

# Pengaruh Komunikasi Internal terhadap Motivasi Kerja Pegawai

Jihan Childnidyo<sup>1)</sup>, Salman<sup>2)</sup>

<sup>1),2)</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav, 22, Jakarta 13210  
Email: [jihanchildnidyo12@gmail.com](mailto:jihanchildnidyo12@gmail.com)<sup>1)</sup>

**Abstract:** Internal communication in the company is very crucial, since it can affect employee motivation to work. The objectives contained in this paper are to determine the effect of internal communication on employee motivation of AUTO 2000 and to measure how much influence internal communication has on employee motivation of AUTO 2000. The writing of this paper uses a positivistic paradigm with a quantitative approach and an explanative survey method. The theoretical basis used in this paper is communication theory which is further translated into internal communication theory and motivation theory. The data contained in this paper were obtained through a questionnaire, which was then analyzed using validity tests, reliability tests, correlation coefficient analysis, normality test, hypothesis testing, coefficient of determination, and simple linear regression analysis. Based on the results of hypothesis testing the relationship between internal communication and work motivation of AUTO 2000 Pluit employees, these two variables have a significant relationship. The results of linear regression analysis also describe that the X variable, namely internal communication, has an effect of 29.5% on the Y variable, namely the work motivation of the employees of AUTO 2000 Pluit.

**Keywords:** auto 2000, employee, internal communication, motivation, s-r theory

**Abstrak:** Di era digital saat ini, sementara Dengan kemajuan komunikasi dan teknologi informasi yang memungkinkan perkembangan internet Kemajuan pesat. Sehingga era digital saat ini berdampak pada inovasi teknologi yang semakin hari semakin meningkat seiring dengan perkembangan internet yang semakin memudahkan dalam mengakses berbagai aplikasi media sosial. Maka dari itu penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana berperan media sosial facebook terhadap komunikasi pemasaran di era digital saat ini. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu kualitatif dengan menganalisis dan melakukan pendekatan untuk mendapatkan data informasi. Hasil yang didapatkan pada penelitian kali ini yaitu media sosial facebook sangat berperan penting untuk komunikasi di zaman era digital saat ini hal ini disebabkan oleh luasnya jangkauan yang didapat dan banyak fitur-fitur yang memudahkan untuk penjualan sehingga pemasaran yang dilakukan oleh orang-orang bisa efektif dan bisa cepat sampai ke target pasar mereka.

**Kata kunci:** auto 2000, karyawan, komunikasi internal, motivasi, teori s-r

## I. PENDAHULUAN

Menurut Morisson (2009) organisasi adalah salah satu wadah yang meliputi adanya pembagian berupa tugas dan tanggung jawab kepada anggota yang berada di dalamnya demi tercapainya tujuan yang telah dibuat oleh suatu organisasi. Organisasi dibentuk oleh sekumpulan orang yang saling berinteraksi dan berkomunikasi. Pada kehidupan manusia dalam berkelompok dan

berorganisasi, manusia yang satu dengan lainnya pasti akan berinteraksi atau berkomunikasi. Pada kehidupan manusia dalam berkelompok dan berorganisasi, manusia yang satu dengan yang lainnya pasti akan berinteraksi atau berkomunikasi. Jenis komunikasi yang dilakukan bisa meliputi komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal dan juga lisan maupun tulisan. Manusia yang hidup berkelompok tidak mungkin lepas dari

interaksi dan komunikasi, karena mereka harus mampu bekerja dengan baik dan kooperatif dalam banyak bidang sehingga tujuannya dapat tercapai.

Sumber daya manusia dianggap sebagai kunci keberhasilan dalam organisasi, hal ini disebabkan oleh seluruh kegiatan yang berjalan dalam organisasi membutuhkan dan menggunakan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja dan komponen penting dalam organisasi. Hal ini dilansir oleh UU No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

Pada dasarnya manusia akan terus hidup dalam kelompok. Saat menginjak usia dewasa, biasanya akan banyak terlibat ke dalam organisasi ataupun kelompok yang mengharuskan adanya interaksi atau komunikasi di dalamnya, contohnya adalah saat manusia bekerja di perusahaan. Perusahaan merupakan salah satu bentuk organisasi yang terdiri banyak anggota atau pekerja di dalamnya. Susunan dalam perusahaan biasanya meliputi pemilik perusahaan, pimpinan perusahaan, serta pegawai. Sebagai seorang pegawai yang bekerja pada perusahaan, manusia tidak akan bekerja secara individu, melainkan

bekerja sama dengan pegawai lainnya dan pimpinan perusahaan.

Adanya sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan mempunyai dampak yang sangat baik untuk terlaksananya tujuan sebuah perusahaan, meskipun zaman akan semakin maju dan digantikan oleh teknologi, sebuah perusahaan akan tetap memerlukan adanya sumber daya manusia untuk menjadi pengelola. Selain itu, tercapainya tujuan perusahaan juga dipengaruhi oleh perilaku dan sikap orang-orang yang ada di dalam perusahaan. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan sangat tergantung pada kompetensi dan kemampuan pegawai dalam mengoperasikan unit-unit kerja yang ada di dalam perusahaan.

Semua perusahaan akan berharap untuk mempunyai para pegawai yang kooperatif dan mau ikut andil dalam mewujudkan impian perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila mereka dapat mengelola para pegawainya agar tetap termotivasi sehingga mereka bersedia untuk ikut berusaha dalam memajukan organisasi. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dijelaskan oleh Hidayat dan Hasanah dalam penelitiannya pada tahun 2016, yang mengatakan bahwa komunikasi merupakan kunci pembuka dalam meningkatkan semangat kerja dan motivasi karyawan. Motivasi

berarti alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi yang dimiliki oleh pegawai untuk bekerja pada perusahaan tidak terbatas ragamnya, ada yang motivasinya bekerja adalah untuk membiayai hidup keluarga, meningkatkan kualitas diri, mencari pengalaman kerja, dan lain-lain.

Biasanya, semakin tinggi motivasi pegawai, hal itu berbanding lurus dengan kinerjanya dalam bekerja. Kinerja yang baik dapat dilihat dari tanggung jawab, kemampuan, serta prestasi yang dicapai oleh pegawai yang juga merupakan bagian dari prestasi perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai dalam bekerja. Di antaranya adalah komunikasi yang kurang efektif antara atasan dan pegawai, tidak dijelaskan secara detail mengenai *job description*. Komunikasi internal sangat dibutuhkan agar terjadi arus komunikasi yang baik, sehingga akan mempengaruhi dan memberi dorongan positif pada pegawai untuk bekerja lebih baik dan meningkatnya kinerjanya dalam bekerja. Salah satu faktor yang mendukung peningkatan kinerja pegawai adalah dengan cara menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan pegawai lainnya. Oleh karena itu menjalin hubungan komunikasi yang baik, terbuka, jujur, dan adil antara pemimpin

dan pegawai akan mendorong pegawai bekerja lebih baik.

Berbicara tentang motivasi yang pengaruhnya berbanding lurus dengan kinerja pegawai, lingkungan kerja berpengaruh pada motivasi pegawai dalam bekerja. Faktor motivasi kerja harus diketahui oleh para pemimpin karena penting artinya bagi keberhasilan suatu organisasi. Dikatakan penting bagi keberhasilan organisasi karena motivasi kerja dapat mempengaruhi pada pekerjaan yang dilakukannya, produktivitas dan potensi kerja karyawan. Motivasi kerja yang optimal harus didukung dengan penghargaan dari pimpinan organisasi tersebut. Theodora pada penelitiannya tahun 2015 menyatakan bahwa motivasi *relatedness* yang terdiri dari family day dan gathering memberikan pengaruh signifikansi terhadap kinerja karyawan.

Dalam kinerjanya, pegawai juga tidak selalu mempunyai kondisi yang prima dan siap, sehingga diperlukan adanya usaha dalam meningkatkan motivasi dalam bekerja. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya komunikasi dua arah dalam rangka menumbuhkan kepercayaan dan *vibes* yang nyaman dalam bekerja. Komunikasi menjadi penting untuk diterapkan karena menurunnya motivasi pegawai bisa disebabkan salah satunya karena kurang komunikasi dengan atasan.

Komunikasi internal menjadi hal yang harus terus dilakukan karena berhubungan langsung dengan sumber daya manusia dalam perusahaan.

Perusahaan sering kali menghadapi permasalahan yang merupakan wujud dari tidak efektifnya komunikasi yang berjalan di dalam perusahaan. Padahal, komunikasi sangat penting karena dengan melakukan komunikasi, maka fungsi- fungsi seperti manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dapat dilangsungkan.

Komunikasi internal yang ada di dalam suatu perusahaan penting untuk dijaga dan dilaksanakan dengan baik. Pemimpin yang ada di dalam suatu perusahaan sangat penting dan sangat dibutuhkan untuk dapat memimpin komunikasi yang efektif antara atasan dengan bawahan maupun bawahan dengan atasan. Dengan terciptanya komunikasi yang baik maka pencapaian visi-misi suatu perusahaan dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, komunikasi internal yang dilakukan dari pimpinan ke bawahan sangat diperlukan untuk meningkatkan rasa diakui dan dihargai sehingga pegawai dapat termotivasi untuk lebih baik dalam kinerjanya. Pimpinan juga dapat secara langsung memotivasi dan memberikan arahan kepada pegawainya.

Komunikasi antara pimpinan dan

pegawai biasa dianggap penting karena pegawai menerima perintah dan arahan dari pimpinannya. Jika terdapat permasalahan komunikasi atau miskomunikasi saat proses memberikan arahan atau perintah, maka dapat berakibat fatal pada proses pelaksanaan perintah tersebut dan juga hasilnya.

Aliran informasi ke bawah yang biasa dikomunikasikan oleh atasan ke bawahan adalah informasi tentang langkah atau cara dalam melakukan hasil pekerjaan, informasi terkait adanya kebijakan serta praktik organisasi, informasi terkait bagaimana kinerja para pegawainya serta meningkat rasa bertanggung jawab akan tugas, dan memberikan dorongan kepada pegawainya. Banyak pegawai yang memilih keluar dari pekerjaan karena memiliki pimpinan yang tidak pandai dalam berkomunikasi dan tidak dapat memotivasi pegawainya, sehingga pegawai mengalami *lack of motivations*.

Sebaliknya, terdapat pula informasi yang mengarah pada atasan tentang pelaporan terkait kinerja para pegawai, prestasi, *progress*, dan inovasi ataupun rancangan pada pekerjaan kedepannya. Disamping itu, pegawai juga dapat menginformasikan tentang masalah-masalah dalam pekerjaan mereka yang belum teratasi, serta pelaporan terkait lingkungan pekerjaan mereka.

Dalam penulisan ini, penulis mengambil studi penelitian pada perusahaan AUTO 2000 Pluit. AUTO 2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang berdiri sejak tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales, dan baru pada tahun 1989 berubah menjadi AUTO 2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh PT. Astra International Tbk.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi pegawai di perusahaan AUTO 2000, khususnya di cabang Pluit. Hal ini disebabkan oleh adanya aturan atau prosedur yang wajib ditaati oleh pegawai, seperti halnya jam kerja, persentase kinerja yang harus diselesaikan setiap hari, hingga aturan berpakaian yang sudah ditentukan setiap harinya. Ketidakpatuhan pegawai terhadap peraturan di perusahaan merupakan gejala yang mengindikasikan rendahnya motivasi kerja pegawai.

Indikasi rendahnya motivasi kerja pegawai Auto Pluit 2000 ini membuat peneliti tertarik untuk menelitinya lebih jauh. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi rendahnya motivasi pegawai dalam bekerja adalah pola komunikasi internal yang buruk di dalam perusahaan. Oleh karena itu, peneliti

tertarik ingin melihat lebih jauh komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan, baik antara komunikasi atasan ke karyawan, karyawan ke atasan, serta sesama karyawan. Hal ini penting untuk diteliti lebih jauh karena dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, mengingat bahwa pegawai atau sumber daya manusia di perusahaan merupakan hal yang paling penting. Khoerunissa (2013), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT PLN (PERSERO)” mengatakan bahwa komunikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian dengan memfokuskan pada data berupa angka yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistika. Pendekatan kuantitatif semata-mata dilakukan pada penelitian inferensial dan menghasilkan kesimpulan yang mengacu kepada adanya probabilitas kesalahan penolakan hipotesis yang nihil. Penggunaan metode kuantitatif pada penelitian ini hasilnya akan mendapatkan signifikansi pada variabel-variabel yang diuji.

Dalam pendekatan ini tidak terlalu

memetingkan kedalaman data atau analisis tetapi lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data yang didapatkan atau hasil dari penelitian dianggap menjadi representasi dari seluruh populasi.

Menurut Sugiyono (2017: 8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian dan analisis data yang hasilnya berupa angka. Penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh dan sejauh mana pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja pegawai Auto 2000 Pluit.

Metode eksplanatif kuantitatif dengan paradigma positivistik diterapkan dalam penelitian ini. Analisis survei yang dilakukan pada penelitian ini guna mengumpulkan data-data dari instrumen penelitian atau kuesioner yang telah dibuat.

Implikasi dalam penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh komunikasi internal (X) sebagai variable bebas, terhadap motivasi (Y) kerja pegawai AUTO

2000 Pluit. Analisis survei akan diterapkan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner pada sampel.

Lokasi penelitian adalah lokasi penelitian ini berlangsung. Penelitian akan dilaksanakan di AUTO 2000 cabang Pluit, Jakarta Utara. AUTO 2000 yang merupakan perusahaan bergerak dibidang jaringan jasa penjualan, perawatan, dan perbaikan, perusahaan ini beralamat di Jalan Raya Pluit Selatan No.06, Jakarta Utara.

Populasi pada penelitian ini adalah pegawai AUTO 2000 Pluit sejumlah 45 responden. Untuk penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan teknik sensus. Jumlah populasi yang dibutuhkan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini diambil dari jumlah karyawan tetap yang ada di AUTO 2000 Pluit sebanyak 41 karyawan.

Kuesioner akan disebarakan di Perusahaan AUTO 2000 cabang Pluit, Jakarta Utara. Responden yang akan mengisi kuesioner merupakan pegawai di bagian sejumlah 41 orang. Pada kuesioner, terdapat empat opsi jawaban yang mengacu pada skala Likert. Sugiyono (2013:132) menjelaskan bahwa umumnya, skala Likert biasa dipergunakan untuk mencari tahu mengenai sikap, perilaku, opini, serta persepsi orang atau kelompok mengenai suatu peristiwa.

### III. PEMBAHASAN

Komunikasi internal di dalam suatu organisasi atau perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang keberlangsungan dalam bekerja. Komunikasi internal yang terjadi di dalam perusahaan, baik antara atasan dengan pegawai, pegawai dengan atasan, pun antara sesama pegawai, sedikit banyak akan berpengaruh kepada motivasi pegawai dalam bekerja. Sebagai contoh, jika komunikasi antara atasan dan pegawai memiliki hambatan dan tidak terbuka satu sama lain. Miskomunikasi yang terjadi di dalam dunia kerja akan berakibat buruk kepada kinerja pihak-pihak yang terlibat dan juga perusahaan. Maka dari itu, pada penelitian ini ingin melihat pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja pegawai, khususnya pada perusahaan AUTO 2000 Pluit dengan landasan teori stimulus-respon atau S-R. Stimulus pada penelitian ini yaitu komunikasi internal yang dilakukan baik oleh atasan dan pegawai di AUTO 2000 Pluit dan respons pada penelitian ini adalah efek yang ditimbulkan yaitu motivasi kerja pegawai.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada sub bab sebelumnya, koefisien determinasi yang terdapat pada tabel 4.39 dalam bab empat, menghasilkan angka pada kolom R square sebesar 0.295 atau sama dengan 29.5%. Angka tersebut

berarti bahwa bahwa variabel X, yakni komunikasi internal hanya memiliki pengaruh sebesar 29.5% terhadap variabel Y, yakni motivasi kerja pegawai AUTO 2000 Pluit.

Lalu, berdasarkan perhitungan uji hipotesis atau uji t yang telah dianalisis,  $t_{hitung}$  yang dihasilkan adalah sebesar 4.044 dan  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 2.0244, di mana  $t_{hitung}$  memiliki nilai lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Pada tabel tersebut juga diperoleh nilai probabilitas signifikannya sebesar 0.000, yang artinya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dikarenakan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel X atau komunikasi internal berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y atau motivasikerja pegawai AUTO 2000 Pluit.

Variabel X terdiri dari tiga indikator, yakni komunikasi vertikal ke bawah, komunikasi vertikal ke atas, dan komunikasi diagonal. Pada komunikasi vertikal ke bawah, dari hasil akumulasi jawaban responden, indikator yang paling berpengaruh pada variabel X yaitu pada *item 1*, yaitu “Atasan menjelaskan mengenai job description atau tugas-tugas yang akan dikerjakan karyawan” seluruh responden menjawab setuju, dengan jumlah 19 responden menjawab sangat setuju dan 22 responden menjawab setuju. Artinya,

penjelasan mengenai *job description* yang diberikan oleh atasan membuat pegawai lebih memahami tentang tugas-tugasnya sehingga lebih termotivasi atau semangat dalam bekerja.

Pada komunikasi vertikal ke atas, dari hasil akumulasi jawaban responden, indikator yang paling berpengaruh pada variabel X yaitu pada *item 7*, yaitu “*Karyawan memberitahu atasan mengenai pekerjaan yang akan dilakukan selanjutnya serta strategi dalam mengerjakan pekerjaan tersebut.*” Seluruh responden menjawab setuju, dengan jumlah 16 responden menjawab sangat setuju dan 25 responden menjawab setuju. Artinya, bentuk komunikasi dengan cara memberitahu atasan mengenai pekerjaan selanjutnya yang akan dilakukan beserta strateginya, membuat responden lebih termotivasi karena atasan cenderung memberikan *feedback* dan masukan terkait strategi yang dimiliki pegawai.

Pada komunikasi horizontal, dari hasil akumulasi jawaban responden, indikator yang paling berpengaruh pada variabel X yaitu pada *item 15*, yakni “*Hubungan antara karyawan tidak hanya sebatas partner kerja, melainkan juga menjalin ikatan pertemanan di luar kantor dan saling mendukung satu sama lain dengan pernyataan*” seluruh responden menjawab setuju, dengan jumlah

23 responden menjawab sangat setuju, dan 18 responden menjawab setuju. Artinya, hubungan pertemanan yang terjalin di luar hubungan rekan kerja di kantor membuat pegawai semakin termotivasi dan bersemangat dalam bekerja, karena merasa nyaman dengan lingkungan pertemanan antara sesama pegawai di AUTO 2000 Pluit.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dibuktikan bahwa teori S-R mempunyai pengaruh dengan stimulus yaitu komunikasi internal di dalam perusahaan AUTO 2000 Pluit, yaitu komunikasi vertikal ke atas, komunikasi vertikal ke bawah, serta komunikasi horizontal terhadap pegawai karena menimbulkan respons berupa motivasi yang terdiri dari *direction of behaviour*, *level of effort*, dan *level of persistence*.

Variabel Y terdiri dari tiga indikator, yakni *direction of behaviour*, *level of effort*, dan *level of persistence*. Pada *direction of behaviour*, dari hasil akumulasi jawaban responden, indikator yang paling berpengaruh pada variabel X yaitu pada *item 3*, yaitu “*Karyawan selalu mengenakan seragam yang telah ditentukan oleh perusahaan*” seluruh responden menjawab setuju, dengan jumlah 19 responden menjawab sangat setuju dan 22 responden menjawab setuju. Artinya, perilaku baik pegawai dengan mengenakan

seragam yang sudah diatur oleh perusahaan merupakan bentuk kontribusi karyawan dalam mentaati peraturan yang berlaku. Pegawai yang mentaati peraturan perusahaan berarti memiliki motivasi untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan.

Pada motivasi *level of effort*, dari hasil akumulasi jawaban responden, indikator yang paling berpengaruh pada variabel Y yaitu pada *item 6*, yaitu “*Karyawan selalu berusaha memanfaatkan waktu yang disediakan untuk menyelesaikan pekerjaan.*” Seluruh responden menjawab setuju, dengan jumlah 28 responden menjawab sangat setuju dan 13 responden menjawab setuju. Artinya, bentuk responden memiliki motivasi untuk bekerja keras dalam menyelesaikan pekerjaannya dan tidak membuang-buang waktu.

Pada motivasi *level of persistence*, dari hasil akumulasi jawaban responden, indikator yang paling berpengaruh pada variabel Y yaitu pada *item 6*, yaitu “*Karyawan inisiatif untuk membantu perusahaan dalam mencapai target*”. Seluruh responden menjawab setuju, dengan jumlah 19 responden menjawab sangat setuju dan 22 responden menjawab setuju. Artinya, karyawan memiliki kegigihan dan motivasi yang kuat untuk membantu perusahaan dalam mencapai

target atau tujuannya.

#### **IV. SIMPULAN**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta hasil penelitian yang telah diuraikan dalam bab 4, maka kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Pada penelitian ini, jumlah subjek penelitian atau responden pada penelitian ini terdiri dari 41 responden yang jumlahnya ditentukan dari karyawan AUTO 2000 Pluit. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 responden dengan persentase 92.7%, sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 3 orang dengan persentase 7.3%. Responden berdasarkan usia dengan rentang 20 – 30 tahun sebanyak 17 orang atau sebesar 41.5%, responden dengan rentang usia 31 – 40 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 43.9%, dan responden dengan rentang usia 41– 50 tahun sebanyak enam orang atau sebesar 14.6%. Responden dengan lama bekerja 0-1 tahun sebanyak satu orang, dengan persentase sebesar 2.4%, responden dengan lama bekerja 1 – 5 tahun sebanyak enam orang dengan persentase sebesar 14.6%, responden dengan lama bekerja 5 – 10 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase

sebesar 36.6%, dan responden dengan lama bekerja >10 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 46.5%.

2. Uji korelasi dilakukan untuk melihat seberapa erat hubungan antara dua variabel. Berdasarkan hasil analisis, nilai koefisien korelasi antara variabel X (komunikasi internal) dan variabel Y (motivasi) menunjukkan signifikansi yang sangat tinggi, yakni *p-value* lebih kecil daripada 0.05. Pada tabel tersebut juga dapat dilihat nilai koefisien korelasi sebesar 0.544, yang menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel yakni sedang. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X (komunikasi internal) dan variabel Y (motivasi) pada penelitian ini memiliki hubungan yang signifikan.
3. Berdasarkan variabel X dan variabel Y yang diuji, variabel X (komunikasi internal) terbukti berpengaruh terhadap variabel Y (motivasi kerja) pegawai AUTO 2000. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis (uji t), bahwa diperoleh nilai thitung sebesar 4.044 dan dapat disimpulkan bahwa  $4.044 > 2.0244$ . Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 artinya **H<sub>0</sub> ditolak** dan **H<sub>a</sub> diterima** karena nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  dan thitung > ttabel. Dari seluruh hasil perhitungan dan hasil uji hipotesis (uji t), maka

dapat disimpulkan bahwa variabel X atau komunikasi internal berpengaruh terhadap variabel Y atau motivasi kerja pegawai AUTO 2000Pluit.

4. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh komunikasi internal terhadap motivasi kerja pegawai, dapat dilihat melalui uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, dihasilkan koefisien determinasi sebesar 29.5%. Artinya adalah, variabel X yaitu komunikasi internal hanya mempengaruhi sebesar 29.5% terhadap variabel Y, yaitu motivasi kerja pegawai AUTO 2000 Pluit. Sisa dari perhitungan tersebut adalah sebesar 71 %, merupakan pengaruh yang didapat yang dipengaruhi oleh variabel di luar variabel X dalam penelitian ini (komunikasi internal).
5. Berdasarkan hasil analisis, teori S-R berperan kuat dalam penelitian ini. Stimulus dalam penelitian ini adalah komunikasi internal yang terjadi di dalam perusahaan AUTO 2000 Pluit dan respon dalam penelitian ini yaitu efek yang ditimbulkan oleh pegawai yakni motivasi dalam bekerja.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Effendy, OU. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Effendy, OU. (2002). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan kedua puluh dua. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. (2014). *Komunikasi Teori dan Filsafat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). Aplikasi Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Deepublish.
- Hidjanto, D., Andi, F. (2011). Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi. Jakarta: Kencana
- Kaswan. (2008). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Pace, R., & Faules, D. (2013). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Uno, H. (2011). *Teori Motivasi dn Pengukurnya*. Jakarta: Bumi Aksara
- West R dan Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi*. Edisi 3 (Jakarta: Salemba Humanika).
- Ardilla, N.D., Pramusinto, H. (2015). Pengaruh Kepemimpinan Internal, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai BP3AKB Provinsi Jawa Tengah
- Batubara, A. K. (2016). Aliran Informasi dalam Organisasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra', 10*.
- Effendi, h. (2006). Pengaruh Intellectual Capital dan Komunikasi Organisasi terhadap Efektivitas Implementasi Renstra UPI. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, Hal 27.
- Firdaus, M. R. (2015). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Tasikmalaya.
- Kartika, E. W., & Kaihatu, T. (2010). Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12*, 103.
- Matuku, C. K., (2014). Effects Of Organizational Communication On Employee Motivation: A Case Study Of Nokia Siemens Networks Kenya
- So, G.I., Noerlina, Djunggara, A.A., Fahrobi, R., Simamora, B.H., Ruangkanjanes, A. (2018). Effect Of Organisational Communication and Culture on Employee Motivation and Its Impact on Employee Performance.
- Theodora O. (2015). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Sejahtera Motor Gemilang