



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Organisasi merupakan hasil dari sebuah proses pengelolaan yang didalamnya terdapat individu-individu yang bekerja secara kolektif untuk mencapai satu tujuan bersama. Setiap individu tersebut membutuhkan komunikasi dengan individu lain sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan organisasi.

Gareth R. Jones (2010:24) mengartikan organisasi sebagai sebuah alat yang digunakan orang-orang untuk mengkoordinasikan tindakan mereka dalam mendapatkan sesuatu yang bernilai atau mereka inginkan yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan mereka.

Dalam mencapai tujuan, suatu organisasi tidak pernah terlepas dari proses komunikasi yang merupakan proses pertukaran pesan antara satu anggota organisasi dengan anggota yang lain. Stanley Deetz dalam Pamela S. Shockey (2009:15) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses sosial yang membentuk atau mengubah pemaknaan, identitas, kondisi psikologi, struktur sosial, dan berbagai makna lain dari hubungan antara organisasi dengan lingkungan di sekitarnya.

Komunikasi yang dilakukan di dalam organisasi pada akhirnya akan membentuk sebuah iklim komunikasi yang menunjukkan baik atau tidaknya kondisi komunikasi di lingkungan organisasi. Pace dan Faules (1994:100) menjelaskan bahwa iklim komunikasi adalah gabungan dari persepsi-persepsi - sebuah evaluasi makro - dari kejadian-kejadian komunikasi, perilaku manusia, tanggapan karyawan satu sama lain, ekspektasi, konflik antarpribadi, dan kesempatan untuk berkembang di dalam organisasi. Iklim komunikasi berbeda dengan iklim organisasi dimana iklim komunikasi melibatkan persepsi dari pesan dan kejadian yang terjadi berkaitan dengan pesan-pesan di dalam organisasi.

Iklim komunikasi dapat mempengaruhi berbagai macam kondisi psikologis karyawan, salah satunya dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, suatu organisasi membutuhkan iklim komunikasi yang baik agar para karyawan dapat termotivasi dan memberikan tenaga serta pikiran mereka secara maksimal untuk organisasi tersebut.

Motivasi kerja pada dasarnya merupakan alasan atau dorongan seseorang mencurahkan tenaga dan pikiran untuk melakukan dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Motivasi ini terbentuk dari dalam diri dan dari luar diri seseorang. Salah satu faktor pembentuk motivasi yang berasal dari luar diri seseorang adalah hubungan karyawan dengan atasan atau rekan kerja. Hubungan karyawan dengan rekan kerja dapat diukur

dari iklim komunikasi yang terjadi dan hubungan karyawan dengan atasan dapat diukur melalui gaya kepemimpinan seorang atasan.

Apabila gaya kepemimpinan seorang atasan diterima dengan baik oleh karyawan, karyawan tersebut dapat bekerja dengan baik di bawah arahan atasan tersebut dan sebaliknya apabila gaya kepemimpinan atasan tidak diterima dengan baik, dapat menimbulkan perpecahan di dalam organisasi atau paling sedikit dapat menimbulkan penyimpangan dalam hubungan karyawan tersebut dengan atasan. Karyawan menjadi tidak memiliki semangat kerja dan berdampak pada menurunnya tingkat motivasi kerja mereka.

Salah satu akibat dari rendahnya motivasi kerja karyawan adalah keputusan karyawan untuk berhenti dari organisasi tersebut. Apabila hal ini terjadi dalam jumlah yang besar, tingkat *turnover* karyawan pun dapat meningkat dan mempengaruhi produktivitas organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan iklim komunikasi organisasi dan gaya kepemimpinan terhadap motivasi kerja karyawan. Dengan mengetahui bagaimana hubungan tersebut, peneliti dapat memberikan kontribusi berupa ilmu kepada organisasi sejenis dan bidang pendidikan.

Secara normatif, setiap anggota organisasi seharusnya dapat memberikan kontribusi yang positif dalam pembentukan iklim komunikasi

dan didukung oleh gaya kepemimpinan yang positif. Hal ini dapat membantu anggota organisasi dalam menciptakan motivasi kerja yang kuat.

Berdasarkan pengalaman peneliti selama kerja magang 3 bulan di Hotel Novotel Tangerang, peneliti merasakan bahwa motivasi kerja karyawan masih rendah. Sebuah hotel yang berada di bawah naungan *Accor Group* yang bergerak di industri perhotelan sejak 1960an di 92 negara seharusnya memiliki standar dalam memperlakukan karyawan dan cara untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan. Hal ini sepertinya belum berlaku di Hotel Novotel Tangerang. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan dengan tingkat *turnover* yang cukup tinggi (kesimpulan dari data *Human Resource Department*). Kesimpulan tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana motivasi kerja karyawan selama bekerja di Novotel Tangerang.

Seperti yang dikemukakan oleh Chung & Megginson dalam Gomes (2001:180), motivasi dapat dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor individual dan organisasional. Motivasi kerja karyawan di Hotel Novotel Tangerang juga seharusnya tidak terlepas dari peranan organisasional. Peran organisasi dalam membentuk motivasi dapat dilihat dari bagaimana sebuah iklim komunikasi organisasi di Hotel Novotel Tangerang serta didukung oleh gaya kepemimpinan seorang atasan di hotel tersebut.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai apakah ada hubungan antara iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan dengan motivasi kerja karyawan serta seberapa kuat hubungan tersebut. Peneliti mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Iklim Komunikasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Hotel Novotel Tangerang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah:

1. Apakah iklim komunikasi berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang?
2. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang?
3. Apakah gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang?
4. Seberapa besar pengaruh gaya kepemimpinan terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang?
5. Apakah iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersamaan berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang?

6. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersamaan terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang.
2. Mengetahui persentase pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang.
3. Mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang.
4. Mengetahui persentase pengaruh gaya kepemimpinan terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang.
5. Mengetahui pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersamaan dengan motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang.
6. Mengetahui persentase pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersamaan terhadap motivasi kerja karyawan Hotel Novotel Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

a. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi pada bidang pendidikan khususnya dalam ilmu komunikasi organisasi dengan menyediakan fakta atau data mengenai iklim komunikasi, gaya kepemimpinan, dan motivasi kerja karyawan. Iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan dapat memberikan pengaruh kepada kondisi psikologis seseorang di dalam sebuah organisasi. Penelitian ini menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh kedua faktor tersebut terhadap motivasi kerja di dalam sebuah organisasi. Penelitian ini dapat menjadi pembendaharaan studi bagi mahasiswa yang ingin meneliti mengenai komunikasi di dalam organisasi, khususnya yang berhubungan dengan iklim komunikasi organisasi, gaya kepemimpinan, serta motivasi kerja karyawan.

b. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada perusahaan mengenai iklim komunikasi, gaya kepemimpinan dan motivasi kerja karyawan sehingga dapat membantu perusahaan dalam mengevaluasi dari komunikasi atau pengelolaan yang telah dilakukan.