya sehingga dapat mewujudkan dan mencapai tujuan yang ditentukan oleh perusahaan. Motivasi sangat penting untuk karyawan karena dengan adanya motivasi tersebut karyawan dapat menyelesaikan tugas yang dibebankan serta dapat menjalankan tanggung jawabnya (Asteria dkk., 2021).

Motivasi kerja merupakan dorongan yang mendorong individu untuk bekerja dengan semangat dan mencapai tujuan yang diinginkan dalam pekerjaan. Motivasi kerja dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti kebutuhan akan pencapaian dan pengakuan, serta faktor eksternal seperti penghargaan dan kondisi kerja yang diberikan oleh organisasi.

## **2.4 Hipotesis**

Hipotesis dapat dipahami sebagai asumsi sementara atau asumsi yang dibuat berdasarkan rumusan masalah dalam suatu penelitian, yang kemudian diuji melalui analisis data untuk menentukan kebenarannya (Sugiyono, 2022). Dalam konteks penelitian ilmiah, hipotesis berfungsi sebagai dasar awal untuk eksperimen atau analisis, yang muncul dari pengamatan awal atau informasi yang ada, yang kemudian diuji untuk membuktikan atau membantah klaim tersebut.

Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu:

**H<sub>0</sub>:** Pola komunikasi organisasi yang diterapkan di PT Melessi Fajar Abadi tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.

**H<sub>1</sub>:** Pola komunikasi organisasi yang diterapkan di PT Melessi Fajar Abadi berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian merupakan landasan konseptual yang mengarahkan peneliti memandang, merumuskan, dan menganalisis suatu fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan penelitian berfungsi sebagai pemberi arah dan metode dalam menentukan langkah-langkah yang akan diambil selama penelitian dilaksanakan. Dalam (Neuman, 2014) menjelaskan bahwa pendekatan penelitian bertindak sebagai lensa konseptual yang memandu peneliti dalam menentukan logika penelitian, mulai dari identifikasi masalah, pengembangan kerangka teoritis, hingga proses analisis data. Oleh karenanya, pemilihan pendekatan penelitian yang tepat merupakan hal yang krusial dalam menjamin validitas, reliabilitas, serta relevansi hasil penelitian terhadap permasalahan yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Creswell, 2014), pendekatan kuantitatif menekankan pada proses deduktif dalam pengujian teori, di mana peneliti mulai dari kerangka teori dan hipotesis yang dirumuskan sebelumnya, lalu mengumpulkan data numerik yang diolah untuk memperoleh data yang dapat digeneralisasikan. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya memberikan struktur dalam pelaksanaan riset, tetapi juga menjamin keterukuran dan obyektivitas dalam proses pengambilan data ilmiah.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah serangkaian cara sistematis yang disusun untuk digunakan oleh peneliti dalam merumuskan permasalahan, merancang strategi penelitian, mengumpulkan serta menganalisis data, sampai dengan menarik kesimpulan yang valid berdasarkan temuan yang sudah diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei

Metode survei merupakan suatu pendekatan dalam penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari sekelompok responden yang dianggap mampu mewakili populasi tertentu. Metode ini mengambil respons, pendapat serta tanggapan sekelompok orang mengenai objek penelitian yang

dilakukan dengan pengumpulan data melalui kuisioner maupun wawancara terstruktur. Hasil survei nantinya akan memperkaya informasi sehingga penelitian dapat dikatakan baik serta mendekati kenyataan.

### **3.3 Subjek dan Objek Penelitian**

#### **3.3.1 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Melessi Fajar Abadi. Karyawan yang terlibat dalam pola komunikasi organisasi, baik vertikal, horizontal, diagonal, formal, dan informal. Seluruh karyawan yang menjadi subjek penelitian ini telah memenuhi kriteria sebagai pekerja aktif, dengan masa kerja minimal enam bulan, serta ikut berpartisipasi dalam komunikasi internal Perusahaan. Pemilihan subjek penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data yang komprehensif dan valid mengenai bagaimana pola komunikasi organisasi berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi.

#### **3.3.2 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Melessi Fajar Abadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana berbagai pola komunikasi yang diterapkan dalam organisasi, baik yang bersifat vertikal (komunikasi dari atasan ke bawahan dan sebaliknya), horizontal (komunikasi antar rekan sejawat), diagonal (komunikasi silang), formal (seperti instruksi atau kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen), maupun informal (percakapan santai antar karyawan), memengaruhi motivasi kerja karyawan. Penelitian ini mengambil studi kasus di PT Melessi Fajar Abadi, sebuah perusahaan yang sedang berkembang, sehingga memberikan wawasan yang berharga mengenai tantangan komunikasi di organisasi yang sedang berada dalam fase pertumbuhan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan hubungan antara pola komunikasi yang diterapkan di perusahaan dengan tingkat motivasi karyawan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kinerja dan efektivitas operasional perusahaan secara keseluruhan.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut (Eddy Sarwono dkk., 2021), populasi merupakan keseluruhan objek yang akan/ingin diteliti yang sering juga disebut Semesta. Pada konteks penelitian

ini, seluruh karyawan PT Melessi Fajar Abadi memenuhi kriteria sebagai populasi karena mereka terlibat langsung dalam pola komunikasi organisasi yang menjadi fokus pengamatan. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di PT Melessi Fajar Abadi yang terdiri dari 30 orang karyawan aktif dalam aktivitas organisasi, baik dalam pola komunikasi vertikal, horizontal, diagonal, formal, dan informal. Pemilihan seluruh populasi ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat sehingga diharapkan mampu memberikan informasi yang relevan mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja.

### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan populasi. Menurut (Sugiyono, 2022) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, jumlah populasi relatif kecil sehingga peneliti dapat melibatkan seluruh karyawan sebagai responden. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota populasi, yaitu 30 orang karyawan PT Melessi Fajar Abadi. Penggunaan seluruh populasi sebagai sampel ini seharusnya mampu untuk memberikan data yang lebih akurat mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi.

### **3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh (sensus), yaitu teknik pemilihan sampel yang dimana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi yang relatif kecil yaitu hanya 30 orang karyawan di PT Melessi Fajar Abadi. Dengan jumlah populasi terbatas, tidak diperlukan seleksi lebih lanjut untuk memilih sampel, sehingga populasi dapat dijadikan responden dalam penelitian ini. Sampling jenuh dianggap tepat karena penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai informasi dari setiap karyawan yang terlibat dalam pola komunikasi organisasi di perusahaan ini.

Dalam teknik sampling jenuh ini, setiap individu yang terlibat dalam penelitian memiliki peran yang sama pentingnya, karena mereka semua memiliki pengalaman langsung dengan pola komunikasi yang diterapkan di PT Melessi Fajar Abadi. Penggunaan sampling ini mampu memberikan gambaran menyeluruh dan

mendalam mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan.

### 3.5 Operasional Variabel

#### 3.5.1 Variabel (X)

Berdasarkan penjelasan yang sudah diuraikan, indikator dari pola komunikasi organisasi yang diteliti adalah sebagai berikut:

Variabel	Indikator	Sub-Indikator
Pola Komunikasi Organisasi (X)	1. Komunikasi Vertikal 2. Komunikasi Horizontal 3. Komunikasi Diagonal 4. Komunikasi Formal 5. Komunikasi Informal 6. Komunikasi <i>Socialization Mechanism</i>	1. Atasan saya memberikan instruksi yang jelas mengenai pekerjaan yang harus dilakukan. 2. Saya merasa mendapatkan informasi yang cukup mengenai kebijakan perusahaan dari atasan. 3. Saya merasa bebas untuk memberikan umpan balik dan menyampaikan masalah kepada atasan saya. 4. Atasan saya memberikan tanggapan yang baik terhadap masukkan dan umpan balik yang saya berikan. 5. Saya sering berkomunikasi dengan rekan kerja di perusahaan ini. 6. Interaksi antara staf dari berbagai divisi mendukung kerja sama yang lebih baik dalam pekerjaan saya. 7. Saya merasa mudah untuk berkomunikasi dengan individu dari departemen lain meski tidak selevel. 8. Saya sering berkomunikasi dengan individu dari departemen lain untuk menyelesaikan tugas. 9. Saya mendapatkan informasi yang jelas melalui saluran komunikasi resmi seperti email, memo, dan rapat. 10. Prosedur komunikasi formal di Perusahaan ini membantu saya dalam melaksanakan pekerjaan. 11. Saya bebas berkomunikasi dengan rekan kerja di luar saluran komunikasi formal.

		<p>12. Komunikasi informal membantu saya dalam menyelesaikan masalah pekerjaan.</p> <p>13. Saluran komunikasi seperti email efektif dalam menyampaikan informasi terkait tugas dalam perusahaan.</p> <p>14. Saya merasa grup whatsapp memfasilitasi komunikasi yang cepat dan efisien antara rekan kerja dan atasan untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan saya.</p>
--	--	---

Tabel 3. 1 Variabel bebas Pola Komunikasi Organisasi (X)

### 3.5.2 Variabel (Y)

Indikator dari motivasi kerja karyawan yaitu:

Variabel	Indikator	Sub-Indikator
Motivasi Kerja Karyawan (Y)	<p>1. Faktor Motivator</p> <p>2. Faktor Higienis</p>	<p>1. Saya merasa pekerjaan yang saya lakukan memiliki arti dan memberikan dampak positif bagi saya dan perusahaan.</p> <p>2. Tugas yang saya jalani di perusahaan ini memberi tantangan yang menarik bagi saya.</p> <p>3. Saya merasa bangga dengan apa yang sudah saya capai di perusahaan ini.</p> <p>4. Saya merasa pekerjaan saya memiliki dampak positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan.</p> <p>5. Saya merasa perusahaan memberi saya ruang untuk mengembangkan karir saya.</p> <p>6. Saya merasa pujian dari atasan dan rekan kerja memberikan dorongan kepada saya untuk lebih semangat bekerja.</p> <p>7. Saya merasa diberikan kebebasan untuk mengambil keputusan dalam pekerjaan saya.</p> <p>8. Saya merasa bahwa pekerjaan saya memberi saya kesempatan untuk belajar hal-hal baru yang membantu saya berkembang secara profesional.</p>

		<p>9. Tunjangan kesehatan dan kesejahteraan yang diberikan oleh perusahaan memadai untuk kebutuhan saya.</p> <p>10. Lingkungan kerja saya membuat saya nyaman sehingga mendukung produktivitas saya.</p> <p>11. Prosedur kerja yang ditetapkan perusahaan mudah dipahami.</p> <p>12. Saya merasa nyaman bekerja dengan rekan-rekan dalam satu Perusahaan.</p> <p>13. Atasan saya memberikan bimbingan yang baik dan mampu membangun hubungan yang baik dengan para karyawannya.</p> <p>14. Saya merasa aman dengan status pekerjaan saya di Perusahaan ini.</p>
--	--	---

Tabel 3. 2 Variabel terikat Motivasi Kerja Karyawan (Y)

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode yang digunakan untuk pengumpulkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Tujuan utama dari teknik pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan data yang valid, dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian. Pemilihan teknik yang tepat sangat penting untuk memastikan data yang kita miliki valid sehingga dapat tercapai tujuan dari penelitian yang kita inginkan.

#### 3.6.1 Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung dari sumber aslinya untuk keperluan penelitian. Data ini dapat dikumpulkan melalui berbagai metode seperti observasi, wawancara, kuesioner, eksperimen, atau diskusi kelompok. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai data primer. Tanggapan dalam kuesioner merupakan informasi yang mencerminkan pendapat, kebiasaan, atau perilaku mereka terhadap topik yang diteliti.

#### 3.6.2 Kuesioner

Kuesioner adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian melalui serangkaian pertanyaan yang sudah dirancang secara sistematis untuk memperoleh informasi tentang pendapat, sikap, atau perilaku responden terkait topik tertentu. Kuesioner dilakukan dengan cara mengumpulkan data

melalui formular atau angket yang diberikan kepada responden baik secara langsung maupun melalui platform *online*. Dalam kuesioner, responden diminta untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan yang sudah disediakan, baik dengan memilih jawaban yang sudah ada atau memberikan jawaban bebas. Pertanyaan harus dibuat dengan jelas dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh responden.

Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk mengumpulkan data dari sejumlah responden secara efisien dan representatif. Analisis data kuesioner mampu memberikan pandangan, sikap, atau perilaku responden terkait dengan topik penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur data. Skala likert adalah metode pengukuran yang biasanya digunakan untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu objek atau fenomena melalui serangkaian pernyataan yang mengukur Tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Metode ini diperkenalkan oleh Rensis Likert pada tahun 1932 dan menjadi salah satu alat yang paling banyak digunakan dalam penelitian sosial dan psikologi. Pada metode ini, responden diminta untuk memberikan penilaian pada setiap pernyataan menggunakan skala penilaian yang bersifat ordinal, yang mencerminkan derajat intensitas dari sikap atau persepsi yang diukur.

Skala ini biasanya terdiri dari lima tingkat respons, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju, namun variasi lain dapat menggunakan tujuh atau sembilan tingkat respons. Setiap tingkat respons ini diberi skor numerik (misalnya 1 hingga 5), yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis data secara kuantitatif. Skala likert memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih terukur mengenai sikap atau pendapat individu terhadap suatu topik, yang berguna untuk analisis statistik lebih lanjut.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mengolah, menganalisis, dan mengorganisasi data penelitian secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan yang mudah dipahami (Sugiyono, 2017). Tujuannya adalah menyimpulkan keseluruhan temuan dan menjelaskan data agar dapat dipahami pihak lain.

Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS), teknik statistik untuk menguji hubungan antara variabel laten dan indikator, yang cocok untuk data non-normal dan sampel kecil. SEM-PLS terdiri dari Outer Model (hubungan variabel laten-indikator) dan Inner Model (hubungan kausal antar variabel laten). Analisis dilakukan dengan SmartPLS, perangkat lunak berbasis grafik yang memudahkan pemodelan SEM-PLS, menguji validitas dan reliabilitas, serta melakukan analisis signifikansi jalur.

### 3.8 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Outer Model adalah model pengukuran yang menjelaskan hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikator pengukurnya. Tujuan dari model ini adalah untuk memastikan bahwa pertanyaan yang digunakan memang bisa menggambarkan konstruk yang diteliti. Outer model berfungsi untuk mengukur validitas dan reliabilitas hubungan antara indikator dan variabel laten. Uji validitas dilakukan untuk mengukur tingkat validitas sebuah instrument ataupun alat ukur, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran itu stabil bila dilakukan pengukuran ulang pada waktu yang berbeda atau bisa dikatakan instrument itu memberikan hasil yang konsisten di setiap waktunya. Artinya, uji validitas dan reliabilitas merupakan aspek yang sangat penting dalam memastikan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil yang akurat dan konsisten.

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas instrument tersebut. Instrumen dapat dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

##### 1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Menurut (Chin & Dibbern, 2010) validitas konvergen berkaitan dengan sejauh mana indikator-indikator yang digunakan berkorelasi tinggi satu sama lain. Cara untuk mengukur validitas konvergen adalah dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE), dan *loading factor*. Jika nilai AVE lebih besar dari 0,5, maka konstruk tersebut memiliki validitas konvergen yang memadai. Selain itu nilai *loading factor* yang lebih tinggi atau diatas 0,7

menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam mengukur konstruk.

Berikut hasil uji validitas menggunakan SEM-PLS, dengan *loading factor* dan *AVE (Average Variance Extracted)* untuk *Convergent Validity*:

### 1. *Loading Factors*

	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X1)	MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)
<b>X1</b>	0.735	
<b>X2</b>	0.857	
<b>X3</b>	0.864	
<b>X4</b>	0.724	
<b>X5</b>	0.877	
<b>X6</b>	0.849	
<b>X7</b>	0.808	
<b>X8</b>	0.825	
<b>X9</b>	0.929	
<b>X10</b>	0.791	
<b>X11</b>	0.870	
<b>X12</b>	0.857	
<b>X13</b>	0.859	
<b>X14</b>	0.887	
<b>Y1</b>		0.743
<b>Y2</b>		0.827
<b>Y3</b>		0.807
<b>Y4</b>		0.873
<b>Y5</b>		0.816
<b>Y6</b>		0.799
<b>Y7</b>		0.835
<b>Y8</b>		0.868
<b>Y9</b>		0.782
<b>Y10</b>		0.920
<b>Y11</b>		0.895
<b>Y12</b>		0.911
<b>Y13</b>		0.825
<b>Y14</b>		0.835

Tabel 3. 3 *Outer Loadings*

Berdasarkan pada tabel tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- Semua variabel memiliki outer loadings yang tinggi, yaitu di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam

penelitian ini memiliki hubungan yang kuat dengan variabel laten yang diukur. Dengan kata lain, semua indikator memberikan kontribusi yang signifikan dalam menggambarkan konstruk yang ingin diukur. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik, yang menunjukkan bahwa setiap indikator dengan tepat mengukur konstruk yang dimaksudkan.

- b. Variabel Pola Komunikasi Organisasi (X) memiliki *outer loadings* yang tinggi dengan variabel Keputusan Pembelian (Y). Secara khusus, indikator X9 memiliki nilai loading yang tertinggi yaitu 0,929. Hal ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian. Komunikasi yang jelas dan efektif antar karyawan, maupun antara karyawan dan atasan, memainkan peran yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang dibuat oleh karyawan. Dengan kata lain, semakin baik pola komunikasi yang diterapkan dalam organisasi, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yang dibuat oleh karyawan.

## 2. AVE (Average Variance Extracted)

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
<b>POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X)</b>	0.967	0.969	0.971	0.705
<b>MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)</b>	0.968	0.972	0.971	0.705

Tabel 3. 4 *Construct Reliability and Validity (Average Variance Extracted)*

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

### a. Cronbach's Alpha

Nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Pola Komunikasi Organisasi (X) adalah 0.967 dan untuk variabel Motivasi Kerja Karyawan (Y) adalah 0.968. Keduanya memiliki nilai di atas 0,90, yang menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi dan konsisten dalam mengukur variabelnya.

### b. Rho\_A

Nilai rho\_A untuk Pola Komunikasi Organisasi adalah 0.969 dan untuk Motivasi Kerja Karyawan adalah 0.972. Karena nilainya > 0.90, maka

hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator pada masing-masing konstruk memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

c. *Composite Reliability*

Nilai reliabilitas komposit (*Composite Reliability*) untuk kedua variabel sama, yaitu 0.971. Nilai ini jauh melebihi batas minimum 0.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki akurasi dan reliabilitas gabungan yang tinggi dalam pengukuran.

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE dari masing-masing variabel adalah 0.705. Nilai ini di atas standar minimum 0.50, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua konstruk memiliki validitas konvergen yang baik, artinya indikator-indikator pada masing-masing variabel mampu menjelaskan varian dari konstruk secara optimal.

## 2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana konstruk yang berbeda dapat dibedakan satu sama lain. Menurut Chin & Dibbern (2010) validitas diskriminan tercapai jika konstruk yang berbeda tidak saling tumpang tindih dan dapat dibedakan dengan jelas. Salah satu cara mengukur validitas diskriminan adalah dengan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yaitu rasio yang mengukur sejauh mana dua konstruk berbeda saling tumpang tindih dalam hal indikator yang digunakan. Jika nilai HTMT lebih rendah dari 0,90 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada tumpang tindih yang signifikan antar konstruk sehingga validitas diskriminan tercapai (Hair dkk., 2017).

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen pengukuran konsisten dan stabil ketika diukur berulang kali dalam kondisi yang sama. Uji reliabilitas sangat penting dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen tidak menghasilkan data yang berubah secara acak. Sekaran & Bougie (2010) menjelaskan bahwa reliabilitas mengacu pada sejauh mana instrumen menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam pengukuran yang dilakukan berulang-ulang. Semakin tinggi reliabilitasnya, maka semakin kecil

juga kemungkinan hasil diisi dengan kesalahan acak. Menurut Hair dkk (2017), reliabilitas dapat diuji dengan menggunakan dua ukuran utama yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai Reliabilitas yang baik adalah  $>0,70$ , dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang lebih dari 0,70 maka konstruk tersebut dapat dikatakan reliabel.

### **3.9 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)**

*Inner model* menggambarkan hubungan kausal antar variabel laten yang digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk teoretis yang saling berinteraksi dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana variabel tersebut mempengaruhi satu sama lain. *Inner model* ini menggambarkan hubungan antar variabel dependen dalam model.

#### **3.9.1 Uji Koefisien Determinasi (*R-square*)**

Uji koefisien determinasi adalah ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independent dalam model dapat menjelaskan variabilitas variabel dependennya. Menurut Hair dkk (2017) nilai  $R^2$  berkisar antara 0 sampai 1, dan semakin tinggi nilainya menunjukkan model yang lebih baik dalam menjelaskan variabilitas data.

#### **3.9.2 Uji Effect Size ( $F^2$ )**

Uji effect size digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh suatu variabel independent terhadap variabel dependen dalam sebuah model. Nilai  $f^2$  yang kecil (0,02) menunjukkan pengaruh yang lemah, nilai sedang (0,15) menunjukkan pengaruh yang signifikan, dan nilai besar (0,35) menunjukkan pengaruh yang kuat.  $f^2$  membantu untuk memahami kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen dalam model yang dianalisis.

### **3.10 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang bertujuan untuk memutuskan apakah hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan parameter populasi. Menurut Neuman, (2014) tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menguji validitas teori yang diajukan serta menentukan apakah data yang terkumpul cukup kuat untuk mendukung klaim tersebut. Proses uji hipotesis dimulai dari merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ), dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ), menetapkan tingkat signifikansi, memilih tes statistik yang sesuai, menghitung data yang diperlukan, sampai dengan menentukan kriteria untuk

pengujian. Biasanya, uji hipotesis dilakukan dengan menghitung statistik uji yang kemudian dibandingkan dengan nilai kritis untuk memutuskan apakah hipotesis nol harus ditolak atau diterima.

Dalam metode PLS-SEM, uji hipotesis dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping*, yaitu metode resampling yang mengambil ribuan sampel dari data asli untuk menguji signifikansi koefisien jalur (*path coefficient*). Teknik ini menghasilkan nilai *t-statistic* dan *p-value* untuk menilai apakah hubungan antar variabel signifikan, tanpa mengasumsikan distribusi normal pada data.

### 3.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Melessi Fajar Abadi yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *food service* dan terletak di Jl Villa Golf Barat I No 22, RT 004/007, Babakan, Kec.Tangerang, Kota Tangerang, Banten. Penelitian dilaksanakan pada 25 Maret – 25 Juni 2025. Peneliti menyebarkan kuesioner secara online kepada para karyawan di PT Melessi Fajar Abadi.

No.	Kegiatan	Maret 2025	April 2025	Mei 2025	Juni 2025	Juli 2025
1	Diskusi topik penelitian dan teori					
2	Perumusan pernyataan kuesioner					
3	Pengumpulan data (Kuesioner)					
4	Menganalisis data dan penyusunan tugas akhir					
5	Revisi dan penyelesaian tugas akhir bab 1-5					

Tabel 3. 5 Jadwal Kegiatan