

PERANAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA PEGAWAI PADA PERUSAHAAN PT. SARABA KAWA KABUPATEN TANAH BUMBU

Novia Septia Ningsih¹, Murdiansyah Herman², M. Agus Humaidi³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 17.11.0127

²Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1109127301

³Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1118088901

Email: vhya.septia22@gmail.com

ABSTRAK

Peranan komunikasi dalam suatu organisasi sangatlah penting, karena akan membantu terjalinnya hubungan yang baik serta koordinasi yang baik antar sesama anggota dalam mencapai tujuan organisasi. Adapun tujuan penelitian ialah bagaimana peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja dan apa saja faktor pendukung komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja serta upaya apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan motivasi kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data dikumpulkan dengan Teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada 3 orang informan. Analisis data menggunakan Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai pada perusahaan PT. Saraba kawa sangat ditentukan oleh peranan seorang pemimpin dalam mengkomunikasikan tugas dan tanggung jawab kepada bawahan. Faktor-faktor pendukung dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai pada perusahaan PT. Saraba kawa kabupaten Tanah Bumbu ditentukan oleh beberapa faktor internal dan eksternal.

Kata Kunci: Peranan Komunikasi; Komunikasi Organisasi; Motivasi Kerja;

ABSTRACT

The role of communication in an organization is very important, because it will help establish good relationships and good coordination between fellow members in achieving organizational goals. The research objective is how the role of organizational communication in increasing work motivation and what are the supporting factors of organizational communication in increasing work motivation and what efforts are being made to increase work motivation. This research uses a qualitative approach with the type of case study research. Data were collected by using interview, observation, and documentation techniques to 3 informants. Data analysis using motivation theory developed by Abraham H. Maslow

The results of the study show that: The role of organizational communication in increasing employee motivation at PT. Saraba kawa is very much determined by the role of a leader in communicating duties and responsibilities to subordinates. Supporting factors in increasing employee motivation at PT. Saraba kawa Tanah Bumbu district is determined by several internal and external factors.

Keywords: Communication Role; Organizational Communication; Work Motivation

PENDAHULUAN

Manusia dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memiliki manusia dan menginginkan kelompok atau komunitas untuk saling berinteraksi. Inilah yang sering menjadi esensi bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan orang lain dalam kelompok dan komunitas. Dalam kelompok atau organisasi, selalu ada semacam kepemimpinan yang menjadi isu krusial bagi kelangsungan hidup kelompok, yang terdiri dari atasan dan bawahan. Hubungan yang dilakukan oleh unsur pimpinan antara lain kelangsungan hidup organisasi untuk mewujudkan perkembangan ke arah yang lebih baik dengan menciptakan hubungan yang kooperatif dengan bawahannya. Komunikasi antara sesama karyawan atau atasan dengan bawahan dan sebaliknya, atau sesama atasan yang menjalin komunikasi dalam organisasi dengan interaksi yang baik dalam berdiskusi menjadi hambatan atau dalam menyebarkan informasi akan menciptakan keuntungan yang pasti bagi setiap individu. Karena jika dilihat dalam suatu korporasi, maka kegiatan komunikasi yang paling utama adalah para pegawai yang berada dalam kedudukan yang sama dan memiliki kerjasama dalam menyelesaikan pekerjaannya. Motivasi kerja adalah dorongan, usaha, dan keinginan yang ada pada diri manusia yang mengaktifkan, memberdayakan, dan mengarahkan perilaku dalam menyelesaikan tugas dengan baik dalam lingkup kerja. Karyawan yang menambah korporasi bertujuan untuk memperoleh penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya, bahkan memiliki beberapa harapan, keinginan, cita-cita yang diharapkan dapat terpenuhi dari tempat mereka bekerja. Hal ini didukung pemikiran bahwa individu memiliki kesadaran yang bervariasi, tujuan yang kompleks dan perasaan persaingan, sebagian besar perilaku individu diberikan secara sadar terhadap tujuan dan individu memberikan reaksi, penilaian, dan perasaan terhadap hasil pekerjaannya. Mengacu pada penelitian ini, peneliti akan mengkaji Peran Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Saraba Kawa Kabupaten Tanah Bumbu.

PT.Seraba Kawa adalah perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan batu bara. Dalam hal ini peneliti memiliki pandangan terhadap permasalahan yang terjadikarenakan masing-masing kurangnya dorongan maupun pengarahan oleh pimpinan instansi tersebut ataupun kurangnya kesadaran dalam diri pribadi karyawan untuk melaksanakan tugas-tugas pekerjaannya.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mendukung komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Saraba Kawa, Kabupaten Tanah Bumbu?
2. bagaimana peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Saraba Kawa, Kabupaten Tanah Bumbu?
3. Bagaimana upaya untuk meningkatkan motivasi kerja, efektivitas komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan pada PT. Saraba Kawa, Kabupaten Tanah Bumbu Memahami Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi

adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam kelompok formal dan informal suatu perusahaan. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan berorientasi pada kepentingan organisasi yang berisi cara kerja dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dihapuskan organisasi, misalnya: Memo, kebijakan, pernyataan, konferensi pers, dan surat. surat resmi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara individual. Goldhaber dalam buku lengkap tentang komunikasi Organisasi, memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai "Komunikasi organisasi adalah proses membuat dan bertukar pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan" Terjemahan: Komunikasi organisasi adalah proses pembuatan dan pertukaran pesan selama serangkaian hubungan yang saling bergantung untuk menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau berubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci, yaitu proses, pesan, jaringan, saling ketergantungan, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian. Berikut penjelasannya;

A. Proses Sebuah organisasi mungkin merupakan sistem terbuka yang dinamis yang membuat dan bertukar pesan di antara para anggotanya. Hal ini sering terjadi karena fenomena membuat dan bertukar informasi terus menerus dan tidak berhenti, sehingga dikatakan proses.

B. Pesan Pesan dapat berupa susunan simbol yang bermakna tentang orang, objek, peristiwa yang dihasilkan dari interaksi dengan orang. untuk berbicara, setiap individu harus siap untuk

menyusun gambar dan mengembangkan rasa melawan dia.

Komunikasi dikatakan efektif jika pesan yang dikirimkan dimaknai secara setara dengan apa yang dimaksudkan oleh pengirim. misalnya, seorang penentu kecepatan melihat pekerjaan bawahan tidak benar, lalu berkata dengan suara keras "hei, apakah ini pekerjaanmu", sambil memukul meja. Isi pesan ini dapat berupa pernyataan kemarahan atas kesalahan bawahannya. Jika bawahan yang menerima pesan berarti atasannya marah, berarti pesan tersebut efektif. Oleh karena itu, simbol yang digunakan dalam pesan seringkali bersifat verbal dan nonverbal.

A. Jaringan Organisasi berisi serangkaian individu yang masing-masing menempati posisi atau peran tertentu dalam organisasi. Penciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini satu sama lain terjadi melalui sekelompok jalur yang disebut jaringan komunikasi. Sebuah jaringan komunikasi dapat mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau organisasi penuh. Karakter dan luas jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain: Hubungan peran, arah dan alur pesan, dan isi pesan.

B. Saling ketergantungan Konsep organisasi kunci keempat adalah bahwa saling ketergantungan antara satu pihak dengan yang lain. Hal ini sudah menjadi karakter korporasi yang bersifat open system. Jika lingkungan organisasi terganggu, itu akan mempengaruhi bagian lain dan mungkin seluruh sistem organisasi. Demikian pula jaringan komunikasi dalam suatu korporasi saling melengkapi. Implikasinya adalah ketika pemimpin membuat pilihan, pemimpin harus mempertimbangkan implikasi dari panggilan itu bagi organisasi secara keseluruhan.

C. Koneksi Konsep kunci kelima dari komunikasi organisasi adalah bahwa hubungan karena organisasi adalah sistem terbuka, sistem kehidupan sosial sehingga berfungsinya bagian-bagian terletak di tangan manusia. Dengan kata lain, jaringan melalui mana pesan-pesan dalam suatu perusahaan dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu, hubungan manusia dalam organisasi yang mengkhususkan diri dalam perilaku komunikasi orang-orang yang terlibat selama suatu hubungan harus dipelajari. Misalnya: sikap, keterampilan, moral seorang supervisor mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan organisasi.

D. Lingkungan

Lingkungan adalah totalitas faktor fisik dan sosial yang dipertimbangkan dalam membuat keputusan tentang individu selama suatu sistem. Lingkungan

ini sering dibedakan menjadi lingkungan interior dan oleh karena itu lingkungan eksternal. lingkungan interior adalah personel (karyawan), staf, kelompok fungsional organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal organisasi adalah pelanggan, pemasok, pesaing dan teknologi.

E. Ketidak pastian

Ketidak pastian adalah perbedaan antara informasi yang tersedia dan informasi yang diharapkan. misalnya, sebuah perusahaan membutuhkan informasi tentang peraturan pemerintah yang mempengaruhi perakitan barang-barangnya. Jika organisasi ini memiliki banyak data tentang hal ini, maka akan lebih pasti dalam menghasilkan hasil organisasi yang sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Tetapi jika mereka tidak mendapatkan informasi ini, mereka ragu-ragu untuk memasok barang-barang mereka sesuai dengan standar yang dipersyaratkan.

1. Fungsi Komunikasi Organisasi Dalam korporasi dengan orientasi billboard, organisasi sosial, komunikasi dalam organisasi atau institusi akan melibatkan empat fungsi, yaitu: 1. Fungsi informatif Organisasi sering dipandang sebagai sistem pemrosesan informasi. Artinya, semua anggota dalam suatu korporasi berharap mendapatkan informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. pengetahuan yang diperoleh memungkinkan setiap anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaannya lebih tepat, informasi pada hakekatnya dibutuhkan oleh semua orang yang memiliki kedudukan yang berbeda-beda dalam suatu perusahaan. Orang-orang di tingkat manajemen membutuhkan informasi untuk membentuk kebijakan organisasi atau untuk menyelesaikan konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi tentang keamanan, sosial dan asuransi, izin cuti kemudian.

2. Fungsi Pengaturan Fungsi pengaturan ini dikatakan sebagai peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu korporasi. Secara keseluruhan lembaga atau organisasi, ada dua hal yang mempengaruhi fungsi regulasi ini, yaitu: Supervisor atau orang yang berada pada level manajemen, yaitu yang memiliki kewenangan untuk mengatur segala informasi yang disampaikan. Selain itu, mereka bahkan memiliki wewenang untuk memberikan instruksi atau perintah, agar dalam struktur organisasi mereka dapat ditempatkan pada lapisan (posisi otoritas) tertinggi agar perintah mereka dapat

dilaksanakan dengan baik. Namun, sikap bawahan untuk menahan perintah sangat tergantung pada:

- A. Legitimasi kepemimpinan dalam menyampaikan perintah.
- B. Kemudahan pimpinan dalam menjatuhkan sanksi.
- C. Bawahan percaya pada atasan sebagai penentu kecepatan juga sebagai individu.
- D. Kredibilitas pesan yang diterima bawahan Berkaitan dengan pesan atau pesan. Pesan peraturan pada dasarnya berorientasi pada pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa bawahan membutuhkan kepastian tentang pekerjaan yang akan dan tidak boleh dilakukan.

3. Fungsi Persuasif Dalam mengelola korporasi, kekuasaan dan otoritas tidak selalu membawa hasil. Mengingat fakta ini, banyak pemimpin lebih suka membujuk bawahannya daripada memberi perintah. Karena pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menimbulkan perhatian yang lebih besar daripada jika pemimpin sering menunjukkan kekuasaan dan otoritas.

4. Fungsi Integratif Setiap organisasi mencoba untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan untuk melaksanakan tugas mereka dan bekerja dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal seperti publikasi khusus dalam organisasi (buletin, buletin) dan laporan kemajuan organisasi; juga sebagai saluran komunikasi informal seperti percakapan antarpribadi selama istirahat kerja, kompetisi olahraga atau kunjungan lapangan. Pelaksanaan kegiatan tersebut akan menumbuhkan keinginan yang lebih besar untuk partisipasi karyawan dalam organisasi.

5. Fungsi Manajer Bawahan Fungsi komunikasi pada tingkat Manajer Bawahan atau disebut dalam proses komunikasi sebagai "Down the Line" meliputi:

- A. Mengarahkan pelaksanaan tugas (Instruksi Kerja)
- B. Merancang peran komunikasi/informasi untuk mendapatkan pemahaman dalam menyelesaikan tugas (Job Rationale)
- C. Memberikan informasi tentang pelaksanaan prosedur organisasi (Organizational Procedures and Practices)
- D. Memberikan umpan balik (feedback) tentang pelaksanaan tugas.
- E. Arah tentang misi yang ingin dicapai (A sense of mission indoctrination of goals).

6. Fungsi Subordinasi Secara fungsional sejauh antara subordinasi atau disebut dengan "Komunikasi Horisontal", meliputi:

- A. Mendukung perkembangan sosio-emosional (socio-emotional support) antar kelompok.

- B. Mengkoordinasikan proses kerja antar kelompok
- C. Menyebarkan tempat-tempat kendali dalam organisasi.

7. Fungsi Manajer Bawahan Pada tingkatan ini dinamakan istilah "up the line" atau lebih populer lagi "bottom up" secara fungsional meliputi:

- A. Berkomunikasi tentang diri, penampilan dan masalah
- B. Berkomunikasi tentang masalah umum.
- C. Mengetahui keputusan apa yang seharusnya, dan bagaimana mengerti. Peran Komunikasi Organisasi Sebagai makhluk sosial, setiap orang selalu berinteraksi dengan manusia lain, bahkan cenderung untuk mengukur dalam kelompok atau organisasi untuk mewujudkan tujuan bersama yang tidak mungkin diwujudkan jika dia sendirian. Interaksi dan kerjasama ini akan terus berkembang secara teratur sehingga membentuk suatu forum yang disebut korporasi. Interaksi atau hubungan antara individu dengan kelompok/tim dalam setiap organisasi akan menimbulkan harapan. Harapan ini kemudian akan menyebabkan peran-peran tertentu yang harus dijalankan oleh setiap individu untuk memahami visi, misi, dan tujuan organisasi/kelompok. korporasi memang dibentuk sebagai wadah di mana berbagai individu berkumpul yang melakukan serangkaian kegiatan tertentu secara teratur untuk mewujudkan tujuan yang disepakati bersama. Apalagi dalam kehidupan masyarakat modern, manusia merasa bahwa selain mengatur dirinya sendiri, ia juga harus mengatur lingkungannya, memelihara ketertiban, mengelola dan mengendalikannya melalui serangkaian kegiatan. kegiatan yang kita semua kenal sebagai manajemen dan organisasi. William (1956) menyebutnya "The Organizational Man". Dalam setiap organisasi yang dijejali sumber daya manusia, ada yang bertindak sebagai pemimpin, dan sebagian besar bertindak sebagai anggota/karyawan. Setiap orang yang terlibat dalam organisasi akan berkomunikasi. Tidak ada organisasi tanpa komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari organisasi. Komunikasi adalah semacam sistem yang menghubungkan orang-orang, antara bagian-bagian organisasi, atau sebagai aliran yang siap untuk menghasilkan kinerja orang-orang yang terlibat dalam organisasi.

8. Motivasi

Pengertian Motivasi Istilah motivasi berasal dari kata latin *movere*, yang berarti “bergerak” (to move). Ada banyak rumusan motivasi, sesuai dengan Mitchell dalam Winardi, motivasi merupakan proses psikologis, yang menyebabkan munculnya, arah dan bertahannya kegiatan sukarela (voluntary) yang diarahkan pada tujuan tertentu (Winardi, 2001). Setiap pemimpin harus memahami proses psikologis jika mereka perlu mengasuh karyawan dengan sukses dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi. Motivasi adalah pemberian dorongan yang menimbulkan semangat kerja seseorang, agar mau bekerja sama, bekerja secara efektif dan terpadu dengan segala daya upayanya untuk mewujudkan kepuasan (Hasibuan, 199). Motivasi dalam organisasi bertujuan untuk mendorong semangat para anggota organisasi, meningkatkan produktivitas, disiplin, dan menyejahterakan organisasi sehingga dapat mewujudkan tujuan organisasi dengan baik. Efektivitas organisasi terletak pada efektivitas Komunikasi, sebab komunikasi itu penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antara pengirim informasi dengan penerima informasi pada semua tingkatan/level dalam organisasi. Selain itu komunikasi juga berperan untuk membangun iklim organisasi yang pada akhirnya dapat mempengaruhi efisiensi dan produktivitas organisasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini mengacu pada penelitian kualitatif deskriptif, disebut juga metode artistik atau metode interpretive. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, yakni metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data sebanyak mungkin yang bias digunakan untuk meneliti, menguraikan, menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok atau peristiwa secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan dalam penelitian merupakan beberapa orang yang mempunyai jabatan dalam perusahaan. Informan diperoleh ada tiga orang yang mengetahui terhadap masalah melalui pendekatan dan perkenalan terlebih dahulu sebelum wawancara. Diantaranya kepala teknik tambang, manager HR dan legal, dan Officer HR/Legal.

1. Peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja

Berdasarkan hasil analisis pegawai perusahaan memiliki tugas yang banyak dan beragam dalam bidangnya. Maka dari itu dengan terciptanya komunikasi intensif antara pimpinan dan pegawainya akan berakibat terhadap motivasi kerja pegawainya yang berdampak pada kontribusi bagi perusahaan. Adanya keikutsertaan pimpinan dalam mengatur sebuah perencanaan dan mengatasi permasalahan merupakan hal yang sangat penting. Seorang pimpinan harus benar-benar mengetahui apa yang sedang terjadi dengan pegawainya dan bagaimana solusi yang diberikan dalam menghadapi suatu permasalahan tersebut. Dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai, pemimpin sangat berperan sehingga tugas dan kewajiban pimpinan dapat berjalan lancar dan komunikasi pimpinan dengan bawahan berjalan lancar. Selain itu pimpinan harus dapat merencanakan maupun pengawasan dan pemberian tugas secara tepat dan benar, sehingga meningkatkan motivasi kerja pegawai karena merasa dihargai keberadaannya.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti terhadap bapak Fadlul Rakhman, A.Mds selaku kepala Teknik Tambang Perusahaan PT Sarabakawa bahwa: “Hubungan komunikasi antara atasan dengan pegawai di perusahaan PT Sarabakawa Kabupaten Tanah Bumbu sejauh ini berjalan dengan kondusif dan harmonis, dalam menciptakan komunikasi yang intensif maka kami di Perusahaan PT Sarabakawa dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tupoksi dan tanggung jawab masing-masing pegawai. Begitu halnya dengan jalur sistem informasi, koordinasi komunikasi yang kami ciptakan, baik dari atasan dan bawahan. Hubungan komunikasi antara pimpinan dan bawahan dapat terjalin dengan intensif ketika melaksanakan pertemuan secara formal untuk mengevaluasi kinerja pegawai. Pimpinan Perusahaan PT Sarabakawa Kabupaten Tanah Bumbu menyampaikan komunikasi dan koordinasi atasan dan bawahan dapat terjalin disaat mengadakan rapat evaluasi ataupun perencanaan program yang melibatkan kepala bidang beserta pegawai, dalam rapat tersebut pimpinan dapat menyampaikan informasi maupun tindakan sehingga dapat menjadi contoh buat pegawai dan memacu semangat kerja pegawai untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diemban oleh para pegawai. Terutama dalam

merekaktualisasikan visi, misi dan tujuan organisasi.

2. Faktor-Faktor Pendukung Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti. Motivasi kerja adalah dukungan atau dorongan yang menyebabkan seseorang memiliki semangat kerja yang tinggi. Dan Peningkatan motivasi kerja pegawai dalam sebuah organisasi sangat ditentukan oleh beberapa faktor, baik internal maupun eksternal. Adapun beberapa faktor faktor yang menjadi pendukung dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di Perusahaan PT Sarabakawa Kabupaten Tanah Bumbu antara lain sebagai berikut. Berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap Bapak Benny Saputra, S.H. Selaku Manajer HR dan Legal antara lain sebagai berikut:

Dalam sebuah perusahaan, kinerja para karyawan sangat diperhitungkan untuk mewujudkan visi dan misi yang telah dirancang oleh pejabat perusahaan. Dalam beberapa kasus, banyak perusahaan lebih memilih memecat karyawannya yang bekerja di bawah ekspektasi sehingga dapat mewujudkan visi dan misi yang telah dirancang. Selain itu, perusahaan tidak merogoh kocek dalam-dalam untuk merekrut calon karyawan yang berkompeten di bidangnya. Pada dasarnya, setiap karyawan selalu ingin menawarkan yang paling sederhana untuk kantor tempat dia bekerja. Lembur, tenggat waktu, dan juga tugas-tugas lainnya akan selalu diberikan untuk mewujudkan target perusahaan itu sendiri. Namun dalam prakteknya selalu saja ada hal-hal yang tidak sesuai dengan rencana sehingga dapat menurunkan kinerja pekerja itu sendiri. Ada banyak faktor yang mempengaruhi hal ini. Nyaman bagi karyawannya. Hal ini seringkali tentunya sesuai dengan konsep timbal balik yang selalu terjadi dalam kehidupan. Jika kita memberikan yang paling sederhana kepada orang lain, maka suatu saat kita akan mendapatkan kebaikan juga. Maka, konsep tersebut ditanamkan di PT Sarabakawa

Faktor pendukung untuk meningkatkan motivasi kerja perusahaan:

- a. Pemberian insentif / gaji
Hasil wawancara oleh peneliti terhadap Benny Saputra, S.H Beliau mengatakan :

“Bahwa pemberian insentif/gaji di Perusahaan PT Sarabakawa sudah berjalan dengan baik dimana tidak ada ketersendatan dan insentif yang menjadi hak para pegawai sudah sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

- b. Lingkungan tempat bekerja
Pada dasarnya lingkungan kerja ini memang menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan, mengingat ada sekitar 80% karyawan yang berencana pindah/mengundurkan diri dari tempat kerjanya hanya karena merasa lingkungan tempat mereka bekerja kurang baik. ini akan mencakup beberapa hal, seperti pencahayaan yang memadai, suhu udara yang manusiawi (tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin), juga sebagai bagian dari ruang yang cukup besar bagi pekerja untuk figur.
- c. Pemberian penghargaan
Pemberian penghargaan merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk mengapresiasi kinerja pegawai yang dalam melakukan pekerjaan sangat baik dan berprestasi maka untuk itu perlu diberikan suatu bentuk penghargaan yang dapat memacu semangat bekerja para pegawai agar mampu menghasilkan kinerja yang optimal, efektif dan efisien.
- d. Fasilitas kantor yang memadai
Untuk mengadakan fasilitas kantor yang memadai itu tidaklah mudah. Namun, hal itu bisa dilakukan secara bertahap. Seiring berjalannya waktu, fasilitas kantor akan memadai dan kinerja karyawan akan terus meningkat dan meningkat. Hasil wawancara peneliti terhadap Benny Saputra, S.H Beliau mengatakan ‘Kantor harus menjadi tempat nyaman atau rumah kedua bagi pegawai maka dari itu pihak kantor menyediakan fasilitas yang memadai bahkan memberikan fasilitas berlebih seperti tempat olahraga, kolam renang, ruang bersantai seperti ruang karaoke agar karyawan bisa memanfaatkan secara sebaik mungkin’.
- e. Penghargaan berupa bonus
- f. Hal ini tentu saja selama *“one between one in every of”*> salah satu item yang paling mendukung kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Sebagian besar karyawan yang menambahkan perusahaan pasti akan merasa senang dan termotivasi untuk mencoba untuk

terbaik mereka jika pekerjaan mereka dihargai oleh perusahaan dan dihargai dalam bentuk bonus. bekerja lebih baik. dan bonus adalah salah satu penghargaan yang paling dinanti oleh para karyawan.

3. Efektivitas komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai diperusahaan PT Sarabakawa

Efektivitas organisasi terletak pada efektivitas Komunikasi, sebab komunikasi itu penting untuk menghasilkan pemahaman yang sama antar pengirim informasi dengan penerima informasi pada semua tingkatan/level dalam organisasi. Budaya komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi harus dilihat dari berbagai sisi. Sisi pertama adalah komunikasi antara atasan kepada bawahan. Sisi kedua antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lain. Sisi ketiga adalah antara karyawan kepada atasan.

Masing-masing komunikasi tersebut mempunyai polanya masing-masing. Di antara kedua belah pihak harus ada *two-way-communications* atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun kelompok, untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Komunikasi merupakan sarana untuk mengadakan koordinasi antar berbagai subsistem dalam perusahaan. Faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi antara lain :

A. Keterbukaan

Efektivitas komunikasi dapat tercapai apabila semua atasan dan bawahan selalu mengedepankan keterbukaan antara satu sama lain. Hubungan komunikasi antara karyawan di Perusahaan PT Sarabakawa sudah berjalan dengan intensif. Fadhlul Rakhman mengatakan bahwa “Efektivitasnya komunikasi antara pegawai dalam sebuah perusahaan dapat dikatakan berjalan dengan intensif apabila atasan dan bawahan selalu mengedepankan transparansi atau keterbukaan dalam menjalankan tanggung jawab atau tupoksi yang diemban, baik itu yang berhubungan dengan informasi, komunikasi maupun koordinasi dalam menjalankan tupoksi masing-masing karyawan”.

B. Koordinasi dan kerja sama yang baik dengan seluruh anggota organisasi

Motivasi dari atasan dapat berjalan dengan baik apabila ada koordinasi dan kerja sama antar semua karyawan perusahaan. Begitu pula pada Perusahaan PT Sarabakawa ini diharapkan pimpinan dapat menjalin kerja sama yang baik dengan seluruh bawahannya agar efektivitas kerja dapat tercapai. Tetapi tidak hanya dari atasan saja, antar karyawan juga diharapkan terjadi koordinasi yang positif dalam bekerja sehingga tujuan akan tercapai. Faktor yang menjadi pendukung efektivitas komunikasi organisasi dalam pemberian motivasi antara lain adalah sebagai berikut :

a. Sumber daya manusia.

hal ini dapat dilihat dengan ketepatan pegawai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya berdasarkan kemampuan yang mereka miliki, sehingga dalam pelayanan kepada masyarakat berjalan lancar.

b. Tupoksi (Tugas Pokok dan Fungsi) yang sudah ada pada masing-masing bidang.

Tupoksi ditujukan sebagai acuan atau pedoman pegawai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, masing-masing bagian pada Perusahaan PT Sarabakawa ini sudah diberikan panduan tentang tugas pokok dan fungsi dari kerja mereka sehingga diharapkan pegawai bekerja tidak keluar dari koridor yang telah ditentukan oleh organisasi sebelumnya.

4. Strategi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai

Apa yang dilakukan oleh perusahaan merupakan sebuah strategi. Manager HL/Legal melihat ciri-ciri strategi menurut (Stoner dan Strait 1996), meliputi wawasan waktu, dampak, pemusatan, pola keputusan serta peresapan. Berdasarkan pengertian konsep itu strategi yang telah dikemukakan oleh Kepala Teknik Tambang Perusahaan PT Sarabakawa telah mencerminkan kelima indikator tersebut di atas. Memang harus diakui bahwa dalam rangka merumuskan sebuah strategi itu dibuat dalam rangka mencapai visi, misi dan tujuan bagi perusahaan. Sebagai seorang pimpinan sebuah organisasi publik, setidaknya memiliki 3 (tiga) tanggung jawab seorang pimpinan dalam

memotivasi kerja karyawan atau bawahan. Ketiga tanggung jawab itu adalah:

a) Merumuskan batasan pelaksanaan pekerjaan bawahannya.

Setiap pimpinan unit kerja harus mampu merumuskan batasan atau mendeskripsikan mengenai apa yang diharapkan dari pekerja dalam melaksanakan tugasnya masing-masing. Syamsuri Officer HR/Legal Perusahaan PT Sarabakawa mengatakan bahwa "Manager HR/Legal telah merumuskan tugas masing-masing staf dan menginventarisasi pekerjaan masing-masing staf dalam bentuk uraian tugas sehingga mereka dapat mengetahui uraian tugas pokok dan fungsinya. Namun masih ada diantara karyawan walaupun sudah ada rumusan dan uraian tugas ketika ditanya oleh peneliti bahwa masih ada karyawan yang tidak memahami tugas sebagai karyawan dan karyawan masih mengambil peranan dan tanggung jawab karyawan yang lain"

b) Menyediakan Lingkungan kerja dan Fasilitas. Dalam sebuah perusahaan, menginginkan penyediaan fasilitas sarana dan prasarana kerja dan rekan-rekan kerja yang menyenangkan akan membuat bawahan merasa betah bekerja di tempat tersebut dan dapat mendorong semangat serta efektivitas pekerjaan pegawai. Maka untuk dapat menciptakan suasana kerja yang menyenangkan pekerjaan yang diberikan harus menarik, penuh tantangan dan tidak bersifat rutin.

c) Pimpinan melaksanakan cara terbaik dalam mendorong dan memotivasi.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa dorongan kerja pada bawahan karyawan di lingkungan unit masing-masing dengan memberikan insentif berfungsi sebagai motivasi dalam jangka waktu yang lama. Syarat yang efektif sebagai motivasi kerja harus memenuhi persyaratan, yaitu berharga bagi bawahan, jumlah yang sangat memadai, waktu yang tepat, berbagai jenis yang disukai dan diberikan secara adil dan wajar.

5. Membangun komunikasi hingga terciptanya koordinasi yang strategis

Motivasi dipengaruhi oleh kebutuhan manusia. Kesehatan merupakan salah satu dari banyaknya kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Kesehatan dan

keselamatan kerja menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting dari individu yang ada dalam perusahaan. Meskipun keselamatan kerja merupakan hal yang sangat penting, bahkan pemerintah pun ikut andil, tidak semua perusahaan atau bahkan hanya sedikit perusahaan yang menggunakan faktor keselamatan sebagai salah satu kebutuhan dasar yang merupakan salah satu faktor dari motivasi, guna meningkatkan kinerja perusahaan. Cara yang banyak dilakukan adalah dengan memberikan insentif sebagai bagian dari reward system atau sistem imbalan. Manajemen sebaiknya tidak hanya mengandalkan insentif materi saja, tetapi harus melakukan suatu survei internal untuk menemukan apa yang memotivasi staf atau karyawan perusahaan mereka dan apa yang gagal memotivasi mereka. Keselamatan kerja tidak hanya dipandang sebagai suatu syarat berat yang harus dipenuhi baik dalam hubungannya dengan pemerintah, maupun dalam rangka memenuhi syarat standarisasi baik nasional maupun internasional.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di perusahaan PT Sarabakawa sangat ditentukan oleh peranan seorang pemimpin dalam mengkomunikasikan tugas dan tanggung jawab sebagai pegawai kepada bawahan.
2. Faktor-faktor pendukung dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di Perusahaan PT Sarabakawa ditentukan beberapa faktor baik faktor internal maupun eksternal, Pemberian gaji/insentif, pemberian penghargaan, menyediakan Lingkungan kerja yang nyaman dan fasilitas kantor yang cukup memadai, Pimpinan Melaksanakan cara terbaik dalam mendorong dan Memotivasi.
3. Efektivitas komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja Di perusahaan PT Sarabakawa ditentukan oleh keterbukaan, Sumber daya manusia, komunikasi dan kerja sama yang baik dengan seluruh anggota organisasi, dan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) yang sudah ada masing-masing pegawai (Bidang).

Saran

1. Dalam meningkatkan kinerja pegawai dapat dilakukan dengan cara memberikan motivasi bagi pegawai agar semangat bekerja dan memiliki kreatif dalam bekerja. Perlu pula kepekaan untuk segera mungkin membantu pekerjaan rekan kerja setelah pekerjaan sendiri selesai, sehingga disamping melakukan pekerjaan kantor, pegawai juga melakukan interaksi antara sesama pegawai.

Daftar Pustaka

Dr. Susanto aw., M.Pd., M. Si, Komunikasi organisasi, prinsip komunikasi ubtuki meningkatkan kinerja organisasi (Cet 1, Desember 2018)

Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran (Cet. 1; Yogyakarta: Media Wacana, 2005)

Prof. Dr. Endang widi winarni, M.Pd Teori dan poraktik penelitian Kualitatif Kuantitatif R.Wayne Pace dan Don F. Faules, Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan kinerja Perusahaan (Cet. VI; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006)

2. Kepada pimpinan Perusahaan PT Sarabakawa agar terus menjalin hubungan komunikasi dan koordinasi antara atasan dan bawahan dan sebaliknya yang intensif sehingga terdapat dorongan motivasi dan semangat kerja pegawai yang ada di perusahaan PT Sarabakawa.
3. Perlu menciptakan komunikasi yang baik dengan membangun komunikasi yang terbuka, mendukung dan tetap memberi perhatian pada tujuan kinerja yang tinggi

Sendjaja, Teori- Teori Komunikasi, (Universitas Terbuka: 1994), h.

Siagian P, Kiat Meningkatkan Produktifitas Kerja, (PT. Rineka Cipta; Jakarta: 2009)

Sondang P. Siagian, Teori dan Praktek Kepemimpinan, (Cet. VII; Jakarta: Rineka Cipta, 2010)

Syahraini, Syahrail; Rusdiyanta, Dasar-Dasar Sosiologi (Edisi Pertama; Yogyakarta: Graha Ilmu)

Sondang P. Siagian, Teori dan Praktek Kepemimpinan, (Cet. VII; Jakarta: Rineka Cipta, 2010)