



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.

**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI
ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI DAN
KEPUASAN KERJA KARYAWAN
(STUDI SURVEI PADA : PT OMNI MARKETING
GLOBAL INDONESIA)**

SKRIPSI



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

Stefanus Yoga Putro Nugroho

10120110249

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2017

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN (STUDI SURVEI PADA : PT OMNI MARKETING GLOBAL INDONESIA)

Oleh

Stefanus Yoga Putro Nugroho

Telah diujikan pada Jumat, 27 Januari 2017, pukul 13.30 – 15.00 WIB dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Nunik Maharani, S.Sos.,

Dr. Amin Sar Manihuruk, MS.

M.Comn&MediaSt.(Mon)

Dosen Pembimbing

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya nyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari hasil karya tulis orang lain, baik individu maupun lembaga. Semua karya tulis orang lain baik secara individu maupun lembaga, telah disebutkan sumber kutipannya dan telah dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Tangerang, 27 Januari 2017

Stefanus Yoga Putro Nugroho

UMMN

ABSTRAK

PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI DAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN

(Studi survei pada : PT Omni Marketing Global Indonesia)

Penelitian ini membahas pengaruh antar iklim komunikasi organisasi dengan motivasi dan kepuasan kerja di PT Omni Marketing Global Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang solusi pemasaran, yang mana kondisi internal perusahaan sangat penting untuk dapat menunjukkan kualitas sumber daya yang baik. Maka dari itu, peneliti tertarik memilih perusahaan tersebut untuk diteliti.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sifat penelitian korelasional. Metode ini merupakan kelanjutan dari metode deskriptif. Bila dalam metode deskriptif sifatnya hanya menghimpun data, lalu menyusun secara sistematis, maka dalam metode korelasional lebih lanjutnya juga menjelaskan hubungan antara variabel dan melakukan uji hipotesis.

Hasil penelitian yang didapat, menunjukkan bahwa variabel independen “iklim komunikasi organisasi” berpengaruh positif dan signifikan terhadap kedua variabel dependen, yaitu “motivasi” dan “kepuasan kerja karyawan”. Artinya bahwa iklim komunikasi organisasi yang kondusif dan menyenangkan membuat motivasi dan kepuasan kerja karyawan semakin bertambah.

Kata kunci : Iklim Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Motivasi, Kepuasan Kerja

ABSTRACT

EFFECT OF THE ORGANIZATION COMMUNICATION CLIMATE TO MOTIVATION AND EMPLOYEE JOB SATISFACTION

(Survey Study on : PT Omni Marketing Global Indonesia)

This study discusses the effect between organization communication climate with the motivation and job satisfaction in PT Omni Marketing Global Indonesia. The company is engaged in the marketing solution, which the company's internal condition is very important to be able to demonstrate the quality of a good resources. Therefore, researcher interested in choosing the company to be researched.

The approach used in this research is quantitative with the method is correlational. This method is a continuation of the descriptive method. When the descriptive character only collect data and compile systematically, then the correlation method is also explains the relationship between the variables and to test hypotheses.

The results of the research were obtained, indicating that the independent variable "organizational communication climate" positive and significant impact on both the dependent variable, namely the "motivation" and "employee satisfaction". This means that the organizational communication climate that is conducive and fun create employee motivation and job satisfaction increased.

Keywords: Climate Communication, Organizational Communication, Motivation, Job Satisfaction

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan segala karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi yang berjudul "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Karyawan di PT Omni Marketing Global Indonesia" ini ditulis dan disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan sarjana Jenjang Pendidikan Strata-1 pada jurusan Public Relations, fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang. Dalam proses pengerjaan skripsi ini tentunya penulis menemukan banyak kesulitan yang tidak dapat penulis atasi sendiri. Untuk itu, penulis banyak mendapat dukungan, bantuan, serta bimbingan dari pihak-pihak dalam mengatasi kesulitan tersebut. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si selaku dosen pembimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi ini
2. Dr. Amin Sar Manihuruk, MS selaku dosen penguji ahli yang telah meluangkan segenap tenaga dan waktunya dalam sidang maupun saat revisi
3. Nunik Maharani, S.Sos.M.Comn&MediaSt.(Mon) selaku ketua sidang yang juga telah meluangkan tenaga dan waktunya, serta memberi saya kesempatan untuk lulus dalam sidang skripsi

4. Calvin Eko H. Saputro, M.M selaku dosen yang membimbing peneliti dalam menyusun teori di bab 2, serta banyak hal lainnya dalam penyusunan skripsi
5. Mbak Diana Hapsari selaku kepala HRD di PT Omni Marketing Global Indonesia yang telah banyak meluangkan waktu dan usaha membantu peneliti dalam penyebaran kuesioner di perusahaan.
6. Sahabat-sahabat yang telah membantu peneliti menyusun skripsi ini

Penulis sadar bahwa skripsi yang dibuat ini jauh dari kata sempurna. Karena kesempurnaan hanya milik Allah yang maha kuasa. Penulis sangat membutuhkan kritik maupun saran untuk menutupi segala kekurangan. Semoga skripsi yang penulis buat, dapat berguna bagi segala pihak. Baik instansi pendidikan maupun perusahaan terkait yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi.

Tangerang, 10 Januari 2017

U M N

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Bagan.....	xiv
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.2.1 Kegunaan Akademis.....	8
1.3.2.2 Kegunaan Praktis.....	8
Bab 2 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Penelitian Sejenis Terdahulu.....	10

2.2	Konsep.....	14
2.2.1	Komunikasi Organisasi.....	14
2.2.2	Iklm Komunikasi Organisasi.....	16
2.3	Teori.....	19
2.3.1	Teori Motivasi.....	19
2.3.1.1	Teori Hierarki Kebutuhan.....	19
2.3.1.2	Teori X dan Y.....	22
2.3.1.3	Teori Dua Faktor.....	25
2.3.2	Teori Kepuasan Kerja.....	28
2.3.3	Teori Hubungan Manusiawi Elton Mayo.....	31
2.4	Hubungan Iklm Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja.....	32
2.5	Hubungan Iklm Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja.....	34
2.6	Alur Pikir Penelitian.....	36
Bab 3	Metodologi Penelitian.....	37
6.1	Sifat dan Jenis Penelitian.....	37
6.2	Metode Penelitian.....	38

6.3	Populasi dan Sampel.....	40
6.3.1	Populasi.....	40
6.3.2	Sampel.....	40
6.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
6.5	Variabel Penelitian.....	44
6.6	Uji Validitas.....	45
6.7	Uji Reliabilitas.....	49
6.8	Operasionalisasi Konsep.....	50
6.9	Hipotesis Penelitian.....	54
Bab 4	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	55
4.1	Objek Penelitian.....	55
4.2	Profil Perusahaan.....	55
4.3	Karakteristik Responden.....	55
4.3.1	Jenis Kelamin.....	57
4.3.2	Tingkat Pendidikan.....	58
4.3.3	Masa Kerja.....	59
4.4	Analisis Multivariat.....	60
4.4.1	Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja.....	61

4.4.2	Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan.....	61
4.5	Uji Reliabilitas.....	63
4.5.1	Uji Reliabilitas Iklim Komunikasi Organisasi Menggunakan Alpha Cronbach.....	63
4.5.2	Uji Reliabilitas Motivasi Kerja Menggunakan Alpha Cronbach.....	64
4.5.3	Uji Reliabilitas Kepuasan Kerja Menggunakan Alpha Cronbach.....	66
4.6	Uji Validitas.....	67
4.6.1	Uji Validitas Iklim Komunikasi Organisasi, Motivasi, dan Kepuasan Kerja Menggunakan KMO dan Bartlett's Test.....	67
4.7	Analisis Korelasi.....	70
4.7.1	Iklim Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja.....	70
4.7.2	Iklim Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja.....	71
4.8	Pembahasan Analisis Korelasi.....	72
Bab 5	Simpulan dan Saran.....	76

5.1 Simpulan..... 76

5.2 Saran.....77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Penelitian Sejenis Terdahulu.....	12
Tabel 2.	Operasionalisasi Konsep Variabel X1.....	50
Tabel 3.	Operasionalisasi Konsep Variabel Y1.....	52
Tabel 4.	Operasionalisasi Konsep Variabel Y2.....	53
Tabel 5.	Uji Reliabilitas Iklim Komunikasi.....	63
Tabel 6.	Uji Reliabilitas Motivasi Kerja.....	65
Tabel 7.	Uji Reliabilitas Kepuasan Kerja.....	66
Tabel 8.	Uji Validitas KMO dan Bartlett's Test.....	67

The image shows a large, light blue watermark of the UMMN logo, which consists of a stylized figure inside a circle, and the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font below it.

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.	Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow.....	21
Bagan 2.	Model Analisis Penelitian.....	36
Bagan 3.	Hubungan Antar Variabel.....	44



UMMN