

PENGARUH HUBUNGAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KOMUNIKASI KARYAWAN PADA PT AGUNG AUTOMALL PEKANBARU

Silva Turisna
&
W.E. Tinambunan

(Email :Turisna_165@yahoo.com)

(Cp : 081275755803)

Abstrac

Employee is a member of an organization that can determine an organization's success in achieving its goals. Without the generous support of the employees of the organization will have difficulty in achieving its goals. Employees can work well when there is a form of organizational relationships and good communication between the companies represented by the management and employees. One form of relationships in public relations that govern the relationship between the company and its employees are Employee Relations aims to create a climate of communication that can help company goals. The purpose of this study was to analyze the effect of Employee Relations Communication Satisfaction of employees at PT Agung Automall Pekanbaru.

The method used in this research is quantitative research. Collecting using observations, questionnaires, documentation. To determine the effect of employee relations employee communication satisfaction on PT Agung Automall Pekanbaru, the author uses the Simple Linear Regression Analysis. X variable in this study is the relationship of the employee and the Y variable in this study is the communication satisfaction. The number of samples in this study were 65 human using proportional sampling technique of sampling. Processing trials conducted using questionnaires Satisfyic Program Product and Service Solutions (SPSS) version 20 windows.

Results of this study showed the influence of employee relations employee communication satisfaction on PT Agung Automall Pekanbaru. It is based on analysis of the data using the Simple Linear Regression is $Y = 17.592 + 0.607 X$ number constants (a) of 17.592 and employee relations variable coefficient of 0.607 to 18.155 t, and 0.00 significance level less than 0.05. Therefore H_0 is rejected and H_a accepted. Employee relations influence by 84% of the employee communication satisfaction on PT Agung Automall Pekanbaru, the remaining 16% are caused by other factors outside the study. Therefore there is a significant effect on satisfaction antara employee relations employee communications at PT Agung Automall Pekanbaru.

Key word : Employee, satisfaction, communication

1. Pendahuluan

Setiap organisasi baik profit maupun non profit tentunya memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Dalam upaya mencapai tujuan-tujuan tersebut maka dibutuhkan kerjasama yang baik diantara sumber daya yang terdapat dalam organisasi. Salah satu sumber daya yang terdapat

dalam organisasi adalah karyawan. Karyawan merupakan salah satu anggota organisasi yang dapat menentukan sebuah keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Tanpa adanya dukungan yang baik dari para karyawan maka organisasi akan sulit dalam mencapai tujuan-tujuannya. Karyawan dapat bekerja dengan baik apabila organisasinya terdapat bentuk hubungan dan komunikasi yang baik antara perusahaan yang diwakili oleh pihak manajemen dan para karyawan sebagai bawahannya.

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya. Dalam komunikasi organisasi aliran informasi merupakan proses yang rumit karena melibatkan seluruh bagian yang ada dalam organisasi. Informasi tidak hanya mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga sebaliknya dari bawah ke atas dan juga mengalir diantara sesama karyawan (Jefkins:2005).

Untuk membentuk kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggota maka dibutuhkan bentuk hubungan serta komunikasi yang baik antara para anggota organisasi. Organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi. Apabila tidak ada komunikasi, koordinasi kerja tidak mungkin dilakukan. Komunikasi dalam organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antara anggota organisasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Dalam fungsi public relations terdapat berbagai macam bentuk hubungan yang dilakukan. Diantaranya yang umum dilakukan adalah *community relations*, *government relations*, *consumer relations*, *investor relations*, *media relations*, dan *employee relations*. Semua bentuk hubungan-hubungan tersebut diatur oleh *public relations* dengan tujuan untuk mencapai pengertian publik, kepercayaan publik, dukungan publik dan kerjasama publik (Jefkins:2005).

Salah satu bentuk hubungan dalam *public relations* yang mengatur antara hubungan antara perusahaan dan karyawannya adalah Hubungan Karyawan (*Employee Relations*). Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja didalam suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya (Ruslan:2010). Hubungan Karyawan (*Employee relations*) dilakukan antara lain adalah untuk menciptakan bentuk hubungan atau komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis diantara keduanya. Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) bertujuan untuk mencapai saling pengertian, kerjasama serta loyalitas diantara pihak manajemen dengan para karyawannya. Aktifitas Hubungan Karyawan (*Employee Relation*) yang berlangsung dalam organisasi akan berdampak langsung terhadap iklim komunikasi organisasi tersebut. Iklim komunikasi yang di dalamnya terdapat komunikasi yang merupakan hasil dari persepsi karyawan terhadap kegiatan komunikasi yang berlangsung di dalam perusahaan (Ruslan:2010).

Apabila karyawan mempersepsikan bahwa aktifitas Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) yang berlangsung dalam organisasi tidak menciptakan iklim komunikasi dalam kondisi yang baik didalam organisasi, tentunya hal tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku dan partisipasi karyawan dalam perusahaan. Sehingga hal tersebut mempengaruhi usaha organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Iklim komunikasi tertentu memberikan pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Keputusan-keputusan yang diambil oleh karyawan untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikat diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam bekerja, untuk mendukung rekan sekerja lainnya,

untuk melaksanakan tugas secara kreatif, dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif organisasi, semua ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi (Faulstich dan Pace:2001).

Kegiatan Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) bertujuan untuk menciptakan iklim komunikasi yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, yaitu iklim komunikasi dapat berkembang dengan baik, iklim komunikasi yang dapat meningkatkan saling keterbukaan dan hubungan baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya. Kepuasan komunikasi ini cenderung menyoroti tingkat kepuasan individu dalam lingkungan komunikasinya. Maka setiap organisasi harus dapat melakukan kegiatan Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) yang dapat menciptakan kepuasan komunikasi karyawan. Pertemuan-pertemuan dinas yang melibatkan para staff dan pegawai baik itu yang diselenggarakan dimarkas besar maupun dikantor – kantor cabang dan juga konferensi tingkat nasional, merupakan acara berkumpul yang bermanfaat untuk menggalang kebersamaan dan keakraban sekaligus untuk menciptakan hubungan yang baik antara pihak manajemen dan para karyawan. Dalam acara-acara tersebut berlangsung suatu bentuk komunikasi yang paling efisien yakni komunikasi tatap muka (Faulstich dan Pace:2001).

Berdasarkan uraian diatas, maka kegiatan yang dapat mempertemukan antara karyawan dengan atasannya adalah dalam bentuk aktifitas Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Salah satu bentuk Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) adalah pertemuan rutin antara karyawan dengan atasannya seperti *Reguler Meeting*. *Reguler meeting* juga merupakan bentuk dari *Employee Relations* yang dilakukan oleh PT Agung Automall Pekanbaru untuk membentuk iklim komunikasi yang positif dengan memelihara hubungan yang harmonis antara perusahaan atau pihak manajemen dengan para karyawannya, baik secara formal maupun nonformal.

Dengan dilakukannya Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) dalam bentuk *reguler meeting* di PT Agung Automall Kota Pekanbaru dapat mempengaruhi kepuasan komunikasi antara karyawan dan pimpinan perusahaan. Karena dengan diadakannya *reguler meeting* dapat terjadi komunikasi tatap muka antara atasan dan bawahannya, dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima secara langsung. Karena adanya permasalahan-permasalahan seperti persaingan dalam merebut pelanggan atau *costumer*, sehingga mempengaruhi kepuasan komunikasi dalam pekerjaan.

Pelayanan terhadap pelanggan dan kemampuan manajemen yang profesional menjadi fokus perusahaan yang mendasar selama bertahun-tahun. Hal ini yang membentuk PT Agung Automall menjadi organisasi marketing yang kuat. Tetapi penelitian mengenai aktifitas "*Employee Relations*" terhadap kepuasan komunikasi juga perlu dilakukan pada perusahaan dengan jumlah karyawan yang tidak terlalu banyak.

Proses komunikasi dapat dibandingkan dengan tata cara produksi dan konsumsi. Proses ini melibatkan produksi makna (*production of meaning*), melalui penggunaan bahan-bahan mentah yang terdiri dari kata-kata, gambar-gambar, lambang-lambang dan tindakan-tindakan komunikator, serta konsumsi makna (*consumtion of meaning*) melalui pendengaran, penglihatan, sentuhan, dan penciuman yang dilakukan oleh khalayak.

Komunikasi melibatkan 3 unsur: pengirim (*sender*), media komunikasi, dan penerima (*reciever*). Keefektifan komunikasi bergantung pada ketiga unsur ini, jika si pengirim tidak kompeten atau pesan yang disampaikan tidak jelas, maka si penerima tidak akan memahami makna dari tanda-tanda yang diberikan, dan proses komunikasi itu pun gagal. Agar komunikasi berlangsung harus terdapat sumber (*source*) dan penerima (*receiver*) yang memiliki pengalaman yang sama. Istilah komunikasi kita berdasarkan istilah latin *communis* yang berarti sama.

Jelasnya jika penerima tidak memiliki pengetahuan yang sama dengan pengirim mengenai bahasa, sandi atau konsep, sistem nilai dan sebagainya maka pengiriman makna akan terhambat atau benar-benar gagal. Gangguan atau *noise* menunjukkan hambatan dalam proses atau peristiwa komunikasi dari ketidakpahaman statis menjadi ketidakpahaman verbal. Akhirnya umpan balik (*feedback*) menunjukkan pengiriman kembali pesan yang diterima komunikasi kepada komunikator (Mulyana:2001).

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia maka Harold D. Lasswell (Hafied Cangara:2010) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi yaitu:

1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
3. Melakukan transformasi warisan sosial keada generasi berikutnya.

Komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Komunikasi dalam organisasi dapat menentukan jalannya proses suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Komunikasi akan selalu terjadi dalam setiap kegiatan organisasi dengan tujuan untuk menciptakan saling pengertian dan kerjasama pada setiap anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi (Sendjaja:2002). Dalam suatu organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang sangat jelas, seperti pimpinan, staf pimpinan dan karyawan. Disamping itu organisasi juga mensyaratkan adanya pembagian kerja dalam arti setiap orang dalam sebuah institusi baik yang komersial maupun sosial, memiliki satu bidang pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Dengan landasan konsep-konsep komunikasi dan organisasi sebagaimana yang telah diuraikan, maka kita dapat memberi batasan tentang komunikasi organisasi secara sederhana yaitu komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi (Sendjaja:2002).

Menurut Wayne Pace dan Faules (2010) ada empat aliran informasi adalah:

- a. Komunikasi kebawah yaitu dalam sebuah organisasi bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai, namun dalam organisasi kebanyakan hubungan ada kepada kelompok manajemen. Komunikasi ini berlangsung ketika orang-orang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Fungsi arus komunikasi dari atas kebawah ini adalah: pemberian atau penyampaian instruksi kerja (*job instructions*), penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu dilaksanakan (*job rationnale*), penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*), pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.
- b. Komunikasi keatas dalam sebuah organisasi bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (*bawahan*) ke tingkat yang lebih tinggi (*penyelia*). Semua karyawan dalam perusahaan kecuali pimpinan mungkin akan melakukan komunikasi keatas. Meminta informasi kepada seseorang yang memiliki otoritas lebih tinggi, memberikan permohonan atau komentar merupakan alasan tujuan dari komunikasi ini. Fungsi arus komunikasi dari bawah keatas ini adalah, penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat

- diselesaikan oleh bawahan.
- c. Komunikasi horizontal, komunikasi ini terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah memperbaiki koordinasi tugas, upaya pemecahan masalah, saling berbagi informasi, upaya memecahkan konflik dan membina hubungan melalui kegiatan bersama.
 - d. Komunikasi lintas saluran, komunikasi ini muncul dari keinginan pegawai untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu dengan tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan mereka.

Empat aliran komunikasi yang telah disebutkan diatas merupakan aliran komunikasi yang terdapat dalam organisasi. Dan keempat aliran informasi tersebut juga terdapat dalam kegiatan *Employee Relations*.

Menurut Frank Jefkins (1992) hubungan publik internal tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait satu sama lain. Dengan demikian dapat juga diartikan hubungan karyawan (*employee relations*) tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses “produksi dan upah” yang terkait dengan lingkungan kerja. Pengertiannya lebih dari itu hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya, atau antar karyawan dengan manajemen perusahaan yang efektif.

Rosady Ruslan (2010) mengatakan hubungan masyarakat internal dalam suatu perusahaan terdiri dari beberapa tingkatan:

- a. Hubungan dengan pekerja atau karyawan (*Employee Relations*) pada umumnya, beserta keluarga karyawan khususnya
- b. Hubungan dengan pihak jajaran pimpinan dalam manajemen perusahaan (Manajemen relations), baik di level korporat atau level sebagai pelaksana
- c. Hubungan dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham

Pengertian dari Hubungan Karyawan (*Employee Relations*) menurut Cutlip & Center (dalam Ruslan:2010) sebagai sekelompok orang-orang yang sedang bekerja disuatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya. Artinya secara fungsional tugas dan teknis pekerjaan diatur oleh pihak manajemen perusahaan. Kemudian ditetapkan pula persyaratan-persyaratan dan spesifikasi teknis pekerjaan yang ditentukan secara jelas, teratur, tertib dan rinci dalam organisasi. Menurut IG Wasanto (1987) tujuan dari *employee relations* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan saling pengertian antara pegawai maupun antar pimpinan dengan semua pegawai dalam sebuah organisasi
- b. Mendapatkan data-data yang lengkap tentang sikap dan tingkah laku pegawai. Data ini diperlukan dalam rangka pembinaan, pengorganisasian, kerjasama, koordinasi dan evaluasi terhadap pegawai.
- c. Menciptakan kerjasama yang serasi antar pegawai
- d. Menanamkan rasa damai kepada pegawai
- e. Menanamkan rasa sukses kepada pegawai sehingga mereka merasa diberi kesempatan untuk

- mau dalam mengembangkan karirnya
- f. Menanamkan loyalitas kepada pegawai
 - g. Menanamkan rasa tanggung jawab kepada para pegawai
 - h. Menciptakan adanya semangat kerja yang tinggi kepada pegawai

Kepuasan adalah suatu konsep yang biasanya berkenaan dengan kenyamanan, jadi kepuasan dalam komunikasi berarti anda merasa nyaman dengan pesan-pesan, media dan hubungan-hubungan dalam organisasi. Kenyamanan memiliki kecenderungan, dalam hal ini kadang-kadang menyebabkan individu lebih menyukai cara-cara pelaksanaan terbaru, yang sering kali gagal menghasilkan peningkatan kinerja tugas. Istilah kepuasan komunikasi digunakan untuk menyatakan “keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan pegawai dalam lingkungan total komunikasinya”. Meskipun kepuasan komunikasi terlihat bertumpang tindih dengan iklim komunikasi, kepuasan komunikasi ini cenderung memperkaya gagasan iklim dengan menyoroti tingkat individu dan pribadi (Pace dan Faules : 2006).

Analisis paling komprehensif mengenai kepuasan komunikasi organisasi dilakukan oleh Downs dan Hanzen (Pace dan Faules : 2006) sebagai bagian dari usaha mereka untuk mengembangkan suatu instrumen untuk mengukur kepuasan komunikasi. Mereka mengidentifikasi lima dimensi kepuasan komunikasi yang stabil, yaitu:

- a. Sejauh mana komunikasi dalam organisasi memotivasi dan merangsang para pegawai untuk memenuhi tujuan organisasi dan untuk berihak kepada organisasi.
- b. Sejauh mana para penyelia terbuka pada gagasan, mau mendengarkan dan menawarkan bimbingan untuk memecahkan persoalan-persoalan yang berkaitan dengan pekerjaan.
- c. Sejauh mana para individu menerima informasi tentang lingkungan kerja saat itu
- d. Sejauh mana pertemuan-pertemuan diatur dengan baik, pengarahan ditulis singkat dan jelas, dan jumlah komunikasi dalam organisasi cukup.
- e. Sejauh mana para bawahan responsif terhadap komunikasi ke bawah dan memperkirakan kebutuhan penyelia.

II. Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah riset kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Metode penelitian yang digunakan penelitian survei. Metode survei adalah metode dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono,2008).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, angket dan dokumentasi. Responden dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *proporsional sampling*, yaitu karyawan PT Agung Automall Pekanbaru dengan jumlah responden yang diteliti sebanyak 65 orang.

Teknik pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala likert dan menggunakan rumus regresi linear sederhana, pada teknik analisis data, data yang didapat diproses menggunakan *SPSS 20*. Teori yang di digunakan yaitu teori Interaksionisme simbolik dan komunikasi organisasi dimana variabel yaitu variabel X (hubungan karyawan) dan variabel Y (kepuasan komunikasi). Penelitian ini melakukann uji coba validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu dan diproses melalui *SPSS 20*.

III. Hasil dan pembahasan penelitian

Hasil analisis yang terdapat pada penelitian pengaruh hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS 20 for windows.

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap indikator-indikator dari variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa $0,00 < 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya hubungan karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru. Sesuai dengan hasil yang telah diperoleh oleh peneliti maka teori yang mengatakan bahwa hubungan karyawan mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru telah dapat dibuktikan melalui penelitian ini dan penelitian-penelitian sebelumnya dengan judul yang sama walaupun lokasinya yang berbeda. Walaupun, peneliti menggunakan indikator dan teknik analisis yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam mengukur pengaruh hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru, namun, hasilnya tetap sama yaitu terdapat pengaruh hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru.

1. Rekapitulasi Perhitungan Statistik

Tabel. 5.35 Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.592	2.187		8.045	.000
Employee Relations	.607	.033	.916	18.155	.000

Sumber: Data olahan peneliti 2013

Berdasarkan table di atas diperoleh nilai konstanta (*constant*) sebesar 17, 592 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,607. Maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 17,592 + 0,607X$$

Hasil persamaan regresi menunjukkan nilai konstanta (a) adalah 17,592. Artinya jika hubungan karyawan (X) nilainya 0, maka Kepuasan Komunikasi (Y) akan bernilai sebesar 17,592. *Coefficients* regresi hubungan karyawan (X) bernilai positif, yaitu sebesar 0,607. Artinya bahwa setiap peningkatan Kemampuan sebesar 1 satuan maka Kepuasan Komunikasi juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,607 satuan.

2. Model summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 ^a	.840	.837	2.01743

a. Predictors: (Constant), Employee Relations

Sumber: Hasil Ouput data Olahan SPSS 20. 2013

Dilihat dari table diatas, nilai koefisien Determinasi (adjusted R²) sebesar 0,840 atau 84%. Hal ini berarti 84% variasi Kepuasan Komunikasi yang bisa dijelaskan oleh hubungan karyawan. Sedangkan sisanya sebesar 16% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.

Suatu organisasi dipandang sebagai suatu system terbuka terhadap informasi baru, responsive terhadap lingkungan, bersifat dinamis dan selalu berubah-ubah. Dari hasil penelitian mengenai pengaruh hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall kota Pekanbaru telah menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Interaksionisme simbolik dan teori komunikasi organisasi yang ada pada bab II yaitu dengan adanya hubungan karyawan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan. Menurut teori interaksionisme simbolik dan teori komunikasi organisasi yani dengan adanya hubungan yang baik antar karyawan maka dapat mempengaruhi kepuasan komunikasi karyawan. Begitu juga dengan hasil penelitian yang sudah terbukti, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall kota Pekanbaru sebesar 84% dengan sisa 16% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji Validitas digunakan untuk untuk melihat sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya, agar data yang didapat relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut. Apabila koefisien korelasi yang faktornya positif dan besar dari 0,3, maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Jadi berdasarkan analisa faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik (Sugiyono;2010;126).

Hasil uji validitas terhadap masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperlihatkan pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Item Variabel Motivasi (X1)

VARIABEL	Item butir pertanyaan	Nilai korelasi (r _{hitung})	Nilai r _{tabel} (α=0,5)	Kesimpulan
<i>Employee Relations</i> (X1)	No.1	0.728	0.300	Valid
	No.2	0.689	0.300	Valid
	No.3	0.669	0.300	Valid
	No.4	0.685	0.300	Valid

	No.5	0.636	0.300	Valid
	No.6	0.720	0.300	Valid
	No.7	0.628	0.300	Valid
	No.8	0.771	0.300	Valid
	No.9	0.741	0.300	Valid
	No.10	0.784	0.300	Valid
	No.11	0.673	0.300	Valid
	No.12	0.648	0.300	Valid
	No.13	0.755	0.300	Valid
	No.14	0.713	0.300	Valid
	No.15	0.658	0.300	Valid
	No.16	0.714	0.300	Valid

Sumber : diolah dari kuesioner n = 65 dengan SPSS 20

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Item Variabel Motivasi (X1)

VARIABEL	Item butir pertanyaan	Nilai korelasi (r_{hitung})	Nilai r_{tabel} ($\alpha=0,5$)	Kesimpulan
Kepuasan Komunikasi	No.17	0.582	0.300	Valid
	No.18	0.493	0.300	Valid
	No.19	0.567	0.300	Valid
	No.20	0.436	0.300	Valid
	No.21	0.590	0.300	Valid
	No.22	0.428	0.300	Valid
	No.23	0.571	0.300	Valid
	No.24	0.481	0.300	Valid
	No.25	0.518	0.300	Valid
	No.26	0.479	0.300	Valid
	No.27	0.553	0.300	Valid
	No.28	0.491	0.300	Valid
	No.29	0.486	0.300	Valid
	No.30	0.449	0.300	Valid
	No.31	0.565	0.300	Valid
	No.32	0.556	0.300	Valid

Sumber : diolah dari kuesioner n = 65 dengan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.1 sampai dengan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa data yang terkumpul sudah Valid untuk mengukur semua variabel-variabelnya sehingga analisis data dapat dilanjutkan.

Dari pengujian validitas dengan pengujian SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan

memenuhi syarat validitas untuk item yang memiliki koefisien diatas 0,50 berarti sangat memberikan hasil yang memuaskan (Azwar, 2004) yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini uji validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran angket yang sebenarnya. Ini dilakukan untuk mengetahui apakah item pertanyaan dalam melakukan penelitian atau tidak.

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Deskripsi Variabel	Nilai Alfa Cronbach (r_{hitung})	Kesimpulan
X	Employee Relations	0,942	Reliabel
Y	Kepuasan Komunikasi	0,876	Reliabel

Sumber : data olahan peneliti $n = 65$ dengan SPSS 20

Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Cronbach Alpha*, yaitu menghitung koefisien Alpha yang merupakan rata-rata dari koefisien belah dua yang dihitung untuk semua kemungkinan membelah dua item-item score. Realibilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai 1.00 dan realibilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan atau tinggi adalah besar atau sama dengan 0.70.

Berdasarkan penafsiran reliabilitas diatas maka hasil perhitungan dari uji reliabilitas untuk semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah menunjukkan hasil yang reliabel atau semua instrumen dalam variabel dapat dipercaya, dengan tingkat reliabilitas sangat bagus. Sehingga penelitian dapat dilaksanakan.

IV. Kesimpulan dan saran

Hasil analisa yang terdapat pada penelitian pengaruh hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung automall Pekanbaru dan merupakan hasil pengolahan data regresi liner sederhana dengan menggunakan program SPSS 20 for windows. Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu :

1. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y=17,592 + 0,607X$ dengan t hitung 18,155 dan tingkat signifikansi 0,00 lebih kecil dibanding 0,05 maka artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Pengaruh hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi karyawan pada PT Agung Automall Pekanbaru memberikan pengaruh sebesar 84% .
2. Hubungan karyawan yang baik dapat menciptakan kepuasan komunikasi yang baik pula dilingkungan organisasi. Hal ini terlihat dari adanya penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Jati Munggaran pada tahun 2007 dengan judul “Pengaruh Employee Relations dan kepuasan komunikasi karyawan PT Astra Internasional Tbk-Peugeot Sales Operations Cilindak Jakarta Selatan” dengan diuji menggunakan uji regresi liner sebesar 75,2%.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Dengan diketahuinya pengaruh yang signifikan antara hubungan karyawan terhadap kepuasan komunikasi, maka sangat penting bagi pihak organisasi atau kepala bagian memperhatikan dan menjaga hubungan antar karyawan agar lebih baik lagi sehingga tidak terjadi kesalahan dalam komunikasi dan pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik.
2. Peran atasan sangat penting karna segala kebijakan dan keputusan di pusatkan kepada atasan. Atasan memegang kendalai atas organisasi yang dipimpinnya, hubungan yang baik antar karyawan dapat terjalin dengan adanya keterbukaan sehingga terdapat kepuasan komunikasi antar karayawan.
3. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek yang sama, yakni mengenai hubungan karyawan dan efeknya terhadap kepuasan komunikasi agar meneliti factor lain yang mempengaruhi kepuasan komunikasi diluar penelitian ini.

V. Daftar pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian(suatu pendekatan praktik)*, Yogyakarta:Rineka Cipta edisi revisi.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi (edisi revisi)*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. 1982. *Effective Public Relation*.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan masyarakat*. Bandung: Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. 2005. *Public Relations (edisi ke4)*, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmad. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Mulyana, Dedi. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja rosdakarya. Bandung
- Moleong. Lexy J. 2005. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung : Remaja.
- Moekijat. 1994. *Metode Riset dalam Pelatihan*. Bandung: Mandar Maju.
- Narkubo, Cholid. 2005. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Pace, R. Wayne., dan Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, Bambang. Jannah. L.M. 2012. *Metode penelitian kuantitatif*, Jakarta: PT Raja Garafindo Persada.

- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham analisa statistic data dengan SPSS*. Jakarta : Mediakom
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rasyid, Anwar. 2009. *Kapita Selekta Humas*, Pekanbaru: Pusat Pengembangan pendidikan Universitas Riau.
- Ruslan, Rusady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi (konsep dan aplikasi)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk penelitian*. Cetakan keenam. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Subyantoro, Arief. Suwanto. FX. 2007. *Metode & teknik penelitian sosial*, Yogyakarta: penerbit Andi.
- Sudjana. 2003. *Statistika analiis regresi dan korelasi bagi peneliti*. Bandung : simbiosis rekatama media.
- Tinambunan, W.E. 2002. *Teori-teori Komunikasi*. Jakarta. Swakarya
- Usman, Husaini. Akbar, P.S. 2006. *Pengantar Statistika (edisi kedua)*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Wasanto, IG. 1987. *Psikologi*.