

**PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN
OUTSOURCING DIVISI ENTERPRISE SERVICE PT.TELKOM INDONESIA**

***THE EFFECT OF COMMUNICATION CLIMATE ON EMPLOYEE WORK MOTIVATION
OUTSOURCING PT. TELKOM INDONESIA ENTERPRISE SERVICE DIVISION***

Farah Syahidah¹, Yuliani Rachma Putri, S.Ip., MM²

^{1,2}Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹farahppar@gmail.com , ²yuliani.nurrahman@gmail.com

ABSTRAK

Iklm komunikasi dan motivasi kerja karyawan perlu diperhatikan dalam berorganisasi, karena ikut memengaruhi tingkah laku karyawan dalam menjalankan tugasnya di perusahaan untuk mencapai tujuan organisasinya. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Iklim Komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan Outsourcing Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia”. Objek penelitian ini adalah Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasional. Data penelitian ini diperoleh melalui sebar kuesioner yang dibagikan ke karyawan dan studi kepustakaan. Sampel yang digunakan untuk melakukan penelitian ini yaitu sebanyak 75 orang dengan populasi sebanyak 295 orang. Hasil dari hubungan korelasi yang menunjukkan hubungan yang signifikan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja karyawan. Hasil perhitungan menghasilkan nilai koefisien 0,277. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah semakin baik iklim komunikasi organisasi yang diterapkan maka semakin tinggi pula motivasi karyawan Outsourcing Divisi Enterprise Service Telkom Indonesia. Saran untuk perusahaan yaitu dengan meningkatkan kenyamanan iklim komunikasi dalam lingkungan organisasi dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan

Kata Kunci: Iklim Komunikasi, Motivasi Kerja, Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia

ABSTRACT

The communication climate and work motivation of employees need to be considered in the organization, because it also influences employee behavior in carrying out their duties in the company to achieve its organizational goals. This study entitled “The Effect of Communication Climate on the Motivation of Outsourcing Employee Work in the Enterprise Service Division of PT Telkom Indonesia.” The object of this research is the Enterprise Service Division of PT Telkom Indonesia. The research method used is correlational method. The research data was obtained through the distribution of questionnaires distributed to employees and literature studies. The sample used for conducting this study was 75 people with a population of 295 people. The result of the correlation relationship show a significant relationship between the communication climate and employee motivation. The calculation result produce a coefficient of 0.277. The conclusion in this study is that the better the organizational communication climate that is applied, the higher the motivation of Telkom Indonesia Enterprise Service Division Outsourcing employees. Suggestions for companies, namely by increasing the comfort of the communication climate within the organization environment can increase employee motivation

Keyword: Communication Climate, Employee Motivation, Enterprise Service Division PT Telkom Indonesia

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam berorganisasi. Komunikasi dalam organisasi sangat dibutuhkan dalam mempelajari komunikasi organisasi yaitu dalam memperbaiki organisasi. Selain itu komunikasi sangat penting untuk kemajuan organisasi, suatu organisasi dapat dikatakan sukses apabila hubungan antara internalnya harmonis. Jika tidak ada komunikasi maka koordinasi akan terganggu, akibatnya adalah disharmonisasi yang akan mengganggu proses pencapaian target dan tujuan organisasi. Komunikasi juga sangat berguna untuk kelangsungan organisasi, dengan adanya komunikasi bisa mengembangkan manajemen sumber daya manusia, instansi dan tugas lainnya.

Dalam sebuah organisasi di sebuah perusahaan untuk menarik perhatian terhadap jasa dan produk perusahaan kepada konsumen ada hal terpenting yang dibutuhkan yaitu adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Tanpa adanya SDM perusahaan tujuan organisasi yang sudah dibuat tidak akan berkualitas dan tercapai.

Salah satu cara yang paling efektif untuk mempertahankan SDM yang baik dan berkualitas yaitu adalah menciptakan iklim komunikasi organisasi yang baik. Iklim organisasi dan iklim komunikasi memiliki hubungan yang erat, karena iklim komunikasi organisasi tanpa iklim komunikasi maka proses organisasi tidak akan berjalan dengan efektif dan efisien. Iklim komunikasi organisasi yaitu sangat penting karena mengaitkan konsep, perasaan, dan harapan anggota organisasi dan membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi. Iklim organisasi komunikasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik komunikasi semata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif (Pace dan Faules, 20016: 148).

Dalam PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki jumlah SDM yang cukup tinggi tetapi PT. Telekomunikasi Indonesia lebih memiliki banyak karyawan *outrourcing* atau kontrak dibanding dengan karyawan organik atau tetap. Salah satunya Divisi Enterprise Service ini yang memiliki jumlah karyawan *outsourcing* atau kontraknya lebih banyak daripada karyawan organik atau tetapnya. Karyawan *outsourcing* yaitu adalah karyawan yang berkerja di PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom Indonesia) yang dipegang oleh vendor atau anak perusahaan Telkom fIndonesia, *outsourcing* merupakan karyawan kontrak yang sudah dipegang oleh mitra perusahaan. Selama PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Enterprise Service memiliki karyawan kontrak lebih banyak, nama PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Enterprise Service selalu baik dimata konsumen atau masyarakat Indonesia (Sumber: Arsip Perusahaan). PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Enterprise Service selalu memberikan yang terbaik kepada karyawannya baik karyawan tetap maupun kontrak. Manajemen SDM yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Enterprise Service cukup baik karena setiap atasan nya selalu memberikan motivasi kepada karyawannya agar mereka selalu memberikan hasil yang terbaik untuk perusahaan.

DASAR TEORI

KOMUNIKASI

Komunikasi atau "*communication*" berasal dari bahasa latin yaitu "*communis*" yang artinya sama atau "*communicare*" yang artinya bercakap-cakap. Pemahaman komunikasi, sering kali dikaitkan dengan paradigma yang dicetuskan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* yaitu "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*", yang menunjukkan bahwa komunikasi terdapat lima unsur, yaitu:

- *Who* (Siapa)
Who yang dimaksudkan adalah komunikator sebagai sumber/pihak utama penyampai pesan yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
- *Says What* (Pesan)
Says What yang dimaksud adalah apa makna yang akan disampaikan, berupa pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) berupa seperangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber (komunikator).
- *In Which Channel* (Saluran/Media)
In Which Channel yang dimaksudkan adalah alat atau media yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan, baik secara langsung (tatap muka) atau secara tidak langsung melalui media (media cetak atau elektronik)
- *To Whom* (Untuk Siapa/Penerima)
To Whom yang dimaksudkan adalah komunikan baik individu atau kelompok maupun organisasi, yang ditujukan untuk menerima pesan.
- *In What Effect* (Pengaruh)
In What Effect yang dimaksudkan adalah bagaimana dampak atau efek yang terjadi ketika pesan telah diterima oleh komunikan dari komunikator yang dapat mempengaruhi reaksi atau tindakan, pola pikir, pengetahuan hingga perilaku.

KOMUNIKASI ORGANISASI

Komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit- unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi dengan demikian terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hirarkis antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Mulyana, 2001:31-32).

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi pasti memiliki tujuan dari organisasi tersebut, agar tujuan tersebut dapat tercapai. Tujuan komunikasi organisasi yaitu adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi untuk mengadakan perubahan dan memengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan (Koontz dalam Moekijat, 1993: 15-16). Sementara itu ada empat tujuan komunikasi organisasi (Liliweri 2013:372-373), yakni:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat
2. Membagi informasi
3. Menyatakan perasaan dan emosi
4. Melakukan kordinasi

Dari situlah dapat dipahami pentingnya komunikasi. Komunikasi hal penting untuk berfungsinya internal perusahaan. Ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus (Liliweri 2014:373-374) adalah:

1. Fungsi umum
 - a) Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya
 - b) Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan.
 - c) Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan agar mereka bisa belajar dari orang lain, belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikerjakan orang lain tentang organisasi
2. Fungsi khusus
 - a) Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando
 - b) Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi
 - c) Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan dalam suasana yang tidak pasti.

Selain fungsi komunikasi organisasi tentu juga dalam perusahaan memiliki peran komunikasi dan perilaku organisasi yang baik dan tepat. Komunikasi organisasi dalam proses penyampaian pesan atau informasi yang dilakukan oleh para pemimpin.

IKLIM KOMUNIKASI

Redding (dalam Pace dan Faules, 1996:245) mengatakan iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi. Iklim komunikasi organisasi merupakan suatu citra makro, abstrak dan gabungan dari suatu fenomena global yang disebut komunikasi organisasi (Pace dan Faules, 2005:147). Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi-persepsi atas karakter yang relative langgeng pada organisasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Redding (Goldhaber, 1993:65) menunjukkan bahwa iklim komunikasi lebih luas dari persepsi karyawan terhadap kualitas hubungan dan komunikasi dalam organisasi serta tingkat pengaruh dan keterlibatan. Redding mengusulkan lima dimensi dari iklim komunikasi tersebut, yakni:

1. Kepercayaan. Memandang hubungan komunikasi dengan atasan dapat membangun dan meningkatkan kesadaran diri tentang 'makna dan kepentingan perannya.
2. Kesertaan dalam proses keputusan. Kesadaran komunikasi dengan atasan mempunyai manfaat dan pengaruh didengarkan dan digunakan.
3. Kejujuran, percaya diri, dan keandalan. Sumber pesan atau peristiwa-peristiwa komunikasi dianggap dapat dipercaya.
4. Terbuka dan tulus. Dalam komunikasi formal maupun informal terdapat keterbukaan dan ketulusan dalam berkata dan mendengar
5. Tujuan kinerja yang tinggi. Tingkat kejelasan uraian dan penjelasan tentang tujuan-tujuan kinerja sebagaimana yang dirasakan oleh para karyawan.

MOTIVASI KERJA

Motivasi adalah suatu permasalahan yang kompleks. Karena di dalamnya menyangkut hal-hal yang meliputi perasaan, pikiran dan pengalaman dari masing-masing individu, yang dipengaruhi hubungan baik dari dalam organisasi maupun luar organisasi (William B. Werther dan Keith Davis, 1996: 500). Peran motivasi dalam menggerakkan fungsi manajemen sumber daya manusia adalah membuat individu bertindak atau berperilaku dalam cara tertentu agar sampai pada tujuan yang sudah ditentukan.

Motivasi menyangkut alasan-alasan mengapa seorang mau mencurahkan tenaga untuk melakukan suatu pekerjaan. Menurut Pace & Faules (2002:126-135), penelitian dan pengalaman hidup dalam organisasi menunjukkan bahwa motivasi kerja didasarkan atas empat asumsi utama, yaitu :

1. Seberapa jauh harapan pegawai dipenuhi oleh organisasi Harapan, Reid dan Evans (1983) mengamati bahwa “orang-orang memulai karir mereka dengan harapan akan terus-menerus dipromosikan”. Niniger (1970) menemukan bahwa “tingkat kepuasan pegawai yang harapannya terpenuhi secara signifikan lebih tinggi daripada mereka yang harapannya tidak terpenuhi”. Jadi, suatu faktor utama yang menunjukkan atau mencerminkan motivasi kerja adalah reaksi seorang terhadap sejauh harapan telah dipenuhi oleh organisasi dimana ia bekerja.
2. Apa yang dipikirkan pegawai mengenai peluang mereka dalam organisasi. Peluang menggambarkan suatu situasi atau kondisi yang menyenangkan untuk mencapai suatu tujuan. Peluang (opportunity) mungkin merupakan unsur yang paling kuat dari unsur yang mempengaruhi motivasi kerja. Tanpa peluang yang dipersepsi, karyawan menjadi putus asa.
3. Bagaimana pendapat pegawai mengenai seberapa banyak pemenuhan yang diperoleh dari pekerjaan dalam organisasi. Pemenuhan (fulfillment) dalam bekerja menunjukkan bahwa karyawan merasa bahwa mereka telah mampu mendefinisikan diri mereka sendiri sesuai dengan keinginan mereka dan diterima.
4. Bagaimana persepsi pegawai terhadap kinerja mereka dalam organisasi Swanson dan Grandous (1986) menjelaskan bahwa “dalam system berapapun ukurannya, semua pekerjaan saling berhubungan. Hasil dari seperangkat kinerja pekerjaan adalah masukan bagi usaha kinerja lainnya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui sejauh mana pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi kinerja karyawan. Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil.

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian ini berlandaskan positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.

Dengan menggunakan kuesioner sebagai tehnik pengumpulan data, maka peneliti kuantitatif hampir tidak mengenal siapa yang diteliti atau responden yang memberikan data. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpulan data yang dapat berbentuk test, angket/kuesioner, untuk pedoman wawancara

atau observasi. Langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah.

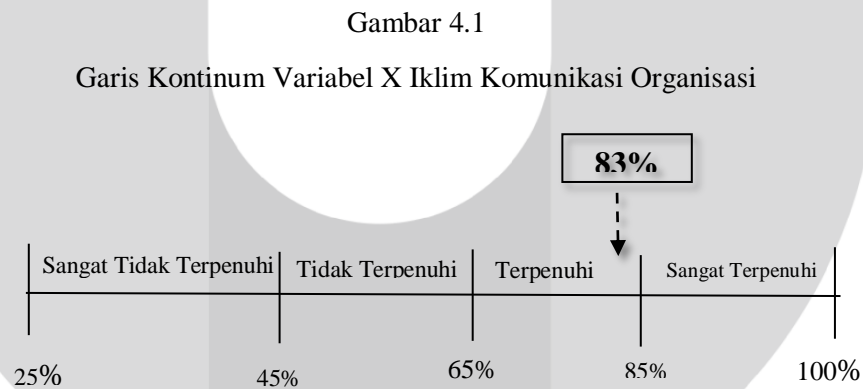
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data penelitian dari data primer yaitu adalah dengan menyebarkan kuesioner yang digunakan untuk menganalisis pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan outsourcing Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia. Kuesioner tersebut disebar kepada 75 responden yang menjadi sampel penelitian tersebut. Sebanyak 40 orang atau 53% responden adalah laki-laki dan 35 orang atau 47% responden adalah perempuan sehingga dapat didominasi oleh laki-laki meskipun jumlahnya tidak terlalu jauh dengan karyawan wanita.

ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisis apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasi atau tidak. Jika hipotesis (Ha) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggambarkan tanggapan responden yang sudah diteliti dan diketahui.

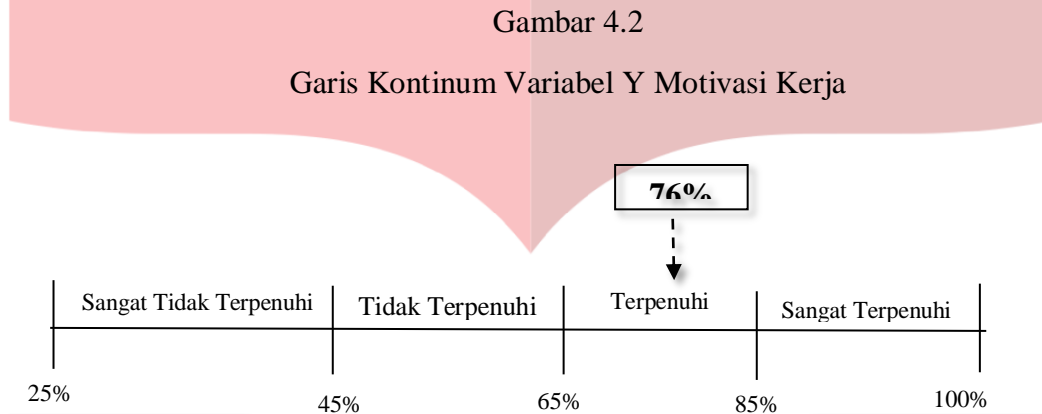
- GAMBARAN TANGGAPAN RESPONDEN VARIABEL X (IKLIM KOMUNIKASI)**
 Dalam hasil kuesioner untuk variabel X (Iklim Komunikasi) diukur melalui 7 item pertanyaan dengan hasil persentase yaitu 83%. Skor tersebut digambarkan dalam garis kontinum sebagai berikut:



Hasil dari tanggapan 75 orang responden dan 7 item pertanyaan, didapatkan hasil persentase yaitu 83% dengan rentang nilai yaitu 65% - 85%. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari tanggapan responden mengenai variabel X (Iklim Komunikasi) termasuk kedalam kategori “terpenuhi”.

• **GAMBARAN TANGGAPAN RESPONDEN VARIABEL Y (MOTIVASI KERJA)**

Dalam hasil kuesioner untuk variabel Y (Motivasi Kerja) diukur melalui 7 item pertanyaan dengan hasil persentase yaitu 76%. Skor tersebut digambarkan dalam garis kontinum sebagai berikut:



Hasil dari tanggapan 75 orang responden dan 7 item pertanyaan didapatkan hasil persentase yaitu 76% dengan rentang nilai yaitu 65% - 85%. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari tanggapan responden mengenai variabel Y (Motivasi Kerja) termasuk dalam kategori “terpenuhi”.

UJI NORMALITAS DATA

Menurut Sugiyono (2018:258) sebelum pengujian data hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Setiap data pada setiap variabel harus terlebih dahulu diuji normalitasnya, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data dapat menggunakan Kertas Peluang Normal dan Chi kuadrat. Untuk dapat lebih memastikan, selanjutnya digunakan uji *One-Sample* Kolmogorov-Smirnov terhadap data *unstandardized residual* pada tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, hal tersebut menunjukkan bahwa data telah berdistribusi normal (Ghozali, 2011:165)

Tabel 4.3
Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.28325028
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.066
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil tabel diatas dari uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan nilai 0,099 dan nilai probabilitas sebesar 0,065. Nilai probabilitas hasil estimasi lebih besar dari hasil taraf nyata signifikansi yang ditetapkan ($0,065 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data *unstandardized residual* telah berdistribusi normal.

ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan nilai variabel independen. Analisis regresi linier sederhana dilakukan bila hubungan dua variabel mencakup hubungan kausal atau fungsional (Sugiyono, 2018:299). Model yang digunakan untuk melihat pengaruh antar variabel tersebut adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Motivasi Kerja

a : Konstanta

b : Koefisien

X : Iklim Komunikasi Organisasi

Dalam mengetahui hasil analisis regresi linier sederhana yaitu dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 23 didapat hasil estimasi ukuran regresi linier sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.4
Nilai Koefisien Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.180	4.524		3.576	.001
	Iklim_komunikasi	.376	.152	.277	2.465	.016

a. Dependent Variable: Motivasi_kerja

Berdasarkan tabel di atas didapat nilai konstanta dan koefisien regresi, sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 16,180 + 0,376 X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa :

1. Ketika Iklim Komunikasi Organisasi (X) bernilai nol atau Motivasi Kerja (Y) tidak dipengaruhi oleh *Iklim Komunikasi Organisasi*, maka rata-rata Motivasi Kerja yaitu 16,180.
2. Sedangkan koefisien regresi b memiliki artinya bahwa jika variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Motivasi Kerja (Y) akan meningkat sebesar 0,376.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Iklim Komunikasi Organisasi memberikan pengaruh terhadap Motivasi Kerja. Dimana, semakin tinggi atau semakin kuatnya Iklim Komunikasi Organisasi, maka semakin meningkatnya Motivasi Kerja.

UJI SIGNIFIKASI (PENGUJIAN HIPOTESIS PARSIAL)

Menurut Priyatno (2013:50) uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah ada pengaruhnya atau tidak. Dengan tingkat signifikansi 10% maka kriteria pengujian adalah:

1. Bila nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak, terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen

Rumus hipotesis secara parsial penelitian ini berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan adalah:

H_0 = Iklim Komunikasi Organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Kerja
 H_1 = Iklim Komunikasi Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Kerja
 Kriteria uji: Tolak H_0 dan terima H_1 jika $-ttabel \geq t_{hitung} \geq ttabel$; atau Terima H_0 dan tolak H_1 jika $-ttabel < t_{hitung} < ttabel$.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.180	4.524		3.576	.001
	Iklim_komunikasi	.376	.152	.277	2.465	.016

a. Dependent Variable: Motivasi_kerja
 Dengan menggunakan aplikasi spss 23 diperoleh nilai t_{hitung} sebagai berikut :

Berdasarkan tabel diatas hasil dari nilai t_{hitung} untuk variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X) yaitu dengan nilai 2,465. Hasil dari nilai t_{hitung} tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai t pada tabel nilai distribusi t dengan $\alpha = 5\%$ dan $df = n - k - 1 = 75 - 1 - 1 = 73$ diperoleh nilai $ttabel$ dari tabel distribusi t untuk pengujian dua pihak sebesar 1,666.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada karyawan outsourcing Divisi Enterprise Service di Telkom Indonesia mengenai Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Outsourcing di Telkom Indonesia, maka penulis menarik kesimpulan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang sudah diteliti sebagai berikut :

1. Penulis menyebarkan kuesioner kepada 75 orang responden dan 7 item pertanyaan, dan didapat nilai persentase sebesar 83% yang merupakan termasuk rentang dari nilai 65% - 85%. Dapat disimpulkan bahwa variabel X Iklim Komunikasi Organisasi termasuk dalam kategori “terpenuhi”
2. Penulis menyebarkan kuesioner kepada 75 orang responden dan 7 item pertanyaan, dan didapat nilai persentase sebesar 76% yang merupakan termasuk rentang dari nilai 65% - 85%. Dapat disimpulkan bahwa variabel Y Motivasi Kerja termasuk dalam kategori “terpenuhi”

3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dapat diambil kesimpulan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja karyawan outsourcing Divisi Enterprise Service di Telkom Indonesia dengan nilai pengaruh sebesar 76%.

SARAN

Saran Akademis

Saran yang diajukan dalam penelitian ini untuk selanjutnya yaitu kualitas dalam penelitian bertambah baik untuk kedepannya. Hal yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya adalah kepada peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti penelitian ini lebih lanjut agar dapat mengumpulkan lebih banyak lagi data dan responden agar data yang ditemukan lebih valid.

Saran Praktisi

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dibuat oleh peneliti, Iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan perlu diperhatikan pemimpin organisasinya maupun lingkungannya, karena ikut mempengaruhi sikap karyawan dalam menjalankan pekerjaannya membantu perusahaan untuk mencapai target dari tujuan organisasi. Semakin baik iklim komunikasi organisasi maka semakin tinggi juga motivasi kerja karyawan di Divisi Enterprise Service Telkom Indonesia.

