

HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI INTERNAL PERUSAHAAN DENGAN
SIKAP KERJA PEGAWAI
(Kasus Pada PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang)

ANA KUSWANTI
DOSEN FISIP UPN VETERAN-JAKARTA

SUMARDI DAHLAN
DOSEN PASCASARJANA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UPI-YAI, JAKARTA

Abstrak

Komunikasi internal perusahaan sangat dibutuhkan oleh pegawai dalam menentukan sikap kerja. Komunikasi internal perusahaan merupakan pertukaran informasi diantara para pegawai dalam hal pekerjaan. Dapat berupa saran, masukan dan kritikan. Humas sebagai penghubung antara satu pegawai dengan pegawai yang lain dalam menciptakan hubungan kerja yang baik untuk mendukung sikap kerja pegawai. Yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara komunikasi internal dengan sikap kerja pegawai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian eksplanatif dan metode penelitian survey. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pegawai PT PLN (Persero) tangerang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai sebesar 0,609. Dari uji hipotesis yang dilakukan H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya ada hubungan antara komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai.

Kata kunci ; komunikasi internal , humas, pegawai

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peran *Public Relations* (PR) berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan, karena seorang PR itu sendiri memiliki *sense of credibility and sense of attractiveness*. Dua hal tersebutlah menjadikan seorang PR berperan dalam mengusahakan terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik dan lingkungannya. Oleh karena itu, salah satu faktor penting dalam bidang PR adalah menjadi seorang komunikator.

Publik perusahaan terdiri dari publik internal dan publik eksternal. Keduanya merupakan unsur penting dalam sebuah perusahaan. Perusahaan tidak hanya memperhatikan hubungannya dengan publik eksternal yang berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi, serta pencitraan perusahaan, tetapi juga publik internal berperan dalam mencapai tujuan perusahaan. Upaya pertama yang harus dilakukan sebuah manajemen perusahaan melalui kerjasama peranan PR, yakni mengupayakan sirkulasi yang kondusif bagi terciptanya hubungan

baik antara pimpinan dengan karyawan, karyawan dengan pimpinan, serta antar karyawan (publik internal) sehingga nantinya membawa pada pencapaian tujuan perusahaan/organisasi secara optimal.

Seorang PR berperan dalam menjalin komunikasi secara langsung dengan publik internal untuk mengembangkan hubungan yang harmonis. Salah satu publik internal perusahaan adalah karyawan yang mempunyai tugas penting membawa perusahaan untuk meraih hasil. Perolehan hasil tersebut berasal dari kinerja dan profesionalitas karyawan. Hasil yang baik didapat dari adanya komunikasi internal perusahaan antara manajemen perusahaan dengan karyawan. Di sini lah peran PR berjalan sebagai corong komunikasi antara karyawan dengan manajemen perusahaan, dan sebaliknya sebagai mediator antara manajemen perusahaan dengan karyawan.

Dalam sebuah struktural perusahaan, pihak manajemen menjadi pejabat tertinggi dalam sebuah perusahaan. Pihak manajemen memang mendominasi dalam berkonsep dan memutuskan suatu kebijakan, tetapi karyawan bertugas sebagai pihak pelaksana. Konsep atau kebijakan tidak akan berjalan apabila tidak ada yang menjalankan. Konotasinya ibarat sebuah mobil, apabila tidak ada mesinnya,

maka mobil tersebut tidak dapat dikemudikan. Artinya karyawan sebagai mesin yang menjalankan mobil, sedangkan manajemen sebagai pengemudinya.

Manajemen perusahaan bekerjasama dengan PR untuk merancang sebuah komunikasi internal. Komunikasi internal berperan sebagai media penginformasian segala hal yang berhubungan dengan perusahaan dan juga sebagai wadah menampung saran dan kritik karyawan terhadap perusahaan. Terutama mengetahui kesinambungan *employee relations* atau hubungan karyawan perusahaan.

Komunikasi dalam internal perusahaan penting adanya untuk mengemukakan saran, kritik, ide/gagasan, dan pendapat dari semua karyawan sehingga pimpinan/manajemen perusahaan dapat melihat dan mengamati komunikasi internal tersebut berhubungan dengan komitmen para karyawan, terutama dari sikap kerja mereka terhadap pekerjaan dan tanggung jawabnya kepada perusahaan.

Di samping itu, alasan lain dibutuhkan suatu komunikasi internal perusahaan adalah karena mayoritas pihak manajemen hanya menitikberatkan pada komunikasi satu arah (*one ways communication*), yaitu hubungan hanya pada atasan dan bawahan (manajemen dengan karyawan), tanpa mengetahui

feedback dari karyawan dalam komunikasi tersebut. Adanya sentuhan PR agar dapat mewujudkan komunikasi dua arah (*two ways communications*) yang bertujuan menciptakan keterbukaan, saling menghormati dan menghargai (*mutual appreciation*).

Adanya komunikasi internal, manajemen perusahaan melalui perantara PR bertujuan mengetahui sikap dan kondisi karyawan terhadap suatu kebijakan perusahaan. Terutama sikap karyawan dalam menghadapi pekerjaan dan tugas mereka masing-masing. Namun demikian, manajemen perusahaan harus bisa menerima apapun sikap karyawan, baik dari segi positif maupun negatif. Karena nantinya akan mempengaruhi keberlangsungan perusahaan di masa depan.

Keberhasilan komunikasi internal akan menghasilkan sikap kerja karyawan yang positif dan menilai seberapa dalam keberadaan perusahaan di benak pemikiran karyawan. Komunikasi internal yang baik disertai efektivitas *employee relations* diharapkan dapat meningkatkan rasa berpartisipasi (*sense of participation*) dan menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya (Disjaya) dan Tangerang menuju "*First Step Toward to Class Services*" tema yang diusung. Berawal dari tantangan yang diberikan oleh Direktur Utama PT PLN (Persero), Dahlan Iskan kepada PLN Disjaya dan Tangerang harus memiliki layanan kelas dunia pada tahun 2011. Target yang ditantang Dirut PT PLN tersebut menyebabkan PLN Disjaya dan Tangerang harus lebih cepat melangkah yang dilandasi dengan komitmen, strategi, perilaku, budaya kerja yang mencerminkan layanan kelas dunia.

Humas sebagai komunikator dan mediator sebaiknya juga mengukur dan menganalisis sejauh mana interaksi atau komunikasi internal dalam perusahaan, baik melalui media (majalah internal, papan pengumuman, dan lain-lain) atau tanpa media (rapat atau pertemuan rutin antara manajemen dan pegawai). Dalam lingkup kerja, Humas semestinya melakukan audit terhadap pelaksanaan sistem komunikasi organisasi, salah satunya internal perusahaan yang terdiri dari berbagai divisi dan di dalamnya terdapat sejumlah pegawai.

Proses rutin dalam audit komunikasi internal perusahaan digunakan untuk memonitor aktivitas komunikasi yang sedang terjadi untuk menyediakan

background informasi yang dibutuhkan untuk pengembangan atau pemodifikasian program komunikasi yang spesifik. Beberapa audit komunikasi yang biasanya dilakukan pada waktu, diantaranya : adanya kebijakan baru atau revisi kebijakan, restrukturisasi organisasi (pergantian pejabat atau manajemen), dan untuk mengetahui citra internal perusahaan (Kriyantono, 2009:303).

Hal ini yang melatar belakangi peneliti memfokuskan penelitian untuk mengetahui hubungan komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah “adakah hubungan antara komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang?”

KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Organisasi

Dalam lingkup perusahaan terdapat struktural organisasi, sehingga adanya komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan atau bisa disebut komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi

(*organizational communications*) menurut West dan Turner (2008:38) mencakup komunikasi yang terjadi di dalam dan di antara lingkungan yang besar dan luas.

Redding dan Sanborn (Muhammad, 2007:65) mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatannya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Public Relations

Definisi PR menurut *The British Institute of Public Relations* yang dikutip oleh Ruslan (2008:16), menyatakan bahwa: “*Public Relations activity is management of communications between an organizations and its publics.*” (Aktivitas PR adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya)

Jefkins (2004:10) mengemukakan bahwa: “PR adalah semua bentuk

komunikasi yang terencana baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian.”

Adapun ruang lingkup tugas PR (Ruslan, 2008:23) dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). PR harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran citra publik yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan organisasi / perusahaan. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi harus mampu memberikan *image* positif yang mewakili organisasinya.

Tujuan yang ingin dicapai dalam bidang PR (Nova, 2009:40) adalah

komunikasi internal dan komunikasi eksternal, yaitu :

1) Komunikasi internal

- a. Memberikan informasi sebanyak dan se jelas mungkin mengenai perusahaan/organisasi.
- b. Menciptakan kesadaran anggota/personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
- c. Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.

2) Komunikasi eksternal

- a. Informasi yang benar dan wajar mengenai perusahaan/organisasi.
- b. Kesadaran mengenai institusi dalam tata kehidupan umumnya.
- c. Motivasi untuk menyampaikan citra baik.

Komunikasi Internal Perusahaan

“Komunikasi internal menunjukkan pertukaran informasi antara manajemen organisasi/perusahaan dengan publik internalnya, terutama hubungan dengan karyawan” (Moore, 2005:86).

Dalam membina hubungan komunikasi internal perusahaan, humas harus mampu mempertemukan atau menyampaikan tujuan dan keinginan-keinginan dari pihak pegawai kepada perusahaan atau sebaliknya pihak perusahaan terhadap para pegawainya

(Humas bertindak sebagai komunikator dan mediator). Komunikasi internal timbal balik yang dilaksanakan oleh Humas/PR dapat dilakukan melalui beberapa jalur, yaitu : (Ruslan, 2008:275-276)

- a. Komunikasi arus ke bawah (*downward communication*), yakni dari pihak perusahaan kepada para karyawannya. Misalnya berupa perintah pimpinan, instruksi, dan informasi spesifikasi teknis suatu pekerjaan yang akan diberikan kepada bawahannya. Media yang dipergunakan dalam bentuk komunikasi lisan (perintah dan instruksi), dan tulisan (nota dinas, peraturan, surat edaran, dan lain-lain)
- b. Komunikasi arus ke atas (*upward communication*), yaitu dari pihak karyawan kepada perusahaan. Misalnya berbentuk pelaksanaan perintah baik lisan maupun tulisan, atau laporan hasil dari pekerjaan, serta sumbang saran dari pihak pekerja kepada pimpinan perusahaan. Media komunikasi baik dalam bentuk lisan maupun tulisan (laporan dan informasi) mengenai pelaksanaan tugas.
- c. Komunikasi sejajar (*sideways communication*) yang berlangsung antar karyawan. Misalnya informasi mengenai pekerjaan atau menyangkut kegiatan pendidikan dan pelatihan lainnya, dapat juga mengenai kegiatan

di luar pekerjaan (kedinasan) dalam bentuk olahraga, keagamaan, kekeluargaan, kesejahteraan dan aktivitas sosial kepegawaian lain sebagainya. Biasanya dipakai sebagai media komunikasi adalah berupa pemberitahuan, pengumuman, sampai kepada media Humas (*Media of Public Relations*), yaitu seperti buletin, majalah internal dan *news letter*.

Sikap Kerja

Sikap karyawan dalam pekerjaannya banyak sekali, tetapi dalam perilaku organisasi/perusahaan perhatian pada jumlah yang sangat terbatas mengenai sikap yang berkaitan dengan kerja. Sikap kerja berisi evaluasi positif dan negatif yang dimiliki oleh karyawan tentang aspek-aspek lingkungan kerja mereka. Sebagian besar penelitian berhubungan dengan tiga sikap, yaitu sebagai berikut : (Robbins & Judge, 2008:99-101)

1. Kepuasan kerja, didefinisikan sebagai suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah hasil karakteristiknya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki perasaan-perasaan positif tentang pekerjaan tersebut, sementara seseorang yang tidak puas memiliki perasaan-perasaan

yang negatif tentang pekerjaan tersebut. Pace & Faules (dalam Kriyantono, 2009:123) mendefinisikan kepuasan organisasi adalah persepsi mengenai seberapa jauh anggota organisasi merasa puas dengan pekerjaannya, kepemimpinan, upah, dan keuntungan, promosi kerja, dengan rekan sejawat. Kepuasan juga menggambarkan evaluasi atas suatu keadaan internal efektif.

2. Keterlibatan pekerjaan, mengukur tingkat sampai mana individu secara psikologis memihak pekerjaan mereka dan menganggap penting tingkat kinerja yang dicapai sebagai penghargaan diri. Karyawan yang mempunyai tingkat keterlibatan pekerjaan yang tinggi sangat memihak dan benar-benar peduli dengan bidang pekerjaan yang mereka lakukan. Konsep pemberian wewenang psikologis (*psychological empowerment*), yaitu keyakinan karyawan terhadap sejauh apa mereka memiliki lingkungan kerja, kompetensi, makna pekerjaan, dan otonomi dalam pekerjaan.
3. Komitmen organisasional, didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak organisasi tertentu serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut. Tiga dimensi terpisah komitmen organisasional adalah :

- a. Komitmen afektif (*affective commitment*), perasaan emosional untuk organisasi dan keyakinan dalam nilai-nilainya.
- b. Komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*), nilai ekonomi yang dirasa dari bertahan dalam suatu organisasi bila dibandingkan dengan meninggalkan organisasi tersebut.
- c. Komitmen normatif (*normative commitment*), komitmen untuk bertahan dengan organisasi untuk alasan-alasan moral atau etis.

Berdasarkan tinjauan mengenai sikap kerja pegawai, maka sub variabel atau dimensi untuk mengukur sikap kerja adalah :

- a. Kepuasan kerja
- b. Keterlibatan pekerjaan
- c. Komitmen organisasional

Kemudian, deskriptor dari dimensi atau sub variabel tersebut sebagai berikut :

- a. Kepuasan kerja
Persepsi mengenai seberapa jauh pegawai merasa puas dengan pekerjaannya, kepemimpinan, upah, dan keuntungan, promosi kerja, serta interaksi dengan rekan sejawat atau antar pegawai.
- b. Keterlibatan pekerjaan
Persepsi mengenai sejauh apa keyakinan pegawai memiliki lingkungan kerja, kompetensi, makna pekerjaan, dan otonomi dalam pekerjaan di perusahaan yang menaungi mereka.

c. Komitmen organisasional

Persepsi mengenai sejauh mana pegawai memihak kepada perusahaan, serta terhadap tujuan-tujuan dan keinginan-keinginan mereka untuk mempertahankan keanggotaan mereka dalam perusahaan yang menaungi. Indikator dari sub variabel ini terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu :

- Komitmen afektif (*affective commitment*), persepsi seberapa jauh pegawai menyakini dan menjalani nilai-nilai perusahaan, terutama mengenai kebijakan dan tujuan perusahaan.
- Komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*), persepsi sejauh mana secara nilai ekonomi, pegawai bertahan dalam perusahaan.
- Komitmen normatif (*normative commitment*), persepsi sejauh mana pegawai bertahan pada perusahaan yang menaunginya karena merasa mempunyai tanggung jawab akan keberlangsungan perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada kuantitatif. Metodologi kuantitatif bertujuan menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak

terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2009:55).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatif yaitu menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Penelitian ini membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual dan kerangka teori. Peneliti perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu dengan lainnya (Kriyantono, 2009:68).

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survei eksplanatif. Metode survei yaitu metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Populasi

Sugiyono (Krisyantono, 2009:151) menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan. Populasi (kumpulan objek riset) bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan

kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan lainnya.

Dari pengertian populasi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan jumlah keseluruhan dari

sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang yang berjumlah 228 orang.

Tabel 2 Populasi Pegawai

No.	Unit Kerja	Jumlah Karyawan
1.	Bidang Distribusi	
	Perencanaan & Pembangunan SisOpDis	4
	Pengendalian SisOpDis & Pemeliharaan	24
	Efisiensi & Keandalan SisDis	29
	Automatic Meter Reading	7
	Subtotal	64
2.	Bidang Perencanaan	
	Perencanaan Korporat	11
	Perencanaan Sistem Kelistrikan	8
	Pengendalian Sistem TI	8
	Infrakstruktur	5
	Subtotal	32
3.	Bidang Niaga	
	Strategi Pemasaran	9
	Adminitrasi Niaga	11
	Mekanisme Niaga	14
	Subtotal	34
4.	Bidang Keuangan	
	Akuntansi	10
	Pengelolaan Pendapatan	3
	Pengendalian Anggaran	6
	Pengelolaan Biaya	5
	Subtotal	24
5.	Bidang SDM & Organisasi	
	Pengembangan SDM	11
	Administrasi SDM	15
	Subtotal	26
6.	Bidang Komunikasi, Administrasi & Hukum (KAH)	
	Administrasi Umum & Fasilitas	22
	Hukum	5
	Komunikasi & Bina Lingkungan	6
	Audit Internal	15
	Subtotal	48
	Total	228

Sampel adalah sebagian dari populasi atau keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati dan dianggap mewakili karakteristik penelitian. (Kriyantono, 2009:151). Adapun cara pengambilan sampel yang peneliti lakukan dengan menggunakan *stratified sampling* atau sampel berstrata proporsional 50% dari populasi sehingga sampel yang digunakan adalah 114 pegawai.

menggunakan sampling berstrata (*stratified sampling*), digunakan oleh peneliti apabila di dalam populasi terdapat kelompok-kelompok subjek dan antara satu kelompok dengan kelompok lain tampak adanya strata atau tingkatan. Jenis *sampling* berstrata secara proporsional, dari setiap strata diambil jumlah yang proporsional 50% dengan besar setiap strata.

Teknik penarikan sampel

Tabel 3 Sampel Pegawai

Unit Kerja	Ukuran Populasi	% dalam Populasi	Pecahan Sampling	N Sampel	% dalam Sam pel
Bidang Distribusi	64	28%	0,5	32	28%
Bidang Perencanaan	32	14%	0,5	16	14%
Bidang Niaga	34	15%	0,5	17	15%
Bidang Keuangan	24	11%	0,5	12	11%
Bidang SDM & Organisasi	26	11%	0,5	13	11%
Bidang KAH	48	21%	0,5	24	21%
	228	100%		114	100%

Keterangan :

- Ditentukan jumlah sampel 114
- Pecahan *sampling* untuk setiap strata adalah $114/228 = 0,5$
- Setiap unit kerja diwakili dalam sampel proporsinya dalam populasi

Pretest

1. Uji Validitas

Kriyantono 2009:71 mengemukakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari kuesioner yang digunakan. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian

ini adalah Uji Korelasi Produk Momen Pearson (validitas konstruk) yaitu pengujian validitas terhadap *item* (pertanyaan) dapat dikatakan valid jika mempunyai dukungan yang kuat terhadap skor total. Apabila $r_{xy} (r_{hitung}) > r_{tabel}$, maka *item* pertanyaan dalam kuesioner

tersebut dinyatakan sebagai alat tes yang valid. Sebaliknya apabila nilai r_{xy} (r_{hitung}) $<$ r_{tabel} , maka *item* pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan sebagai alat tes yang tidak valid. Teknik pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Ver. 17 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang.

Berdasarkan perhitungan uji validitas menggunakan program SPSS Ver.17 dapat dijelaskan bahwa dengan menyebarkan uji coba kuesioner kepada 30 responden menghasilkan uji validitas variabel Komunikasi Internal Perusahaan (X) yang menunjukkan perolehan ada dua item pernyataan yang tidak valid dikarenakan memiliki $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,361), yaitu pertanyaan nomor 21 (anda berkomunikasi dengan pegawai lainnya tidak hanya saat waktu luang atau istirahat kerja, tetapi juga di luar kantor) dan nomor 24 (anda saling berbagi informasi perihal perusahaan dengan pegawai di bagian/divisi lain) sehingga pertanyaan tersebut dikeluarkan dari kuesioner untuk penelitian selanjutnya.

Sedangkan, uji validitas variabel Sikap Kerja Pegawai (Y) menunjukkan perolehan bahwa ada satu item pernyataan yang tidak valid dikarenakan memiliki $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,361), yaitu pertanyaan nomor 29 (perusahaan memberikan kebebasan kepada pegawai dalam bekerja

sendiri dan tidak diawasi secara ketat) sehingga pertanyaan tersebut dikeluarkan dari kuesioner untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah “stabilitas dan kejituan (akurasi) ukuran-ukuran yang diperoleh dari *instrumen* pengukur”. Sedangkan Muslimin (Aghillunta, 2010: 72) mendefinisikan reliabilitas sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Berdasarkan perhitungan uji reliabilitas menggunakan program SPSS Ver.17 dapat dijelaskan bahwa uji reliabilitas pada variabel Komunikasi Internal Perusahaan (X) menghasilkan besarnya *Alfa Cronbach*, yaitu 0,904 dengan jumlah pertanyaan 25 butir. Nilai *Alfa Cronbach* 0,904 terletak di antara 0,81 hingga 1,00 sehingga tingkat reliabilitas adalah sangat *reliable*.

Sedangkan, uji reliabilitas pada variabel Sikap Kerja Pegawai (Y) menghasilkan besarnya *Alfa Cronbach*, yaitu 0,911 dengan jumlah pertanyaan 18 butir. Nilai *Alfa Cronbach* 0,911 terletak di antara 0,81 hingga 1,00 sehingga tingkat reliabilitas adalah sangat *reliable*.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif, yang artinya setiap data yang terhimpun dan tersusun secara sistematis, untuk kemudian dipelajari dan dianalisa secara eksplanatif.

Analisis Deskriptif

Yaitu digunakan untuk meringkas atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan melalui sampel yang diobservasi. Analisis deskriptif berfungsi untuk menggambarkan data yang merupakan jawaban responden yang diajukan. Analisis deskriptif pada penelitian ini meliputi karakteristik responden, komunikasi internal perusahaan dan sikap kerja pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang dengan menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi.

Analisis Inferensial

Analisis data yang digunakan adalah analisis bivariat, yaitu analisis yang dilakukan untuk melihat hubungan dua variabel. Kedua variabel tersebut merupakan variabel pokok, yaitu variabel pengaruh

(bebas) dan variabel terpengaruh (tak bebas). Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik inferensial.

Kriyantono (2009:170-171) mengemukakan bahwa penggunaan teknik statistik inferensial ini dibedakan antara penelitian eksplanatif asosiatif dan eksplanatif komparatif. Berdasarkan tujuan penelitian, maka teknik statistik yang tepat digunakan adalah teknik inferensial asosiatif. Teknik inferensial asosiatif bertujuan untuk melihat derajat hubungan di antara dua variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut *koefisien asosiasi* (korelasi). Nilai koefisien korelasi ini adalah :
Kurang dari 0,20 hubungan rendah sekali;
lemah sekali
0,20 – 0,39 hubungan rendah tetapi pasti
0,40 – 0,70 hubungan yang cukup berarti
0,71 – 0,90 hubungan yang tinggi; kuat
Lebih dari 0,90 hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

Operasionalisasi Konsep

Tahap operasionalisasi konsep merupakan landasan membuat kuesioner, artinya kuesioner harus selaras dengan apa yang telah dirinci pada operasionalisasi konsep, berikut ini adalah konsep penelitiannya :

OPERASIONALISASI KONSEP

Variabel	Sub variabel/ Dimensi	Indikator	Deskriptor
Komunikasi Internal Perusahaan	a. Komunikasi Vertikal	a.1. <i>Downward Communication</i> a.2. <i>Upward Communication</i>	a.1. pimpinan atau manajemen perusahaan berkomunikasi secara lisan maupun tulisan kepada pegawai dengan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan, dan lain-lain. a.2. pegawai dapat berkomunikasi dengan atasan dengan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya.
	b. Komunikasi Horizontal		b. pegawai berinteraksi dengan pegawai lainnya terhadap informasi mengenai segala hal yang menyangkut pekerjaan atau kegiatan di luar pekerjaan (kedinasan) dan tindakan atau kebijakan pimpinan atau manajemen perusahaan.
	c. Komunikasi Diagonal (<i>Cross Communications</i>)		c. pegawai berkomunikasi dengan pegawai lainnya antar divisi mengenai pekerjaan, keluhan dan tindakan atau kebijakan pimpinan atau manajemen perusahaan.

Sikap Kerja Pegawai	a. Kepuasan Kerja	<p>a.1. Kepuasan kerja</p> <p>a.2. Kepuasan kepenyelidikan atau supervisi</p> <p>a.3. Kepuasan upah dan keuntungan</p> <p>a.4. Kepuasan penilaian prestasi, promosi, peluang kerja</p> <p>a.5. Kepuasan pada rekan sejawat</p>	<p>a.1. puas dengan jenis pekerjaan yang diberikan</p> <p>a.2. puas dengan sistem pengawasnya dan peneliannya</p> <p>a.3. puas dengan gaji, tunjangan, dan fasilitas yang diterima</p> <p>a.4. puas dengan sistem penilaian, promosi, dan kesempatan dalam memperoleh peluang pekerjaan</p> <p>a.5. puas dengan dengan hubungan dengan sesama rekan kerja</p>
	b. Keterlibatan Pekerjaan	<p>b.1. Lingkungan kerja</p> <p>b.2. Kompetensi</p> <p>b.3. Makna pekerjaan</p> <p>b.4. Otonomi dalam pekerjaan.</p>	<p>b. persepsi mengenai sejauh apa keyakinan pegawai memiliki lingkungan kerja, kompetensi, makna pekerjaan, dan otonomi dalam pekerjaan di perusahaan yang menaungi mereka.</p>
	c. Komitmen Organisasional	<p>c.1. Komitmen afektif</p> <p>c.2. Komitmen berkelanjutan</p> <p>c.3. Komitmen normatif</p>	<p>c.1. menyakini dan menjalani nilai-nilai perusahaan, terutama mengenai kebijakan dan tujuan perusahaan.</p> <p>c.2. secara nilai ekonomi, konsisten bertahan dalam perusahaan.</p> <p>c.3. mempunyai tanggung jawab akan keberlangsungan perusahaan.</p>

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Untuk lebih memudahkan dalam menginterpretasikan variabel Sikap Kerja Pegawai dalam penelitian ini, maka perlu dibuat kategori penilaian variabel tersebut dengan terlebih dahulu dibuat interval sebagai berikut :

a. Range = nilai maksimal – nilai minimal

$$\begin{aligned} &= (17 \times 4) - (17 \times 1) \\ &= 68 - 17 \end{aligned}$$

$$= 51$$

b. Interval = $\frac{\text{Range}}{\text{Kategori yang diinginkan}}$

$$= \frac{51}{3}$$

$$= 17$$

Nilai maksimum, minimum, range serta interval yang didapatkan tersebut digunakan untuk mengkategorikan responden berdasarkan Sikap Kerja Pegawai sebagai berikut :

- Skor responden sebanyak 17 – 34 menunjukkan bahwa Sikap Kerja Pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang pada kategori Tidak Baik.
- Skor responden sebanyak 35 – 52 menunjukkan bahwa Sikap Kerja Pegawai PT PLN (Persero) Kantor

Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang pada kategori Kurang Baik.

- Skor responden sebanyak 53 – 68 menunjukkan bahwa Sikap Kerja Pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang pada kategori Baik.

Untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai Sikap Kerja Pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang, data yang diperoleh dijelaskan ke dalam tabel berikut :

PENILAIAN SIKAP KERJA PEGAWAI

N = 114

No.	Kategori Penilaian	Frequency (f)	Percent (%)
1.	Tidak Baik	1	0,9
2.	Kurang Baik	81	71
3.	Baik	32	28,1
Total		114	100

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa frekuensi tertinggi responden adalah responden dengan kategori kurang baik yaitu 81 responden (71%). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Sikap Kerja Pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang kurang baik, hal ini dapat dilihat berdasarkan sebagian besar

responden menyatakan bahwa PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang dari segi sikap kerja pegawai dikategorikan kurang baik.

Analisis Inferensial

Koefisien Korelasi (r)

Correlations

		Komunikasi Internal Perusahaan	Sikap Kerja Pegawai
Komunikasi Internal Perusahaan	Pearson Correlation	1	.609**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	114	114
Sikap Kerja Pegawai	Pearson Correlation	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	114	114

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil *Pearson Correlation* di atas, untuk mengetahui ada tidaknya hubungan, maka nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} .

Kriteria pengujian :

- 1) $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada hubungan
- 2) $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak ada hubungan

Kemudian, r_{tabel} dengan $df = 114 - 2 = 112$ dan taraf signifikansi 0,05 (5%) adalah 0,184. Dengan demikian karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka antara komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai terdapat hubungan.

Analisis ini digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel komunikasi internal perusahaan (X) dengan variabel sikap kerja pegawai

(Y). Dalam hal ini mengukur kuat atau lemahnya hubungan antara komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver.17, dapat dilihat bahwa koefisien korelasi linier yang dihasilkan antara komunikasi internal (X) dengan sikap kerja pegawai (Y) sebesar 0,609. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi internal perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti dengan sikap kerja pegawai karena nilai koefisien korelasi linier terletak di antara 0,40 hingga 0,70.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.365	4.08635

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Internal Perusahaan

Nilai koefisien korelasi = 0,609 angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,371 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi). Hal ini berarti 37,1% persepsi pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang ditentukan oleh faktor variabel komunikasi internal perusahaan sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai. Keputusan yang diambil sebagai berikut :

Tabel

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.975	3.608	6.368	.000
	Komunikasi Internal Perusahaan	.415	.051	.609	.000

a. Dependent Variable: Sikap Kerja Pegawai

Dasar dari pengambilan keputusan adalah membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

Dari tabel di atas didapat t_{hitung} untuk komunikasi internal perusahaan = 8,127 signifikansi 0,000 dan dengan taraf signifikansi 0.05 diperoleh $t_{tabel} = 1,981$ terlihat bahwa nilai $t_{hitung} 8,127 > t_{tabel} 1,981$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel komunikasi internal perusahaan signifikan terhadap variabel sikap kerja pegawai atau H_a diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah ditentukan pada bab sebelumnya

maka dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Sebagian besar responden (62,3%) mempersepsikan komunikasi internal perusahaan kurang efektif. Mayoritas responden (71%) mempersepsikan sikap kerja pegawai kurang baik.
2. Dari perhitungan korelasi *pearson* dijelaskan bahwa koefisien korelasi yang dihasilkan antara komunikasi internal perusahaan (X) dengan sikap kerja pegawai (Y) PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang sebesar 0,609. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi internal perusahaan memiliki hubungan yang cukup berarti dan positif terhadap sikap kerja pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang karena nilai koefisien korelasi linier terletak di antara 0,40 hingga 0,70. Dengan demikian, semakin kurang efektif komunikasi internal perusahaan maka semakin kurang baik sikap kerja pegawai.
3. Angka *R square* atau koefisien determinasi adalah 0,371. Hal ini berarti 37,1% persepsi pegawai PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang ditentukan oleh faktor variabel komunikasi internal perusahaan

sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

4. Berdasarkan uji t didapat nilai t_{hitung} untuk komunikasi internal perusahaan = 8,127 signifikansi 0,000 dan dengan taraf signifikansi 0.05 diperoleh t_{tabel} = 1,981 terlihat bahwa nilai t_{hitung} 8,127 > t_{tabel} 1,981 maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel komunikasi internal perusahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap kerja pegawai.

Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan-kesimpulan pada penelitian ini maka dapat diambil beberapa saran bagi pihak humas dan manajemen PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang, diantaranya sebagai berikut :

1. Peran Divisi Komunikasi & Bina Lingkungan selaku Humas PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang diharapkan lebih optimal sebagai corong komunikasi dan mediator untuk memberikan informasi yang dibutuhkan kepada para pegawai dalam satu divisi dan antar divisi, serta mengembangkan hubungan profesionalitas di antara atasan dengan pegawai dan sebaliknya.

2. Perlu adanya pemerataan dan koordinasi pengadaan aktivitas sosial di seluruh divisi pada PT PLN (Persero) Kantor Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang, diantaranya *employee gathering* atau kegiatan di luar pekerjaan (kedinasan) dalam bentuk olahraga, keagamaan, kekeluargaan, kesejahteraan, dan kepedulian sosial sehingga nantinya kegiatan ini akan memupuk kebersamaan, kekompakan, kesadaran saling menghormati dan menghargai, serta mewujudkan tim kerja yang solid.
3. Hasil penelitian mengenai komunikasi internal perusahaan dengan sikap kerja pegawai perlu ditindaklanjuti sehingga dapat mengetahui perkembangan yang terjadi di internal perusahaan, terutama komunikasi di antara atasan/pimpinan dan pegawai dan bagaimana peningkatan sikap kerja pegawai yang baik dan positif .

Daftar Pustaka

- Jefkins F. 2003. *Public relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono R. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta Prenada Media Group.

- Moore F. 2005. Humas membangun citra dengan komunikasi. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Muhammad A. 2005. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Nova F. 2009. Crisis Public Relations. Bagaimana Public Relations menangani krisis perusahaan. Jakarta: Grasindo
- Robbins SP dan Judge TA. 2008. Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruslan R. 2008. Etika Kehumasan, konsepsi dan aplikasi. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.
- West and Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi 1. Jakarta: Salemba Humanika

