

PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DIVISI ENTERPRISE SERVICE PT TELKOM INDONESIA

Aisah Nur Fitriani, Yuliani Rachma Putri, S.Ip., MM

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Jalan
Telekomunikasi Terusan Buah Batu No. 1 Bandung, Jawa Barat 40257

Email : aisahnur123@gmail.com, yuliani.nurrahman@gmail.com

ABSTRAK

Divisi *Enterprise Service* merupakan salah satu divisi yang ada di PT Telkom Indonesia, Tbk. Divisi tersebut merupakan unit yang bertugas untuk mensupport semua segment perusahaan telkom untuk memberikan kebutuhan pelayanan pelanggan bagi perusahaan-perusahaan besar dan BUMN. Divisi tersebut memiliki budaya kerja berbunyi “FU11TAST19” yang selalu ditanamkan dalam diri karyawan untuk berkomunikasi dengan baik. Baik itu komunikasi ke atas, ke bawah maupun komunikasi horizontal. Iklim komunikasi merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan untuk keberlangsungan suatu organisasi karena dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi dan kepuasan kerja karyawan di Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia serta mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner. Jumlah karyawan sebanyak 500 orang dengan mengambil sampel sebanyak 84 orang. Dari tanggapan responden pada iklim komunikasi sebesar 90% termasuk dalam kategori sangat baik, dan kepuasan kerja sebesar 88% dalam kategori sangat baik. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi (X) memberikan pengaruh sebesar 78,4% terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y), sedangkan 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Iklim Komunikasi, Kepuasan Kerja, FU11TAST19

ABSTRACT

The Enterprise Service Division is one of the divisions in PT Telkom Indonesia, Tbk. This division is a unit whose job is to support all segments in the telkom company to provide customer service needs for large companies and state-owned enterprises. The division has a work culture that

reads "FU11TAST19" which is always instilled in employees to communicate well. Whether it's upward, downward or horizontal communication. The communication climate is one of the things that needs to be considered for the sustainability of an organization because it can have an influence on employee job satisfaction. The purpose of this study is to determine how much influence the communication climate and job satisfaction of employees in the Enterprise Service Division of PT Telkom Indonesia and to find out how much influence the climate of communication has on job satisfaction of employees of the Enterprise Service Division of PT Telkom Indonesia. The method used is quantitative methods with data collection techniques in the form of questionnaires. The number of employees was 500 people with a sample of 84 people. From the responses of respondents on the communication climate, 90% were in the very good category, and 88% job satisfaction was in the very good category. The coefficient of determination test shows that the Communication Climate (X) has an influence of 78.4% on the Job Satisfaction variable (Y), while 21.6% is influenced by other factors that are not examined.

Keywords: Communication Climate, Job Satisfaction, FU11TAST19

PENDAHULUAN

Pada perkembangan kehidupan manusia saat ini tidak lepas dari sebuah proses komunikasi. Dalam komunikasi yang di lakukan manusia terdapat berbagai cara yang berbeda-beda untuk mencapai suatu tujuan dan kepuasan yang ingin dicapainya. Dengan adanya komunikasi dapat membatu kehidupan manusia dalam bertukar pesan antar satu dengan yang lainnya untuk menghasilkan feedback yang baik dan membantu berinteraksi sosial dengan orang di sekitarnya.

Komunikasi memiliki dua sifat yaitu komunikasi *face to face* atau tatap muka dan komunikasi bermedia. Komunikasi *face to face* adalah komunikasi yang dilakukan dengan langsung atau berketemu tanpa menggunakan media apapun. Sedangkan, komunikasi bermedia adalah komunikasi yang memanfaatkan suatu teknologi sebagai sarana dalam berkomunikasi. Teknologi yang digunakan yaitu berupa media cetak maupun media elektronik (Suharsono dan Dwiantara, 2013:32-33).

Selain, Komunikasi penting untuk kehidupan sehari-hari. Komunikasi juga merupakan hal penting dalam berorganisasi. Komunikasi juga sangat penting untuk kemajuan organisasi, karena suatu organisasi dapat dikatakan sukses apabila hubungan antar internalnya berjalan secara harmonis. Jika tidak adanya komunikasi maka koordinasi akan terganggu dan akan mengakibatkan ketidakharmonisan yang mengganggu proses pencapaian target dan tujuan organisasi.

Suatu organisasi dapat berdiri dan berjalan dengan baik tentu didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan berpengalaman. Didalam organisasi tersebut juga terdapat sebuah keanekaragaman yang merupakan suatu hal yang wajar dalam sebuah organisasi. Namun, disamping itu juga mempengaruhi iklim komunikasi yang ada di suatu organisasi perusahaan.

Menurut Dennis (1975) dalam (Muhammad Arni, 2011:86) mengatakan bahwa Iklim komunikasi merupakan kualitas pengalaman yang bersifat objektif mengenai lingkungan internal organisasi yang mencakup suatu persepsi anggota organisasi terhadap pesan dan hubungan pesan dengan kejadian yang terjadi di dalam organisasi.

Sedangkan, menurut (Pace dan Faules, 2006:147) mengemukakan bahwa Iklim komunikasi adalah gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, perilaku manusia, respons karyawan terhadap karyawan lainnya, harapan-harapan, konflik antarpersonal, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut.

Suatu Iklim Komunikasi dalam organisasi perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang jalannya organisasi, karena iklim komunikasi sebuah organisasi mempengaruhi cara hidup kita : kepada siapa kita bicara, siapa yang kita sukai, bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja kita, bagaimana perkembangan kita, apa yang ingin kita capai, dan bagaimana cara kita menyesuaikan diri dengan organisasi (Pace dan Faules, 2002:148).

Selain itu, iklim komunikasi juga sangat penting karena dapat mempengaruhi kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Dengan semakin baiknya iklim komunikasi, maka kinerja para karyawan juga akan semakin baik. Karena menurut Mangkunegara (2007:67) *“kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”*.

Artinya kinerja karyawan dapat di katakan baik, jika karyawan dapat menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawab yang telah di berikan kepadanya. Sehingga, jika sebuah iklim komunikasi perusahaan tersebut berjalan dengan baik maka karyawan akan dengan senang hati melakukan pekerjaannya dan memberikan kinerja yang terbaik dalam pekerjaan dengan sepenuh hati.

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian Divisi Enterprise Service karena pada divisi tersebut merupakan unit yang bertugas sebagai mensupport semua segment yang ada di perusahaan telkom untuk memberikan kebutuhan pelayanan pelanggan telkom bagi perusahaan-perusahaan besar dan BUMN.

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian Divisi Enterprise Service karena pada divisi tersebut merupakan unit yang bertugas sebagai mensupport semua segment yang ada di perusahaan telkom untuk memberikan kebutuhan pelayanan pelanggan telkom bagi perusahaan-perusahaan besar dan BUMN.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Bapak Purwanto yang menjabat sebagai *Manager Resources dan Budget Control Divisi Enterprise Service* PT Telkom Indonesia di Jakarta, mengatakan bahwa sangat mengutamakan komunikasi secara efektif dalam ruang lingkup karyawannya dengan berbagai upaya kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan iklim komunikasi yang baik seperti melakukan apel kegiatan kerja yang dilakukan secara rutin setiap seminggu sekali.

Kegiatan ini biasanya di lakukan pada pimpinan yang dihadiri oleh semua *staff, Account Manager, Manager, dan General Manager*. Pada apel kegiatan kerja ini biasanya dilakukan sebelum melaksanakan kerja untuk menyampaikan informasi terbaru, lalu perwakilan dari setiap bagian mempresentasikan pencapaian target kepada pimpinan serta membandingkan pencapaian target dengan sebelumnya, dan permasalahan dalam pekerjaannya.

Adanya, apel kegiatan kerja dianggap sebagai media komunikasi yang efektif dan informatif untuk karyawan *Divisi Enterprise Service*. Lalu, pada *Divisi Enterprise Service* juga membantu dalam mengembangkan *skill* dan potensi karyawannya dengan cara menuntut setiap karyawan untuk menciptakan sesuatu yang inovatif dan kreatif.

Setiap tahunnya, divisi tersebut menuntut karyawannya terkhusus untuk karyawan muda dituntut untuk membuat suatu kegiatan yang inovatif dan kreatif. Salah satunya pada tahun 2019 kaum milenial atau karyawan muda membuat kegiatan yang bertemakan tentang “*Kidz Go To Office*” yang dimana pada kegiatan tersebut untuk memperkenalkan pekerjaan orang tuanya kepada anak-anaknya.

Selain itu, secara berkala karyawan yang bekerja di divisi tersebut juga di berikan kesempatan oleh perusahaan untuk melakukan pelatihan dalam mengembangkan *skill* dan potensinya. Pada pelatihan tersebut karyawan akan di berikan sertifikat dan akan di perhitungkan sebagai peningkatan kopetensinya yang dicatat pada bagian SDMnya.

Divisi Enterprise Service juga selalu memperingati hari-hari besar nasional, seperti setiap tahunnya seluruh karyawan memperingati hari kartini pada tanggal 21 Aprill yang didimana seluruh karyawan diwajibkan memakai pakaian adat dan setiap tahunnya juga divisi tersebut mengadakan upacara bendera dalam memperingati HUT NKRI pada tanggal 17 Agustus yang dimana mewajibkan seluruh karyawan untuk mengikuti upacara bendera yang bertujuan untuk melestarikan budaya nasionalisme dalam bekerja.

Setelah mengadakan upacara bendera, seluruh karyawan juga memperingati 17 Agustus dengan mengadakan lomba-lomba, selain menumbuhkan rasa nasionalisme kegiatan ini juga menumbuhkan kekompakan karyawan *Divisi Enterprise Service*.

Pada *Divisi Enterprise Service* juga memiliki kipas budaya kerja yang berbunyi “FU11TAST19” dimana kipas budaya kerja tersebut selalu ditanamkan dalam diri karyawan yang diharuskan memiliki hubungan dan komunikasi yang baik. Baik itu komunikasi ke atas, ke bawah maupun komunikasi horizontal dan kipas budaya kerja tersebut juga merupakan aspek yang paling penting untuk menunjang sebuah perusahaan agar memiliki pedoman mau dibawa kemana perusahaan itu akan berjalan.

Budaya kerja DES (*Divisi Enterprise Service*) memiliki filosofi yang terkandung di dalamnya diantaranya kata FUN, artinya suasana kerja yang menyenangkan dan mengusung *youth spirit* di seluruh jajaran DES sehingga dapat bekerja secara maksimal serta dapat mengeluarkan ide-ide *disruptive*. ENTHUSIASM, artinya selalu antusias dan optimis dalam menangkap *opportunity* dan menghadapi setiap tantangan yang ada. INTERGRITY, artinya integritas dan komitmen untuk mewujudkan hasil terbaik yang *fantastic*.

Selain itu, warna dari budaya kerja DES (*Divisi Enterprise Service*) sendiri memiliki arti yang terkandung di dalamnya yaitu menunjukkan beragam solusi digital yang mampu *delivered* kepada pelanggan (merefere pada logo Telkom Digital Solution). Oleh karena itu, dengan ditanamkan budaya kerja pada diri karyawan tersebut membuktikan bahwa tidak pernah adanya demo atau pun konflik secara pribadi oleh karyawan *Divisi Enterprise Service*.

Sehingga, dapat dikatakan adanya kepuasan kerja karyawan di *Divisi Enterprise Service*. Apalagi bagi karyawan yang telah belasan tahun atau bahkan puluhan tahun bekerja di *Divisi Enterprise Service* yang dimana mereka merasa bahwa iklim komunikasi di *Divisi Enterprise Service* ini memang baik dikarenakan suasana pekerjaannya yang *friendly*, kekeluargaan, lingkungan kerja yang nyaman, karyawan bangga dengan pekerjaannya, karyawan juga diberikan untuk mengeksplor kemampuannya, serta diberikan kesempatan berkarier yang lebih baik, dan karyawan yang bekerja pada divisi tersebut tidak di beda-bedakan antar atasan maupun bawahan dalam berkontribusi untuk memberikan pendapat

Pada *Divisi Enterprise Service* juga setiap berkala melakukan pengukuran survei kepuasan kerja karyawan yang dimana hasil survei kepuasan tersebut untuk mengetahui *feedback* yang didapat karyawan selama bekerja. Upaya dilakukan pengukuran survei kepuasan karyawan tersebut untuk mengurangi kesalahan informasi dan menerapkan alur komunikasi yang jelas antara atasan dan juga bawahan.

Berdasarkan hasil perhitungan survei kepuasan kerja karyawan *Divisi Enterprise Service* pada tahun 2019 sebanyak 17,6% karyawan dengan penilaian kategori “puas”, 34,4% karyawan dengan penilaian kategori “sangat puas”, 35,9% karyawan dengan penilaian kategori “puas”, 8,3% karyawan dengan penilaian kategori “biasa saja”, 2,7% karyawan dengan penilaian kategori “tidak puas”, 0,7%

karyawan dengan penilaian kategori “sangat tidak puas”, dan 0,5% karyawan dengan penilaian kategori “sangat tidak puas sekali”. Sehingga, berdasarkan data di atas maka disimpulkan bahwa tingkat kepuasan kinerja karyawan Divisi Enterprise Service PT Telekomunikasi, Tbk dapat dikatakan baik.

Oleh karena itu, iklim komunikasi dan kepuasan kerja dalam suatu organisasi memiliki hubungan yang sangat erat. Karena, jika iklim komunikasi yang dibangun dalam suatu organisasi tersebut positif maka dapat meningkatkan kepuasan kerja begitupun sebaliknya jika iklim komunikasi yang telah di bangun pada divisi tersebut negatif maka kepuasan kerja karyawan akan menurun. Begitupula dengan iklim komunikasi yang ada di Divisi Enterprise Service PT Telkom. Pada divisi tersebut iklim komunikasi yang ada didalamnya sangat mempengaruhi kepuasan kerja karyawannya. Sehingga, sebagian besar para karyawan divisi enterprise service merasakan kepuasan dalam pekerjaannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia”**. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia, Tbk.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatus* yang memiliki arti berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut KBBI, komunikasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud bisa dipahami. Oleh karena itu, komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Everett M. Rogers & Rekha A.R, 1976 : 30).

Model Komunikasi

Berikut merupakan model komunikasi yang di kemukakan oleh Horld Lasswell (Forsdale, 1981) dalam buku (Aw Suranto 2018:66) yaitu :

1. *Who* (Siapa/Sumber)

Who yang dimaksudkan merupakan komunikator sebagai sumber atau pihak utama dalam penyampaian pesan yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

2. *Says What* (Pesan)

Says What yang dimaksudkan merupakan 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, dan gagasan/maksud sumber (komunikator).

3. *In Which Channel* (Saluran/Media)

In Which Channel yang dimaksudkan merupakan 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 dan elektronik).

4. *To Whom* (Untuk Siapa/Penerima)

To Whom yang dimaksudkan merupakan komunikan baik individu atau kelompok maupun organisasi yang ditujukan untuk menerima pesan.

5. *In What Effect* (Pengaruh)

In What Effect yang dimaksudkan merupakan bagaimana dampak atau efek yang terjadi ketika pesan telah diterima oleh komunikan dari komunikator yang dapat mempengaruhi reaksi atau tindakan, pola pikir, dan pengetahuan hingga perilaku.

Elemen Komunikasi

Berikut merupakan macam-macam elemen-elemen komunikasi (dalam Fajar. 2009:30) adalah:

1. Komunikator merupakan seseorang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan merupakan ide atau informasi yang akan disampaikan.
3. Media merupakan sarana atau penyalur terjadinya komunikasi.
4. Komunikan merupakan seseorang yang menerima pesan.
5. Umpan balik merupakan respon dari komunikan terhadap pesan yang diterimanya.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Suwatno (2013:273) merupakan pengiriman dan penerimaan pesan, baik sebuah organisasi didalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi.

Arus Komunikasi dalam Organisasi

Stephen P. Robbin dan Timothy A. Judge (2015:225) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dibagi menjadi dua yaitu komunikasi formal dan komunikasi informal :

1. Komunikasi Formal

Merupakan saluran komunikasi yang ditetapkan oleh organisasi untuk mengirimkan pesan-pesan yang terkait dengan aktivitas profesional dan para anggota. Komunikasi formal mengacu pada komunikasi yang terjadi dalam pengaturan kerja organisasi yang ditentukan. Sebagai contoh, ketika seorang manajer meminta karyawan untuk mengerjakan tugas dan ketika seorang karyawan mendiskusikan masalah pekerjaan dengan manajernya.

- a. *Downward Communication* (komunikasi ke bawah) merupakan komunikasi yang terjadi dari manajer kepada karyawan. Ini digunakan manajer untuk menginformasikan, koordinasi, secara langsung, dan mengevaluasi karyawan.
- b. *Upward Communication* (komunikasi ke atas) merupakan komunikasi yang terjadi dari karyawan untuk manajer. Ini membuat manajer untuk mengetahui bagaimana pendapat karyawan tentang pekerjaan mereka, rekan kerja mereka, dan organisasi. Selain itu, manajer

juga mengandalkan komunikasi ke atas untuk ide-ide yang dapat meningkatkan hal-hal dalam perusahaan. Contohnya seperti, komunikasi tentang laporan kerja dari karyawan, kotak saran, diskusi manajer dan karyawan.

- c. *Diagonal Communication* (komunikasi diagonal) merupakan komunikasi yang melintasi kedua wilayah kerja dan tingkat organisasi. Komunikasi diagonal ini memiliki keuntungan bagi organisasi, dimana komunikasi ini dapat lebih cepat dan efisien. Contohnya seperti, seorang analis keuangan yang berkomunikasi langsung dengan manajer keuangan tentang masalah keuangan perusahaan tanpa memerhatikan departemen yang berbeda dan tingkat organisasi yang berbeda.

2. Komunikasi Informal

Komunikasi Informal merupakan saluran komunikasi yang terjadi secara spontan dan berkembang sebagai tanggapan atas pilihan-pilihan individu. Komunikasi organisasi yang tidak berdasarkan pada struktur hirarki organisasi. Misalnya, ketika karyawan berbicara satu sama lain di ruang makan siang. Komunikasi informal memiliki dua tujuan dalam organisasi:

- a. Hal ini memungkinkan karyawan untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk interaksi khusus
- b. Hal ini dapat meningkatkan kinerja organisasi dengan lebih efisien.

Iklm Komunikasi

Iklm organisasi dan iklim komunikasi memiliki hubungan yang sangat erat, karena iklim organisasi tanpa adanya iklim komunikasi maka proses suatu organisasi tidak akan berjalan secara efektif dan efisien (Ruliana, 2014:151).. Menurut Jablin, 1987 (dalam Ruliana, 2014:159) mengatakan bahwa iklim komunikasi organisasi merupakan suatu set atribut organisasi yang menyebabkan bagaimana berjalannya subsistem organisasi terhadap pengurus dan lingkungannya.

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

1. Kepercayaan

Suatu organisasi kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas didukung oleh pernyataan dan tindakan yang sesuai sebagai usaha untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan dalam organisasi.

2. Pembuat Keputusan Bersama

Karyawan di semua tingkatan dalam suatu organisasi harus diberi kebebasan dalam berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atasnya, sehingga memiliki karyawan mendapatkan kesempatan yang sama dalam proses pembuatan keputusan di suatu perusahaan .

3. Kejujuran

Kejujuran adalah sikap dalam berkomunikasi yang dimana semua diutarakan secara terbuka tanpa adanya rekayasa atau suatu hal yang harus ditutupi. Sikap jujur yang dilakukan dapat membantu karyawan dalam mengutarakan apa yang sebenarnya ada di pikiran mereka.

4. Keterbukaan dalam Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang dilakukan oleh atasan kepada bawahannya. Pesan yang disampaikan berupa pemberitahuan, nasihat, pengarahan, teguran, atau perintah melakukan sesuatu. Keterbukaan komunikasi ke bawah diharapkan dapat mengurangi kesalahpahaman antara karyawan, sehingga komunikasi pun lebih efektif. Komunikasi yang

efektif mempengaruhi kemampuan karyawan untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan karyawan lainnya.

5. Mendengarkan dalam Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas merupakan komunikasi yang dilakukan oleh bawahan kepada atasan. Pesan yang disampaikan seringkali berupa pertanyaan, keluhan, atau saran.

6. Perhatian pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi

Semua karyawan dalam suatu organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan-tujuan untuk berkinerja tinggi.

Kepuasan Kerja

Menurut (Ganyang, 2018:167) Kepuasan kerja adalah perasaan yang dimiliki oleh karyawan terhadap pekerjaannya, baik berupa perasaan yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan. Jika karyawan merasa senang terhadap pekerjaannya akan menimbulkan motivasi untuk bekerja dengan sebaik-baiknya. Sebaliknya jika karyawan merasa kurang senang terhadap pekerjaannya, maka motivasi untuk melaksanakan pekerjaan juga akan rendah, sehingga produktivitas akan rendah juga. Menurut Luthans (Kaswan 2012:287) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan yaitu :

1. Pekerjaan itu sendiri

Dilihat dari seberapa besar pekerjaan itu memberi seseorang tugas yang menarik, kesempatan untuk belajar, membuktikan diri, dan kesempatan untuk bertanggung jawab.

2. Gaji/upah

Seberapa besar imbalan yang diterima atas pekerjaan yang dilakukan dan jumlah itu di anggap pantas/adil dibandingkan dengan di organisasi lain.

3. Kesempatan promosi

Kesempatan untuk berkarir dan maju dalam organisasi.

4. Pengawasan

Kemampuan atasan memberikan bantuan dan dukungan perilaku.

5. Rekan kerja

Seberapa besar rekan kerja terampil secara teknis dan secara sosial memberi dukungan.

METODE PENELITIAN

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

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional karena, pada 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 pada penelitian ini berlandaskan positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau

sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.

Dalam penelitian ini, hubungan antara peneliti dengan yang diteliti harus dijaga jaraknya sehingga bersifat independen. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, maka peneliti hampir tidak mengenal siapa yang diteliti atau responden yang memberikan data. Instrumen pada penelitian ini digunakan sebagai alat pengumpulan data yang dapat berbentuk test, angket/kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi.

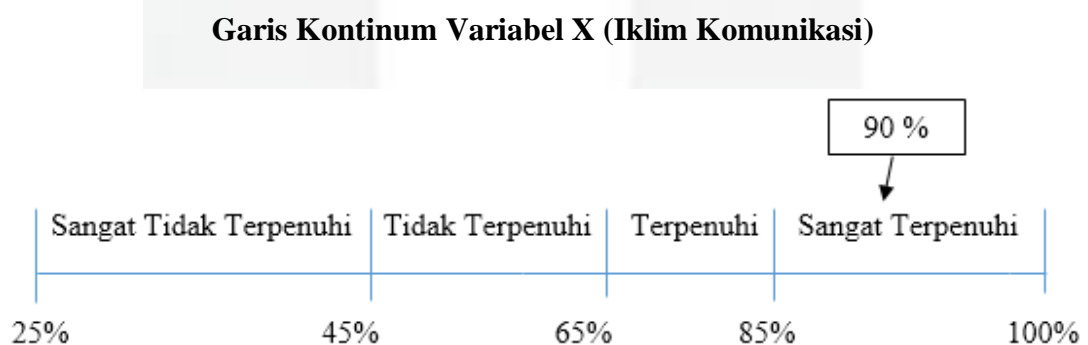
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data penelitian dari data primer yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner oleh karyawan yang digunakan untuk menganalisis pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia. Pada kuesioner ini peneliti menyebarkan kepada 84 responden yang menjadi sampel penelitian. Karyawan yang berjenis kelamin perempuan memperoleh sebanyak 44 orang dengan persentase 52,4% responden, sedangkan karyawan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40 orang dengan persentase 47,6% responden. Maka, terlihat dari data yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa karyawan yang berkerja di Divisi Enterprise Service PT Telkom Indonesia lebih didominasi oleh Perempuan. Akan tetapi, jumlah yang diperoleh karyawan Laki-laki tidak terlalu jauh perbedaannya.

Analisis Deskriptif

Tanggapan Responden Iklim Komunikasi (X)

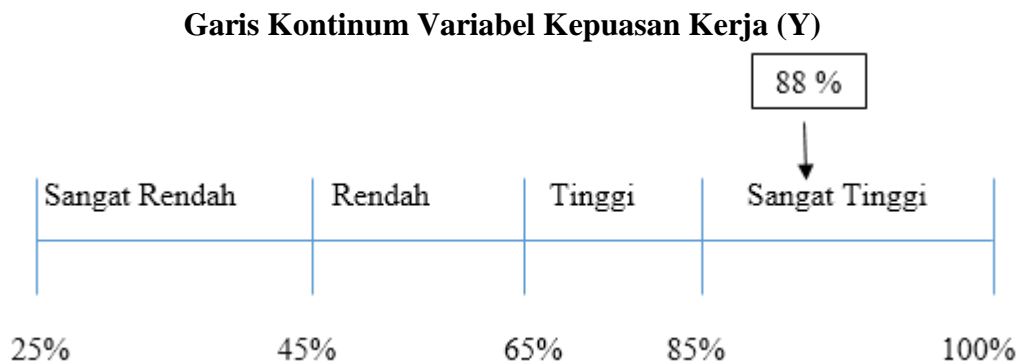
Pada data yang telah diperoleh melalui kuisioner untuk variabel iklim komunikasi (x) yang diukur dengan 13 item pertanyaan. Berikut merupakan hasil dari tanggapan responden dalam garis kontinum yaitu sebagai berikut :



Hasil dari tanggapan responden yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil persentase sebesar 90% dengan rentang nilai yaitu 85% - 100%. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa hasil tersebut termasuk kedalam kategori “sangat terpenuhi”.

Tanggapan Responden Kepuasan Kerja (Y)

Pada data yang telah diperoleh melalui kuisioner untuk variabel kepuasan kerja (y) yang diukur dengan 11 item pertanyaan. Berikut merupakan hasil dari tanggapan responden dalam garis kontinum yaitu sebagai berikut :



Hasil dari tanggapan responden yang telah diperoleh menunjukkan bahwa hasil persentase sebesar 88% dengan rentang nilai yaitu 85% - 100%. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa hasil tersebut termasuk kedalam kategori “sangat terpenuhi”.

Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2018:258) sebelum melakukan pengujian data hipotesis, maka terlebih dahulu melakukan uji normalitas. Setiap data pada setiap variabel harus terlebih dahulu dilakukan uji normalitasnya untuk mengetahui apakah masing-masing variabel tersebut memiliki distribusi normal atau tidak normal. Dengan menggunakan uji *One-Sample* Kolmogorov-Smirnov terhadap data *unstandardized residual* pada tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika, nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data tersebut telah berdistribusi secara normal. Berikut ini merupakan hasil dari uji *One-Sample* Kolmogorov-Smirnov :

Hasil Uji *One-Sample* Kolmogorov-Smirnov

c

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,14403821
Most Extreme Differences	Absolute	,144
	Positive	,144
	Negative	-,142
Kolmogorov-Smirnov Z		1,318
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas di atas dalam menggunakan perhitungan Kolmogorov Smirnov dengan nilai 1,318 dan nilai probabilitas sebesar 0,062. Nilai probabilitas hasil estimasi lebih besar dari hasil taraf nyata signifikansi yang ditetapkan ($0,062 > 0,05$), maka hasil di atas dapat disimpulkan bahwa data *unstandardized residual* telah berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2013:29) mengatakan bahwa analisis regresi linier sederhana dapat dilakukan apabila hubungan antar dua variabel yang mencakup hubungan kausal atau fungsional. Selain itu, analisis regresi linier sederhana juga dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan nilai variabel independen. Sehingga, persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Kerja

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Iklim Komunikasi

Berikut ini merupakan hasil output uji regresi linier sederhana dalam menggunakan bantuan program SPSS 23 :

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,603	2,217		,272	,786
	Iklim Komunikasi	,818	,047	,885	17,227	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil output spss 23 pada tabel di atas, maka didapat nilai konstanta dan koefisien regresi. Sehingga, dapat dibentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 0,603 + 0,818 X$$

Berikut merupakan nilai konstanta a yang memiliki arti bahwa :

1. Ketika Iklim Komunikasi (X) bernilai nol atau kepuasan kerja (Y) tidak dipengaruhi oleh Iklim Komunikasi, maka rata-rata kepuasan kerja yaitu 0,603
2. Sedangkan, untuk koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel iklim komunikasi (X) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan Kerja (Y) akan meningkat sebesar 0,818.
3. Sehingga, koefisien regresi tersebut bernilai positif yang dapat diartikan bahwa iklim komunikasi memberikan pengaruh terhadap kepuasan kerja. Dimana, semakin tinggi atau semakin kuatnya iklim komunikasi maka akan semakin meningkatnya kepuasan kerja.

Analisis Koefisien Determinasi

Berikut merupakan hasil output koefisien determinasi (R) dan koefisien determinasi (R²) dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 23 :

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,885 ^a	,784	,781	2,157

a. Predictors: (Constant), Iklim Komunikasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil tabel diatas nilai koefisien determinasi atau R-square yang telah di peroleh sebesar 0,784 atau 78,4 %. Dalam hal ini hasil yang telah di peroleh menunjukkan bahwa nilai iklim komunikasi hanya sedikit memberikan pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 78,4 %, sedangkan untuk sisanya sebesar 100 % - 78,4 % = 21,6 % yang merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak di teliti. Selain itu, dari hasil nilai R dan R² pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R yang telah di peroleh sebesar 0,885. Berikut merupakan kriteria dari hasil uji cronbach alpha yaitu :

Hasil Uji Cronbach Alpha	Derajat Keandalan
0,00	Tidak ada korelasi antara dua variabel
>0,00 – 0,25	Korelasi sangat lemah
>0,25 – 0,5	Korelasi cukup
>0,5 – 0,75	Korelasi kuat
>0,75 – 0,99	Korelasi sangat kuat
1,00	Korelasi sempurna

Pada tabel kriteria hasil uji cronbach alpha di atas, maka hasil koefisien korelasi memperoleh sebesar 0,885 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang terkategori sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Setelah mengetahui hasil nilai R sebesar 0,885, maka selanjutnya peneliti melakukan penghitungan nilai dari persentase R dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,885)^2 \times 100\% \\ &= 78,4\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan di atas memperoleh sebesar 78,4%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi memberikan pengaruh besar terhadap kepuasan kerja. Sedangkan, untuk sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji Signifikasi (Pengujian Hipotesis Parsial)

Menurut Priyatno (2013:50), menyatakan bahwa Uji T dapat dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah variabel tersebut ada pengaruh atau tidak. Dengan tingkat signifikansi 5% maka kriteria dalam pengujian adalah, sebagai berikut:

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

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

H_0 = Iklim Komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja

H_1 = Iklim Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja

Kriteria uji : Tolak H_0 dan terima H_1 jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$; atau Terima H_0 dan tolak H_1 jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$.

Berikut ini merupakan hasil output perhitungan uji t dengan menggunakan bantuan program SPSS 23:

Uji Hipotesis Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,603	2,217		,272	,786
Iklm Komunikasi	,818	,047	,885	17,227	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Berdasarkan tabel diatas hasil dapat di liat dari nilai thitung untuk variabel Iklm Komunikasi yaitu sebesar 17.227. Hasil nilai thitung tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai t pada tabel nilai hitung distribusi t dengan $\alpha = 5\%$ dan $df = n - k - 1 = 84 - 1 - 1 = 82$ dengan memperoleh nilai ttabel dari tabel pengujian dua sisi yaitu sebesar 1.989.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh karyawan Divisi Enterprise Service, mengenai Pengaruh Iklm Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Divisi Enterprise Service. Maka berdasarkan dari hasil penelitian ini, penulis menarik kesimpulan dan memberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil tanggapan responden mengenai iklim komunikasi (x) pada karyawan divisi enterprise service merupakan dalam kategori “sangat terpenuhi”. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase yang telah diperoleh pada garis kontinum sebesar 90%. Selain itu, dari hasil yang telah diperoleh mengenai iklim komunikasi (x) peneliti mendapatkan nilai tertinggi terdapat pada item nomor 5, 6 dan 7 dengan skor total 91% yang memiliki sub variabel mengenai kejujuran. Sementara itu, peneliti juga menemukan nilai terendah pada item nomor 3 dengan skor 87% yang memiliki sub variabel mengenai pembutan keputusan bersama.
2. Hasil tanggapan responden mengenai kepuasan kerja (y) pada karyawan divisi enterprise service merupakan dalam kategori “sangat tinggi”. Hal ini dapat dilihat dari jumlah persentase yang telah diperoleh pada garis kontinum sebesar 88%. Selain itu, dari hasil yang telah diperoleh mengenai kepuasan kerja (y) peneliti mendapatkan nilai tertinggi terdapat pada item nomor 7 dengan skor total 89% yang memiliki sub variabel mengenai kesempatan promosi. Sementara itu, peneliti juga menemukan nilai terendah pada item nomor 1,5,dan 8 dengan skor 87% yang memiliki sub variabel mengenai pekerjaan itu sendiri, gaji/upah, dan pengawasan.

3. Hasil dari perhitungan estimasi regresi linear sederhana, adanya hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yang di kategorikan sangat kuat dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,885. Pada perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa Iklim Komunikasi memiliki pengaruh sebesar 78,4% terhadap Kepuasan Kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia, Tbk. Sedangkan, untuk sisanya sebesar 21,6% yang merupakan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan, hasil penelitian ini peneliti menyatakan bahwa Iklim Komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia, Tbk.
-
-

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anwar Prabu Mangkunegara. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Aw, Suranto. (2018). Komunikasi Organisasi prinsip komunikasi untuk peningkatan kinerja organisasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya

Creswell, John W. 2012. Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, Los Angeles. Sage

Darmawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Darmawan, Deni. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Fajar M. 2009. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik. Yogyakarta: Graham Ilmu

Ganyang, Machmed Tun 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bogor: In Media

Goldhaber. 1993. *Organizational Communication* 6th Ed. USA. McGraw-Hill.

Indrawati. 2015. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung.: Aditama.

Kerlinger, F.N & Lee, H.B. 1973. Foundation of Behavioral Research. Victoria: Thomson Learning

Muhammad, Arni. (2009). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara

Muhammad, Arni. (2007). Komunikasi Organisasi. Jakarta : Bumi Aksara

Muhammad, Arni. (2011). Komunikasi Organisasi. Jakarta : Bumi Aksara

Masyhuri dan M. Zainuddin. (2008). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Priyatno, D. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta Andi offset

Redding, W. Charles. 1972. Communication within Organization: An Interpretive Review of Theory and Research. New York: Industrial Communication Council

Ruliana, Poppy. (2014). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rogers E.M. & Rekha A.R. 1976. *Communication In Organization*.New York: The Free Press

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Suharsono. & Lukas Dwiantara. 2013. Komunikasi Bisnis (Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2006. Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung

Internet :

<https://telkom.co.id/bisnis-kami-adalah-t-i-m-e-s.html> (diakses pada 9 November 2019)

<https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/Indo/tkahomepage/halaman-telkom-indonesia.html>

(diakses pada 10 November 2019)

www.telkom.co.id (di akses pada tanggal 11 November 2019)