

Analysis of Communication Effectiveness in Motivating Employees (Case Study at PT AMG Plastik Industri)

Asep Supriatna¹, Bani Mahardhika², Nurul Akbar³, Oki Wahyudi⁴, Putri Sekar Asih⁵, Geofakta Razali^{6*}

Pascasarjana Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Corresponding Author: Geofakta Razali faktageo@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Organizational Communication Effectiveness, Motivation, Employee Performance

Received : 8 june

Revised : 22 june

Accepted: 22 july

©2023 Supriatna, Mahardhika, Akbar, Wahyudi, Asih, Razali: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic) has departments of the company whose job is to carry out its workflow. In the task of preparing HR needs so that they have the qualifications in accordance with what the company is looking for, it cannot be separated from the role of employees in the Human Relations Division (HRD). The employees in this division are an important part, in which to increase the motivation of these employees must be fully supported by the role of the division head at PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic) in creating a good internal company relationship and the relationship between superiors and subordinates. The research method approach used in this study is a qualitative research method by adapting theories related to organizational communication and employee motivation theories through observation, question and answer and retrieval of documentation related to how communication activities are carried out by superiors towards employees to provide constructive motivation to improve performance and work commitment at PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic)

Analisis Efektivitas Komunikasi dalam Memotivasi Kerja Karyawan (Studi Kasus pada PT AMG Plastic Industry)

Asep Supriatna¹, Bani Mahardhika², Nurul Akbar³, Oki Wahyudi⁴, Putri Sekar Asih⁵, Geofakta Razali^{6*}

Pascasarjana Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Corresponding Author: Geo Fakta Razali faktageo@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Efektivitas Komunikasi Organisasi, Motivasi, Kinerja Karyawan

Received : 8 june

Revised : 22 june

Accepted: 22 july

©2023 Supriatna, Mahardhika, Akbar, Wahyudi, Asih, Razali: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic) memiliki bagian-bagian departemen perusahaan yang bertugas untuk melaksanakan alur pekerjaannya. Dalam tugas untuk menyiapkan kebutuhan SDM agar mempunyai kualifikasi sesuai dengan yang dicari oleh perusahaan, tidak lepas dari peran para karyawan di divisi Human Relation Division (HRD). Para karyawan di divisi tersebut adalah bagian penting yang di mana dalam peningkatan motivasi para karyawan tersebut harus didukung penuh oleh peran pimpinan divisi di PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic) dalam menciptakan sebuah hubungan yang baik internal perusahaannya dan hubungan antara atasan dengan bawahan. Pendekatan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan mengadaptasi teori terkait komunikasi organisasi dan teori motivasi karyawan melalui observasi, tanya jawab dan pengambilan dokumentasi terkait bagaimana aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh atasan terhadap para karyawan untuk memberikan motivasi yang membangun untuk meningkatkan performa dan komitmen pekerjaan di PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic)

PENDAHULUAN

Setiap karyawan atau SDM suatu perusahaan memiliki berbagai macam bentuk perbedaan yang dapat dilihat dari pengalaman, pemikiran, pendidikan, kebutuhan serta tujuan. Hal ini tentunya menjadi faktor utama yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan dan pola SDM tersebut dalam berkomunikasi sehari-hari. Faktor tersebut sangat berpengaruh sekali terhadap hubungan, kenyamanan serta keharmonisan dari sebuah perusahaan terutama antara SDM pada aturan kestrukturannya yang terbentuk, sehingga akan terwujud lingkungan kerja yang kondusif serta memotivasi dalam bekerja.

Seperti yang dinyatakan oleh Kahani&Lestari:2019 bahwa komunikasi yang baik merupakan komunikasi yang menciptakan sebuah timbal balik yang positif. Sebaliknya, komunikasi yang tidak berjalan dengan baik akan menimbulkan mis-komunikasi atau konflik antara seseorang atau juga antara sesama rekan kerja. Oleh karena itu, pola dan tindakan komunikasi dari para SDM yang bekerja dalam perusahaan tersebut harus selalu diperhatikan oleh siapapun yang bekerja di perusahaan tersebut. Jika komunikasi yang terjadi dalam perusahaan, antar divisi, ataupun subbagian dapat dijaga dengan baik, hal tersebut dapat membuat kontribusi serta kinerja yang positif demi dapat mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Dalam rumpun ilmu komunikasi, terdapat beragam jenis atau bentuk komunikasi yang difokuskan terhadap konteks serta tujuan dari komunikasi itu sendiri. Seperti komunikasi organisasi yang mana mencakup bentuk komunikasinya adalah pertukaran informasi secara tatap muka dalam bentuk lisan atau ekspresi yang dapat diukur. Menurut Wiryanto (dalam Komunikasi Organisasi, 2011), komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari adanya organisasi.

Melalui pola komunikasi organisasi yang baik yang dilakukan oleh atasan terhadap para SDM, dapat juga digunakan untuk memotivasi para SDM tersebut. Dalam sebuah perusahaan, jika karyawan merasa bahwa mereka memiliki akses yang mudah terhadap informasi terkait tujuan, strategi, dan penghargaan kinerja dari perusahaan, hal ini dapat memotivasi mereka untuk bekerja lebih baik. Dengan komunikasi yang transparan, para karyawan merasa dihargai dan diberdayakan untuk berkontribusi dengan ide-ide mereka sendiri untuk tercapainya tujuan atau target dari perusahaan. Para karyawan harus diberikan kesempatan untuk memberikan masukan, bertanya, dan berbagi pendapat mereka. Dengan adanya saluran komunikasi yang transparan, karyawan merasa dihargai dan memiliki peran yang aktif dalam pengambilan keputusan, sehingga meningkatkan motivasi mereka dalam hal ini untuk pencapaian target penjualan perusahaan.

Pada sebuah perusahaan, efektivitas dari komunikasi organisasi memiliki pengaruh untuk bisa meningkatkan hubungan baik serta harmonis di lingkungan kerja baik dalam perusahaan atau organisasi. Hal itu juga dapat meningkatkan motivasi dari dalam diri karyawan dalam perusahaan atau anggota dalam organisasi. Karena, hubungan komunikasi yang baik pasti akan berperan dalam menghasilkan sebuah keefektifitasan hubungan yang positif

dari komunikasi. Efektivitas sendiri merupakan tingkat keberhasilan seseorang atau organisasi dalam mencapai tujuan dilakukan (Punyanunt-Carter & Arias, 2017). Komunikasi kepemimpinan yang efektif memiliki peran sebagai kepemimpinan yang mendukung, terbuka, dan berkomunikasi dengan jelas untuk memberikan inspirasi dan arahan kepada karyawan. Komunikasi yang positif dan berfokus pada pengembangan karyawan juga dapat meningkatkan motivasi mereka untuk mencapai tujuan bersama. Karyawan akan merasa diakui dan diapresiasi oleh atasan dan perusahaan. Penghargaan yang diberikan secara terbuka dan jelas dapat memotivasi anggota untuk terus meningkatkan kinerja mereka.

Pada PT Industri Plastik AMG Cikarang (AMG Plastic), bentuk motivasi yang diberikan oleh atasan bukan hanya membuat kinerja para karyawannya meningkat tetapi juga mampu meningkatkan komitmen para karyawan terhadap kewajiban dan hak pekerjaannya dan berkempetisi untuk mencapai target yang sesuai dengan arahan perusahaan. PT Industri Plastik AMG Cikarang (AMG Plastic) juga kerap memberikan penghargaan maupun kompensasi berupa bonus, insentif dan tunjangan yang bisa memacu semangat kerja karyawan dan karyawan akan berperilaku optimis untuk mampu menyelesaikan target pekerjaan dari perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi

Aktivitas komunikasi merupakan salah satu elemen penting dalam kehidupan yang mendukung keberadaan kita sebagai makhluk sosial. Ada berbagai macam definisi mengenai apa itu komunikasi, dapat berupa berinteraksi dengan sesama, berdoa ataupun menyampaikan pendapat ialah beberapa contoh dari komunikasi. Tanpa kita sadari bahwa manusia tidak dapat hidup tanpa adanya komunikasi. Istilah komunikasi atau communication menurut Yusuf (dalam Marhaeni Fajar, 2009 : 31), berasal dari bahasa latin yaitu communicates yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Seorang ahli kamus bahasa Lexicographer mendefinisikan bahwa komunikasi merujuk pada suatu upaya yang mempunyai tujuan untuk berbagi demi mencapai kebersamaan.

Selain itu, seperti yang diungkapkan oleh Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (dalam Deddy Mulyana, 2007 : 68) bahwa komunikasi adalah bentuk pertukaran informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figure, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasa disebut sebagai komunikasi.

2. Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah komunikasi organisasi diartikan sebagai bentuk pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi yang terbentuk (Wiryanto, 2005). Komunikasi formal sendiri adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan

surat-surat resmi. Adapun juga komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual, atau komunikasi dengan sesama anggota dalam organisasi (Ngalimun, 2022 : 84).

Fungsi Komunikasi meliputi organisasi produksi dan pengaturan, pembaharuan (innovation) dan sosialisasi dan pemeliharaan (socialization and maintenance). Dari fungsi tersebut pada dasarnya komunikasi memiliki eksistensi yang kuat terhadap dinamika organisasi. Dengan kata lain, perkembangan maupun kemunduran dari sebuah organisasi, tidak lepas dari fungsi dasar komunikasi yang memiliki eksistensi yang kuat terhadap dinamika organisasi. Sehingga sebuah aktivitas komunikasi di dalam sebuah organisasi merupakan proses penciptaan makna yang sama diantara komunikator dan para komunikannya. Dalam sebuah proses komunikasi organisasi tidak menutup kemungkinan untuk melibatkan aspek komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi itu sendiri.

3. Efektivitas

Dalam (Islahuzzaman, 2012 : 44), mengartikan bahwa efektivitas adalah berdaya guna. Adanya kemampuan suatu kelompok atau individu untuk mencapai atau melampaui sasaran, target, atau tujuan yang diinginkan (yang telah ditetapkan terlebih dahulu). Sedangkan Mardiasmo (2014 : 32), pengertian dari efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan suatu pencapaian tujuan atau target kebijakan. Sehingga secara keseluruhan pengertian dari efektivitas itu ialah hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dalam suatu kelompok atau perusahaan bisa dikatakan efektif apabila proses kegiatannya bisa mencapai tujuan dan sasaran akhir dari kebijakan yang ditetapkan. Oleh karena itu, di dalam proses penganggaran mulai diarahkan untuk berorientasikan pada keluaran (output) dan dampak (outcome) melalui ukuran efektivitas. Terdapat empat teori Aspek Efektivitas adalah sebagai berikut :

- 1) Aspek Tugas dan Fungsi, yaitu meliputi lembaga dikatakan mempunyai efektivitas jika melaksanakan tugas atau fungsinya.
- 2) Aspek Rencana atau Program, dimaksudkan sebagai pembelajaran yang terprogram, jika seluruh rencana sebuah organisasi dapat dilaksanakan maka rencana atau program dikatakan efektif.
- 3) Aspek Ketentuan dan Peraturan, efektivitas suatu program juga dapat dilihat dari berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat oleh sebuah organisasi dalam rangka menjaga keberlangsungan proses kegiatannya. Jika aturan ini dilaksanakan dengan baik berarti ketentuan aturan telah berlaku secara efektif.
- 4) Aspek Tujuan atau Kondisi Ideal, dimaksudkan suatu program yang dapat dikatakan efektif dari sudut hasil jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat dicapai.

4. Motivasi Kerja

Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) dimaknai sebagai langkah-langkah seperti perencanaan, penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia (SDM) untuk mencapai tujuan tertentu, baik itu tujuan individual, kelompok maupun organisasi. Keberhasilan dari pengelolaan perusahaan atau organisasi sangat ditentukan oleh adanya efektivitas dari kegiatan pendayagunaan SDM. Dalam hal ini, seorang pimpinan harus memiliki cara dan pola tersendiri untuk dapat memelihara prestasi dan kepuasan kerja para anggota atau karyawan, antara lain dengan memberikan motivasi kepada karyawan agar dapat melaksanakan tugas dengan ketentuan yang berlaku.

Menurut (Samsudin, 2015 : 281), motivasi kerja adalah sebuah proses untuk mempengaruhi atau mendorong dari luar kepada seseorang atau sekelompok kerja agar mereka mampu melaksanakan suatu hal yang sudah ditetapkan. Kemudian menurut (Sunyoto, 2015 : 4), motivasi kerja adalah keadaan yang mendorong keinginan dari individu untuk mau melakukan kegiatan-kegiatan tertentu agar dapat mencapai keinginannya. Dan menurut (Fahmi, 2013 : 107), motivasi kerja adalah aktivitas dan perilaku dari individu yang bekerja dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan oleh individu tersebut.

Berdasarkan definisi terkait motivasi kerja menurut para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebuah motivasi kerja adalah keadaan atau kondisi yang dimana keadaan atau kondisi tersebut bertujuan untuk mempengaruhi maupun mendorong individu agar individu tersebut bersedia dan mampu melakukan sesuatu atau melakukan suatu tindakan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka seperti yang diinginkan. Dengan adanya motivasi di dalam diri seseorang, maka akan sangat mudah untuk mengarahkan dan menggerakkan mereka untuk melakukan sesuatu hal seperti yang diinginkan untuk kemudian dapat mencapai tujuan yang dikehendaki. Motivasi yang dimiliki dari setiap individu dalam melakukan sesuatu pada dasarnya berbeda-beda, sehingga hal ini akan menjadi salah satu masalah maupun tantangan yang harus dihadapi oleh manajemen sebuah organisasi yang ada di dalam sebuah perusahaan karena jika ada motivasi kerja yang menurun dalam diri karyawan pasti akan berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan di perusahaan tersebut.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian yang dilakukan di penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan penjabaran deskriptif kualitatif. Peneliti meneliti SDM melalui observasi, tanya jawab dan pengambilan dokumentasi terkait bagaimana aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh atasan terhadap para karyawan untuk memberikan motivasi yang membangun untuk meningkatkan performa dan komitmen pekerjaan di PT Industri Plastik AMG Cikarang (AMG Plastic).

Metode penelitian deskriptif adalah metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu himpunan kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa kini (Bungin, Burhan, 2001). Kualitatif berkaitan dengan kualitas dan nilai atau makna dibalik fakta (Sulistyaningsih & Rakhmawati, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti mengadaptasi teori terkait komunikasi organisasi dan teori motivasi karyawan melalui observasi, tanya jawab dan pengambilan dokumentasi terkait bagaimana aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh atasan terhadap para karyawan untuk memberikan motivasi yang membangun untuk meningkatkan performa dan komitmen pekerjaan di PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic). Informan yang dijadikan sebagai objek penelitian sejumlah 10 SDM yang terdiri dari 1 SDM kepala bagian divisi HRD pada PT. Industri Plastik AMG (AMG Plastic) sebagai informan kunci dan 9 SDM yang berada di bawah divisi HRD pada PT. Industri Plastik AMG (AMG Plastic) sebagai informan tambahan.

Teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan analisis konteks dari tinjauan pustaka dan analisis pernyataan dari wawancara peneliti dengan para informan merupakan teknik analisa data yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini. Peneliti berfokus pada beberapa tahapan, antara lain pengumpulan informasi melalui wawancara dengan informan yang sesuai dengan lingkup batasan penelitian lalu berkunjung ke lapangan untuk mendukung penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan sumber data yang diharapkan dan mengambil dokumentasi untuk melengkapi penelitian. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan akan hasil yang ditemukan dari penelitian yang dilakukan pada PT. Industri Plastik AMG (AMG Plastic).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi organisasi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah interaksi yang dilakukan dalam lingkup organisasi di PT. Industri Plastik AMG (AMG Plastic). Interaksi dan komunikasinya meliputi lingkup internal organisasi mengenai segala sesuatu yang akan dilakukan dalam perusahaan tersebut. Organisasi terdiri dari orang-orang yang perilakunya tidak selalu dapat diselaraskan dan memiliki pemahaman yang berbeda dalam memandang sesuatu. Oleh karena itu, perlu diupayakan agar setiap orang saling memahami untuk mencapai tujuan organisasi.

Pada PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic), bentuk motivasi yang diberikan oleh atasan bukan hanya membuat kinerja para karyawannya meningkat tetapi juga mampu meningkatkan komitmen para karyawan terhadap kewajiban dan hak pekerjaannya dan berkemampuan untuk mencapai target yang sesuai dengan arahan perusahaan. PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic) juga kerap memberikan penghargaan maupun kompensasi berupa bonus, insentif dan tunjangan yang bisa memacu semangat kerja karyawan dan karyawan akan berperilaku optimis untuk mampu menyelesaikan target pekerjaan dari perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan penelitian dan pembahasan fokus masalah dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi yang dilakukan di organisasi PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic) sudah berjalan dengan baik. Hubungan antar karyawan pun telah terjalin cukup baik. Hal ini terlihat dari unsur efektivitas teori organisasi yang ada pada proses komunikasi pimpinan dan karyawan mempunyai keterbukaan (saling transparan), saling berempati, sikap saling mendukung dan yang paling berperan dalam meningkatkan motivasi kerja antar karyawan yakni adanya sikap saling positif antar memperlakukan sesama karyawan di PT Industri Plastik AMG (AMG Plastic).

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan jurnal ini tepat waktunya. Dalam penyusunan dan penyelesaian jurnal ini, penulis mendapatkan perhatian dan bimbingan yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penyusunan jurnal ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Yth. Bapak Prof. Dr. Ir. Wahyudin Latunreng, MM selaku Rektor Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.
- 2) Yth. Ibu Dr. Wulan Furrie Lenggana, S.Kom., M.Ikom., selaku Kepala Program Studi Ilmu Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.
- 3) Yth. Bapak Dr. Geofakta Razali., M.Ikom., selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, dan perhatian kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 4) Yth. Bapak Irwan Satria., S.Kom Selaku Kepala Staff PT Industri Plastik AMG telah mengizinkan penulis dalam menyusun penelitian ini.
- 5) Bapak dan Ibu, selaku orang tua kami tercinta dan untuk kakak dan adik-adik yang selama ini telah membantu penulis dalam perhatian dan doa yang mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan jurnal ini.
- 6) Teman-teman seperjuangan penulisan jurnal atas dukungannya.
- 7) Teman-teman seperjuangan Intitut STIAMI yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan jurnal ini, beserta pihak-pihak lain yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian jurnal ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Gajah Mada Press
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasinya*. Bandung : Alfabeta
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Islahuzzaman. (2012). *Istilah-istilah Akuntansi dan Auditing*. Jakarta : Bumi Aksara
- Kahani, N. K., & Lestari, S. P. (2019). Hubungan Komunikasi Interpersonal Pimpinan dan Motivasi Kerja Pegawai di Magistra Utama Cabang Semarang. In *Jurnal Egaliter*
- Mardiasmo. (2014). *Akuntansi Sektor Publik*. Edisi Lima. Cetakan Keempat. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Mulyana, Deddy. (2007). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya

Ngalimun, M. Pd., M. I. K. (2018). Komunikasi Interpersonal. Pustaka Pelajar

Punyanunt-Carter, N. M., & Arias, V. S. (2017). The interplay between interpersonal communication and instructional communication. Communication Education

Samsudin, S. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Pustaka Setia

Sunyoto, D. (2015). Penelitian Sumber Daya Manusia. Jakarta : Buku Seru

Wiryanto. (2005). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia