

PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT IMPACT CREDIT SOLUTIONS

Chairun Nisa¹, A Sigit Pramono Hadi²

^{1,2}Communication, STIKOM InterStudi, Jakarta

Jl. Wijaya II No.60 Keb. Baru Jakarta 12160

chairunnisarahardjo@gmail.com

Sigit_pramono@stikom.interstudi.edu

Abstrak. Organisasi membutuhkan sentuhan komunikasi aktif untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat. Segala aktivitas komunikasi tersebut merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Komunikasi Organisasi memiliki peran penting dalam memahami perilaku setiap karyawan, perusahaan memberikan perhatian terhadap segala aspek yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Komunikasi didalam perusahaan belum berjalan secara maksimal, banyaknya kesalah pahaman antara sesama pegawai dan keterlambatan dalam menerima informasi mengakibatkan kinerja karyawan ICS pada kuartel pertama mengalami penurunan dan dapat dikatakan belum memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan PT Impact Credit Solutions. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules serta kinerja karyawan dari Mathis dan Jackson. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, metode yang digunakan dalam rangka bertujuan untuk mengumpulkan data menggunakan survey, teknik dalam pengambilan sampel adalah dengan sampling jenuh. Sampel yang diteliti sebanyak 40 Orang. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisa statistik serta program SPSS yang dipakai untuk pengolahannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sedang antara variabel komunikasi organisasi (X) dengan variabel kinerja karyawan (Y).

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Arus Komunikasi, Kinerja karyawan, PT Impact Credit Solutions.

Abstract. Organizations need an active communication touch to foster community participation. All of these communication activities are an integral part that cannot be separated from an institution or organization. Organizational Communication has an important role in understanding the behavior of each employee, the company pays attention to all aspects that can affect employee performance. Communication within the company has not run optimally, there are many misunderstandings between fellow employees and delays in receiving information resulted in the performance of ICS employees in the first quarter experiencing a decline and can be said to be unsatisfactory. This study aims to determine the effect of organizational communication on the performance of PT Impact Credit Solutions employees. The theory used in this study is the theory of organizational communication according to Pace and Faules and employee performance from Mathis and Jackson. This research is a quantitative research, the method used in order to collect data using a survey, the sampling technique is saturated sampling. The sample studied was 40 people. The analytical method used in this study is statistical analysis and the SPSS program is used for processing. The results showed that there was a moderate

influence between organizational communication variables (X) and employee performance variables (Y).

Keywords: *Organizational Communication, Communication Flow, Employee Performance, PT Impact Credit Solutions*

Pendahuluan

Kehidupan manusia didunia tidak terlepas dari aktivitas komunikasi, karena komunikasi merupakan hal penting dan sangat diperlukan, baik oleh individu, kelompok maupun organisasi. Setiap organisasi memerlukan kegiatan komunikasi di dalamnya, yang lebih dikenal dengan komunikasi organisasi (Hermawan, 2012).

Komunikasi organisasi merupakan bentuk pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi yang berada dalam organisasi tertentu. Organisasi sendiri terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hirarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi melibatkan manusia sebagai subyek yang terlibat dalam proses menerima, menafsirkan, dan bertindak atas informasi (Ruliana, 2016).

Era globalisasi di masa pandemik mengharuskan pengusaha untuk memajukan aktivitas usaha mereka. Perkembangan pesat ditandai dengan adanya pertumbuhan dan peningkatan jenis usaha. Berbagai perusahaan dengan skala besar maupun kecil telah berdiri kokoh dan berkembang sukses untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. (Sutrisno, 2013).

Pengelolaan aktivitas komunikasi ini menjadi sebuah keharusan dilakukan oleh praktisi komunikasi (*communication*

specialist). Bagian atau lembaga di dalam perusahaan yang seringkali ditugaskan untuk mengelola aktivitas komunikasi tersebut adalah bagian *public relations* (Ishak, 2012).

Segala aktivitas komunikasi yang dijalankan organisasi merupakan bidang tugas dari bagian *public relations*, walaupun mungkin dalam tataran prakteknya akan melakukan koordinasi dan kerjasama dengan bagian lain dalam organisasi guna menjalankan aktifitas komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pengertian ini penekanannya bahwa *public relations* sebenarnya merupakan satu bagian penting dalam organisasi yang mengelola dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan tindakan komunikasi dari organisasi yang bersangkutan (Ishak, 2012).

Pada prinsipnya, secara struktural, fungsi Humas/PR dalam organisasi tidak dapat dipisahkan dari kelembagaan atau organisasi. Humas terkait langsung dengan fungsi *top management*. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila langsung berada dibawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pemimpin tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi/instansi bersangkutan (Edi, 2021)

Kemudian, didalam suatu organisasi karyawan juga merupakan faktor yang menjadi kunci untuk

pelayanan. Kinerja menjadi faktor yang memajukan kemampuan kerja dari sebuah perusahaan, menjadi sebuah prestasi dalam rangka bersaing dengan perusahaan lain. demikian pentingnya peranan dari karyawan, maka dari itu sudah menjadi kewajiban perusahaan dalam menjaga komitmen juga loyalitas karyawan (Hidayat, 2018)

Pace and Faules, 2015 menjelaskan bahwa komunikasi organisasi sebagai perantara antara sumber daya manusia, dengan berfungsinya suatu organisasi dan hasil suatu organisasi, yang berupa motivasi yang memiliki empat unsur, yaitu harapan, pemenuhan, peluang dan kinerja. Komunikasi organisasi memiliki arah aliran komunikasi dalam kehidupan organisasi yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal dan komunikasi lintas saluran.

Berbagai permasalahan yang dihadapi saat ini, mengharuskan perusahaan untuk mencari solusi yang cepat, tepat, dan akurat. Terutama permasalahan yang berhubungan dalam kinerja karyawan (Sutrisno, 2013).

Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) didirikan pada tahun 2016 dan merupakan wadah bagi fintech untuk mengadvokasi dan berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan untuk mendorong inovasi teknologi dan memperkuat daya saing industri fintech nasional. AFTECH telah resmi ditunjuk oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Ikatan Fintech Inovasi Keuangan Digital (IKD) pada 9 Agustus 2019, berdasarkan POJK No. 13/2018. Perusahaan fintek yang menawarkan solusi pinjaman UMKM digital untuk bank

dan P2P, dengan nomor izin usaha 001564.01DJAI.PSE112021, 5 Desember 2021 dengan jenis usaha *Credit as a Service*, Memungkinkan layanan digital seperti *e-commerce* memberikan fasilitas pinjaman produktif melalui aplikasinya.

Besarnya kebutuhan pelaku UMKM untuk menambah modal usaha mereka, dipandang sebagai peluang bagi platform fintech, institusi finansial, dan perbankan untuk memenuhi permintaan tersebut. Salah satu layanan fintech yang ingin menghadirkan solusi terkait adalah *PT Impact Credit Solutions (ICS)*. Didirikan oleh Reinier Musters (CEO) dan Mackenzie Tan (COO), startup asal singapura yang mendirikan perusahaan di Indonesia tersebut ingin menjembatani perbankan dan perusahaan teknologi finansial dan nonfinansial yang ingin memberikan akses pinjaman modal kepada pelanggan/mitra mereka. Indonesia dinilai menjadi pasar yang memiliki potensi besar bagi mereka untuk menghadirkan solusi tersebut.

Kepada DailySocial.id, Mackenzie menyampaikan dengan memanfaatkan pelanggan atau *merchant* yang dimiliki perusahaan teknologi di masing-masing platform, ICS melalui Single API menghadirkan teknologi dan koneksi antara dua pihak pinjaman kepada pelanggan. "ICS adalah perusahaan teknologi keuangan yang memungkinkan pinjaman UMKM di Asia Tenggara. Secara khusus solusi ICS memungkinkan pembuatan produk, alur kerja, dan pengambilan keputusan yang *seamless* di seluruh proses peminjaman.

Kendala yang banyak ditemui oleh UMKM ketika ingin mengajukan

proses pinjaman adalah proses persetujuan yang panjang. ICS ingin memangkas proses tersebut menjadi lebih cepat dan mudah. ICS juga telah menjalin kerja sama strategis dengan sejumlah bank ternama di Indonesia. ICS berfungsi sebagai perusahaan fintech dan perbankan one-stop-solution.

Single API ICS memungkinkan klien untuk membuat produk pinjaman dipesan lebih dahulu yang memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan mereka, sambil memberi mereka akses ke modal bank berbiaya rendah untuk mendanai pinjaman.

Reinier Musters selaku CEO dalam perusahaan percaya bahwa adanya kesempatan atau peluang dengan menjalankan bisnis di Indonesia dengan merekrut karyawan asal Indonesia dan Singapura. Oleh karena itu, inilah alasan mengapa Reinier melanjutkan usahanya di Indonesia dengan sistem kerja Saat ini, sistem kerja di ICS adalah *work from home* atau bekerja dari rumah, dan adapun kala disaat semua datang ke kantor tapi dengan jumlah frekuensi yang tidak sering.

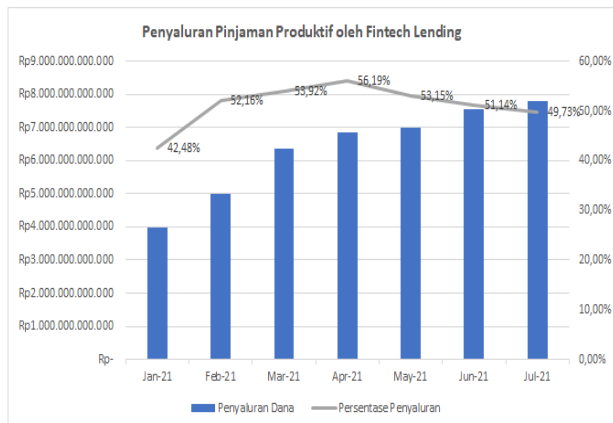
Ada beberapa penyebab timbulnya masalah komunikasi organisasi adalah sistem kerja yang masih bekerja dari rumah menimbulkan kesalah pahaman dalam berkomunikasi dan tidak adanya aturan resmi terkait sistem komunikasi organisasi, apabila komunikasi organisasi dapat dijalankan dengan baik dan efektif maka akan

menghasilkan kerja sama tim yang kuat, dan meningkatkan kemampuan karyawan serta menunjukkan kinerja terbaiknya di semua tingkat organisasi perusahaan dalam bekerja sama mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, akan memberi karyawan pengetahuan, struktur, dan lingkungan kerja positif yang mereka butuhkan untuk merasa nyaman dalam menangani konflik, dan menyelesaikan masalah secara efektif.

ICS ini belum dapat dikatakan melakukan komunikasi organisasi secara baik karena banyaknya kesalah pahaman antara sesama pegawai, keterlambatan dalam menerima informasi. Contohnya ketika divisi legal yang mempunyai dua manager, mendapat informasi terkait SOP perusahaan dari general manager melalui email, sering sekali salah satu manager belum mengirimkan informasi itu ke timnya, padahal divisi legal adalah salah satu ujung tombak dalam sebuah organisasi dan selalu diharapkan untuk memberikan kinerja dan performa terbaik dalam membuat kontrak kerja sama dengan klien atau konsumen. Sehingga adanya harapan dari divisi legal untuk mendapatkan instruksi yang jelas saat mengerjakan sesuatu.

Kinerja karyawan ICS pada kuartel pertama dibulan Juli 2021 mengalami penurunan dan dapat dikatakan belum memuaskan. Hal ini terlihat dari hasil kerja yang tidak sesuai dengan target perusahaan dalam penyaluran pinjaman.

Data Penyaluran pinjaman produktif oleh fintech lending sepanjang paruh pertama 2021



DailySocial

“Dalam semester pertama tahun 2022 ini, ada 10% dari karyawan yang datang kepada saya, mengeluh karena adanya ketidak jelasan dalam ranah pekerjaan yang mereka lakukan, adanya penurunan dalam Penyaluran Pinjaman Produktif saying berpengaruh dengan cara jajaran atas perusahaan memberikan arahan kepada karyawannya” ujar Yi Qin Ong, HRD perusahaan.

Mengetahui hal tersebut, inilah alasan jurnal ini dibuat. Mengapa terjadi penurunan kinerja karyawan. Dengan cara berkomunikasi para direksi, mungkin membuat kinerja karyawan tidak maksimal dan menimbulkan penurunan yang signifikan baik terhadap eksternal perusahaan dan terutama terhadap internal. Karena, hubungan kepada eksternal tidak akan baik jika hubungan internalnya saja tidak baik.

Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti penerapan komunikasi organisasi di ICS mengenai Apakah

terdapat Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Impact Credit Solutions.

Tujuan

Berdasar rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuannya untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Impact Credit Solutions.

Manfaat Akademis

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi kajian dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya *Public Relations* mengenai Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan.

Manfaat Praktis

Berdasar pemaparan tujuan, maka peneliti menginginkan output riset ini bisa berguna terutamanya untuk kalangan praktisi dari *Public Relations* khususnya dalam praktek Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan.

Literatur Review

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Felina Susianti Sidabutar (2013) dan dengan judul Komunikasi Organisasi Dan Kinerja Pegawai (Studi Korelasional mengenai Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Toba Samosir) dilaksanakan pada 11 September 2013 sampai tanggal 18 September 2013 di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Toba Samosir dengan jumlah 22 orang karyawan dengan menggunakan sampel jenuh. Dengan hasil terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel.

Franky Ramli Mokodompit (2012), dan Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Kinerja Pada PT Radio Memora Anoa Indah dilaksanakan kantor PT Memora Anoa Indah namun penulis tidak mencantumkan waktu penelitian dengan jumlah 34 orang karyawan dengan menggunakan sampel jenuh, kedua peneliti ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, peneliti juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif, serta kedua penelitian ini mengumpulkan data dari kuesioner, dan juga kedua penelitian menggunakan dua variabel yaitu Komunikasi organisasi (x) dan Kinerja karyawan (y), peneliti juga menggunakan dua variabel yang sama, dan kedua penelitian sejenis diatas sama-sama mempunyai hasil bahwa Komunikasi Organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Public Relations

Cutlip, Center dan Broom dalam (Butterick, 2014) sebagai berikut: “*Public relations* adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya”.

Public Relations (PR) merupakan penengah antara pihak internal ataupun pihak eksternal sebuah organisasi, instansi ataupun perusahaan. Dalam hal ini tujuan *Public Relations (PR)* yaitu memberikan pengertian, dan informasi penting dengan tertentu sehingga dapat menciptakan sebuah perspektif, pandangan sebuah organisasi. *Public Relations (PR)* dapat mencerminkan baik, buruk, citra perusahaan dikarenakan

Public Relations (PR) memiliki keterkaitan langsung dengan pihak eksternal instansi, organisasi ataupun perusahaan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang *Public Relations* harus dapat menjalankan sistem komunikasi dua arah, (*two way communications*) (Oktavia & Sudibyo, 2020)

Komunikasi Internal

Komunikasi internal di dalam perusahaan biasa dikenal dengan istilah komunikasi organisasi. Terkait dengan hal ini, apabila ditinjau lebih jauh maka akan dapat ditemukan cukup banyak pandangan para ahli mengenai komunikasi organisasi. Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam organisasi dan apa maknanya bergantung pada konsepsi seseorang mengenai organisasi Pace dan Faules dalam (Ruliana, 2014).

Komunikasi Organisasi

Zelko dan Dance dalam Muhammad, 2014 mengatakan komunikasi organisasi suatu sistem yang saling tergantung mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatannya. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi, pembuatan

iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum.

Goldhaber Muhammad, 2014 mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

Komunikasi organisasi merupakan sebuah penerjemahan atas mesej antar beberapa bagian dalam komunikasi yang masih termasuk pada departemen perusahaan tersebut. Dalam sebuah organisasi biasanya terdiri dari berbagai jenis unit komunikasi yang memiliki hubungan satu dan yang lainnya. serta memiliki fungsinya tersendiri (Pace, 2015). Konsep yang dipakai pada riset ini adalah konsep Pauc dan Faules. Dikarenakan focus penelitiannya terhadap tingkatan dari kebutuhan komunikasi dalam suatu lingkup organisasi. Komunikasi yang dilakukan keatas dapat memberikan dukungan pada karyawan dapat bekerja lebih maksimal dari standaritas, juga untuk memberikan laporan tugas-tugas yang telah diberikan. Sedangkan komunikasi kebawah dapat memberikan dukungan pada karyawan agar menyelesaikan tugasnya dengan maksimal juga sanggup meraih tujuan atau melampaui gol yang sudah ditetapkan oleh organisasi. Kemudian, kebutuhan komunikasi horizontal atau dapat juga disebut sebagai komunikasi selentingan atau juga komunikasi lintas yang dapat memberikan dukungan pada karyawan untuk dapat menjalin hubungan atau koordinasi yang mampu

memunculkan kerjasama antar unit dalam organisasi (R. W. dan F. Pace, 2015).

Dimensi Komunikasi Organisasi

Dalam komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules terdapat arus komunikasi yang terjadi dalam sebuah komunikasi organisasi, antara lain ialah :

1. Arus komunikasi vertikal yaitu arus komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah (*downward communication*), dan terdapat pula arus komunikasi bawah ke atas (*upward communication*). *Downward communication* yaitu komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. *Upward communication* yaitu komunikasi yang terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya.

Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah: a. Penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan b. Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan c. Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan d. Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

2. Arus komunikasi horizontal, yaitu arus komunikasi yang dapat terjadi antara dan diantara bagian dalam suatu tingkatan yang sama. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah: a. Memperbaiki koordinasi tugas b. Upaya pemecahan masalah c. Saling

- berbagi informasi d. Upaya pemecahan konflik e. Membina hubungan melalui kegiatan bersama.
3. Komunikasi diagonal merupakan komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi horizontal. Pada sisi lain, komunikasi diagonal terkadang menyimpang dari prosedur birokrasi (R. W. dan D. F. Pace, 2015)

Tujuan Komunikasi Organisasi

R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang dialih bahasakan oleh mulyana menyebutkan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, terdiri dari hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (R. W. dan F. Pace, 2015).

Tujuan komunikasi organisasi untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Sementara itu, Liliweri mengemukakan bahwa ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu:

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

Dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan mempengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan (Ruliana, 2016).

Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri, ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan bersifat khusus. Fungsi Umum

1. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya, misal job deskriptor atau deskripsi pekerjaannya.
2. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan, misal public relation, pameran, ekspose dan lain-lain.
3. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
4. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besarnya kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam berorganisasi (Ruliana, 2016).

Fungsi Khusus 1. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkan ke dalam tindakan tertentu di bawah suatu komando perintah. 2. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi 3. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana ambigu dan tidak pasti (Ruliana, 2016).

Kinerja Karyawan

Prawirosentono dalam Lijan Poltak Sinambela, 2012 kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Rumusan di atas menjelaskan bahwa kinerja adalah tingkat keberhasilan seseorang atau lembaga dalam melaksanakan pekerjaannya.

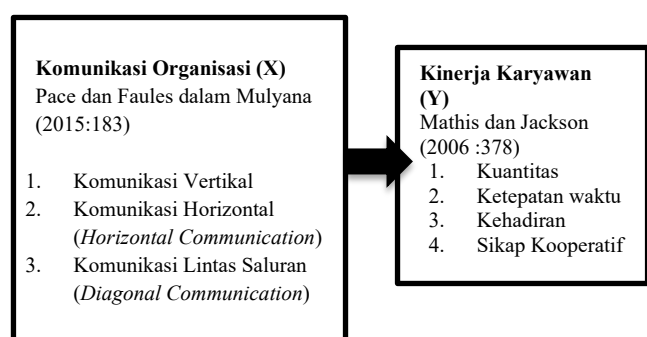
Menurut Robert L. Mathis dan John H. Jackson (2001: 82) faktor-faktor yang memengaruhi kinerja individu tenaga kerja, yaitu kemampuan mereka, motivasi, dukungan yang diterima, keberadaan pekerjaan yang mereka lakukan, dan hubungan mereka dengan organisasi.

Klasifikasi Ukuran Kinerja

Banyak faktor yang dapat dijadikan ukuran kinerja, namun ukuran kinerja harus relevan, signifikan dan komprehensif. Menurut Mathis dan Jackson (2006:378) indikator kinerja adalah:

1. Kuantitas
Kuantitas diukur dari persepsi karyawan terhadap jumlah aktivitas yang ditugaskan beserta hasilnya, dalam penelitian ini kuantitas yang diukur adalah pencapaian target penjualan.
2. Ketepatan waktu
Ketepatan waktu diukur dari persepsi karyawan terhadap suatu aktivitas yang diselesaikan dari awal waktu sampai menjadi output. Dapat menyelesaikan pada waktu yang telah ditetapkan serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas yang lain. dalam penelitian ini kuantitas yang diukur adalah ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas dan masalah.
3. Kehadiran
Kehadiran ditempat kerja adalah kehadiran pegawai sesuai dengan aturan atau tata tertib yang berlaku dalam organisasi. dalam penelitian ini kuantitas yang diukur adalah kehadiran di kantor sesuai jam kerja perusahaan.
4. Sikap kooperatif
Sikap kooperatif adalah sikap bekerja sama dengan baik dan taat sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam organisasi. dalam penelitian ini kuantitas yang diukur adalah kemampuan karyawan bekerja sama dengan baik.

Kerangka Pemikiran



Paradigma

Paradigma merupakan sebuah batasan atas proses pelaksanaan didalam rencana penelitian dengan diwujudkan dalam bentuk tujuan. Maka dapat kita ringkas, bahwa paradigm merupakan suatu andangan yang digunakan sebagai konsep dari penelitian yang dimuatkan kedalam serangkaian peraturan untuk berfungsi sebagai kerangka untuk pelaksanaan penelitian. Cohenn & Manion (dalam Mackenzie & Knipe, 2006) (Muslim, 2016).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yakni paradigma positivistik yang merupakan sebuah pendekatan yang lebih cenderung pada pengetahuan secara alami tanpa ada factor pengaruh lain (Krisyantono, 2016).

Adapun pada penelitian ini menggunakan paradigma positivistik untuk menjelaskan hubungan antara Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Impact Credit Solutions. Dengan didasarkan pada aturan yang faktual dan spesifik, ilmu dianggap nomotetik, dengan asas aturan yang mendunia serta melibatkan beberapa jumlah variabel Paradigma positivistik ini menciptakan pendekatan kuantitatif. (Muslim, 2016)

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan

secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Jenis Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menerangkan, menguji hipotesis dari variabel-variabel penelitian. Fokus penelitian ini adalah analisis hubungan-hubungan antara variabel.

Adapun penelitian survey merupakan jenis metode yang sering digunakan dalam rangka bertujuan untuk mengumpulkan data dari tempat sumber data tertentu secara alamiah. Yang mana tidak didasarkan pada factor buatan. Sehingga peneliti dituntut untuk dapat melakukan teknik penyebaran seperti kuesioner, test, wawancara terstruktur dan yang lainnya. Survey pada penelitian dilakukan peneliti dengan melakukan penyebaran kuesioner ke Karyawan PT Impact Credit Solutions.

Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu anggapan dasar atas sesuatu lingkungan ataupun lebih yang kebenarannya belum tentu sehingga hipotesis dibutuhkan suatu pengujian agar bisa memberi bukti keabsahannya. Sutopo & Slamet 2017 (Mufarrikoh, 2020) Menerangkan jika uji hipotesa merupakan salah satu progres yang didalamnya terdapat berbagai rangkaian tahapan yang terjadi pada nilai sampel data.

Ho : Komunikasi Organisasi tidak berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan PT Impact Credit Solutions

H₁ : Komunikasi Organisasi berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan PT Impact Credit Solutions

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan istilah bahasa Inggris yakni *population* artinya jumlah penduduk, namun biasanya lebih dikenal dengan istilah populasi serta sebagian besar dikaitkan dengan berbagai permasalahan dalam pendidikan. Populasi juga merupakan aspek penelitian secara menyeluruh (*universum*) yang berasal dari objek penelitian seperti manusia, lembaga, ataupun benda. Yang kemudian, objek penelitian tersebut akan dapat memberikan data yang sebagai hasil dari penelitian (Krisyantono, 2016). Populasi pada penelitian yakni Karyawan Karyawan PT Impact Credit Solutions sebanyak 40 Orang.

Sampel

Menurut Sugiyono, 2016 mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Teknik dalam pengambilan sampel adalah dengan *sampling jenuh*, menurut Sugiyono, 2016 *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari *sampling jenuh* adalah *sensus*, dimana pengambilan

sampel adalah semua Karyawan PT Impact Credit Solutions sebanyak 40 Orang.

Dengan kata lain, total populasi menjadi total responden yakni jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40. Alasan pemilihan *sampling jenuh* sebagai teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah karena jumlah populasinya yang relatif kecil, sehingga peneliti mengambil dan menjadikan semua unit populasi sebagai sampel. Cara pelaksanaannya adalah dengan membagikan kuesioner kepada Karyawan PT Impact Credit Solutions.

Teknik Pengumpulan Data

Setelah sampel ditentukan, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner (angket) menggunakan skala likert dengan menyediakan lima alternative responden, sangat setuju (SS), setuju (S), ragu (R), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Burhan Bungin mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data terdiri atas 2 jenis yakni 1) data *primier* adalah sekumpulan data yang didapat *live* dari sample di waktu tertentu (meliputi observasi, wawancara juga kuesioner), dan 2) data *sekunder* yang merupakan sekumpulan data yang telah tercatat yang berasal dari sumber data laboratorium (meliputi hasil penelitian terdahulu, jurnal internet, buku (Bungin, 2011).

Teknik Analisis Data

Dalam riset ini peneliti memakai regresi sederhana dari variable X dan variable Y sementara value Y bisa

dihitung berdasar satu nilai X tertentu.

Rumus Regresi sederhana, sbb:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variable tak bebas

X = variable bebas

a = nilai intersep (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, adalah angka naik atau turun variable dependent yang berdasarkan dengan variable independent. Jika b (+) maka naik apabila b (-) aka nada penurunan (Krisyantono, 2016).

analisa korelasi memakai *Product Moment* merupakan korelasi tunggal. Berfungsi dalam menemukan koefisien korelasi antar data interval serta data interval lain (Bungin, 2011).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah data yang digunakan untuk mengetahui sebesar besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam satuan persen. Dalam uji ini, yang dilihat adalah nilai dari adjusted R square, yaitu nilai R² yang disesuaikan dengan mempertimbangkan jumlah variabel bebas/predictor yang dimasukkan dalam persamaan regresi dan ukuran sampel. Asumsinya jika variabel bebas

ditambahkan nilai ini cenderung naik (Sarwono, 2012). Berikut ini rumus koefisien determinasi:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : koefisien determinasi

R² : kuadrat dari koefisien korelasi

Dasar pengambilan keputusan:

1. Apabila Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
2. Apabila Kd mendekati angka satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

Operasional Konsep

Operational concept variable pada riset ini yaitu Komunikasi Organisasi (Variable X) serta kinerja karyawan (Variable Y). Riset ini akan memakai penyebaran Questioner pada objek menggunakan skala likert. Berikut bagan Operasional Konsep penelitian ini:

Bagan Operasional Konsep

kuesioner yang dibuat memakai skala

Variabel	Dimensi	Indikator	No	Pernyataan	Skala
Komunikasi Organisasi (X) (R. W. dan D. F. F. Pace, 2015)	Komunikasi Vertikal	Komunikasi yang dapat terjadi antara ke Bawah atau <i>Downward communication</i> yang berarti komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya dan ke atas atau <i>Upward Communication</i> yang berarti komunikasi yang terjadi ketika bawahan mengirim pesan kepada atasannya	1	Atasan bersedia untuk menjelaskan informasi/instruksi bekerja kepada Saya	Likert
			2	Atasan mendiskusikan kebijakan baru dengan saya dan staff lain	
			3	Informasi yang disampaikan dari atasan menggunakan kata-kata yang dapat saya terima dan mengerti	
			4	Atasan membenkan petunjuk jika terjadi ketidak pahaman	
			5	Atasan membenkan teguran jika terjadi kelalaian saat bekerja	
			6	Atasan membenkan sanksi sesuai peraturan perusahaan saat terjadi kesalahan	
			7	Saya dapat mempertanggungjawabkan pekerjaan kepada atasan	
			8	Saya dapat mempertanggungjawabkan kesalahan yang dilakukan	
			9	Saya Selalu memberikan saran pada saat diskusi dengan atasan	
			10	Atasan selalu menghargai karyawan sehingga saya mempercayainya	
			11	Atasan selalu melibatkan staf disetiap kegiatan kantor sehingga saya mempercayainya	
			12	Atasan selalu mendorong rasa percaya diri yang membuat saya mempercayainya	
	Komunikasi Horizontal	Komunikasi yang dapat terjadi antara dan diantara bagian dalam suatu tingkatan yang sama	13	Saya selalu berbagi informasi dalam bekerja antar karyawan	
			14	Saya melakukan komunikasi dengan pegawai lain dalam menyelesaikan pekerjaan	
			15	Saya berdiskusi dengan karyawan lain untuk memecahkan suatu masalah dalam pekerjaan	
			16	Saya berkoordinasi dengan divisi lain agar tercapinya kesesuaian dalam keselarasan bekerja	
			17	Saya selalu percaya dengan rekan kerja dalam mengerjakan pekerjaan	
			18	Selalu bekerjasama dengan rekan kerja agar terbentuk keselarasan bekerja	
	Komunikasi Diagonal	Komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya	19	Atasan memiliki keahlian berkomunikasi yang baik antar divisi	
			20	Atasan memiliki berbagai cara dalam menyampaikan pesan	
			21	Atasan memiliki kepekaan hubungan dengan setiap karyawan	
			22	Atasan membenkan pekerjaan sesuai kompetensi karyawan	
			23	Atasan membagi peranan karyawan dalam komunikasi organisasi di setiap divisi	
			24	Atasan membenkan peraturan yang sama untuk setiap divisi	
Variabel Kinerja (Y) Mathis dan Jackson (2006:378)	Kuantitas	persepsi karyawan terhadap jumlah aktivitas yang ditugaskan beserta hasilnya, pencapaian target	25	Karyawan mencapai target yang di berikan oleh perusahaan.	
	Ketepatan Waktu	Ketepatan waktu diukur dari perilaku karyawan terhadap suatu aktivitas yang dapat menyelesaikan pekerjaanya pada waktu yang telah ditetapkan,serta memaksimalkan waktu yang	26	Karyawan mengerjakan kewajiban yang ditentukan perusahaan.	
			27	Karyawan tidak pernah menunda pekerjaan yang telah diberikan.	
	Kehadrian	Kehadiran ditempat kerja adalah kehadiran pegawai sesuai dengan aturan atau tata tertib yang berlaku dalam organisasi. yang diukur adalah kehadiran di kantor sesuai jam kerja perusahaan.	28	Karyawan mampu menyelesaikan tugas dan masalah sesuai dengan waktu yang diberikan perusahaan.	
			29	Karyawan tidak pernah meninggalkan kantor pada jam kerja.	
	Sikap Kooperatif	Sikap kooperatif adalah sikap bekerja sama dengan baik dan taat sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam organisasi. Yang diukur adalah kemampuan karyawan bekerja sama dengan baik	30	Karyawan hadir di kantor sesuai dengan jam kerja yang telah ditentukan.	
			31	Karyawan taat terhadap peraturan yang ada di PT. ICS	
			32	Karyawan mudah menyampaikan aspirasi atau inisiatif serta mampu bekerja sama dengan baik sesama rekan kerja	

Hasil dan Pembahasan

Penelitian dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Organisasi (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y). Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian sebanyak 40 orang. Metode pengumpulan data dilaksanakan dengan menyebarkan angket ataupun

likert 1 sampai 5. Teknik analisis data yang dipakai yakni analisis korelasi dan regresi linear sederhana. Pengujian dilaksanakan dengan memakai aplikasi perhitungan statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Uji Validitas

Uji validitas yakni pengujian yang dilaksanakan untuk mengetahui tingkat keakuratan dan kevalidan suatu instrument penelitian. Teknik uji validitas yang dipakai yakni dengan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, $r \text{ hitung} \geq r$ artinya instrument penelitian dinyatakan valid.

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Komunikasi Organisasi (X) dan Varibel Kinerja (Y)

Item	Std deviations	Item	Std deviations	Item	Std deviations	r tabel
X1	.656	X13	.504	Y1	.496	0,312
X2	.474	X14	.776	Y2	.464	
X3	.679	X15	.530	Y3	.350	
X4	.733	X16	.490	Y4	.552	
X5	.749	X17	.516	Y5	.716	
X6	.464	X18	.641	Y6	.516	
X7	.350	X19	.533	Y7	.641	
X8	.552	X20	.577	Y8	.641	
X9	.716	X21	.776			
X10	.516	X22	.616			
X11	.641	X23	.490			
X12	.533	X24	.594			

Pada table 4.1 hasil olah spss menunjukan bahwa nilai r tabel adalah 0,312. Hasil perhitungan validitas pada tabel 4.1, dapat dilihat bahwa $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ artinya 32 instrumen pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hasil pengukuran yang stabil. Hasil perhitungan uji reliabilitas bisa dilihat dari koefisien *Cronbach's Alpha* sebagaimana yang ditunjukkan oleh tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Organisasi (X) dan Varibel Kinerja (Y)

Variabel	α	N
Komunikasi Organisasi (X)	0,844	24
Kinerja (Y)	0,706	8

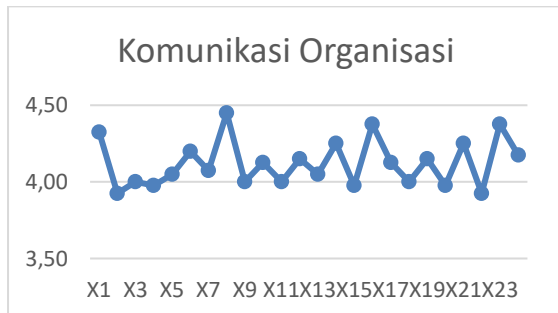
Selain dari uji validitas dilakukan juga uji reliabilitas terhadap sampel yang berjumlah 40 responden. Uji reliabilitas adalah ukuran konsistensi item pernyataan dalam sebuah penelitian. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya tidak stabil. Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.2 menunjukan nilai variabel komunikasi organisasi sebesar 0,844 dan variabel kinerja 0,706 artinya semua variabel dinyatakan reliabel dan layak untuk dilakukan uji asumsi.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif termasuk analisis yang bertujuan untuk memberi gambaran ataupun deskripsi terkait variabel penelitian. Analisis dilaksanakan untuk mengetahui aspek mana dari setiap

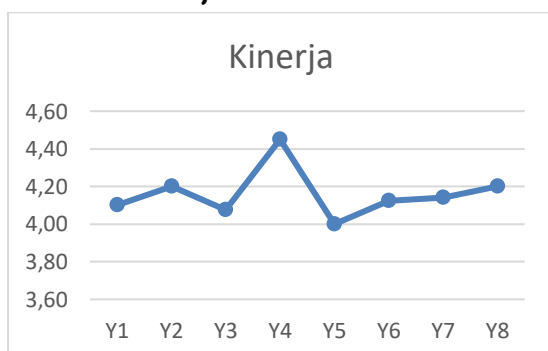
variabel yang mempunyai nilai rata-rata paling rendah dan paling tinggi. Data analisis deskriptif disajikan dalam bentuk grafik guna memudahkan peneliti memvisualisasikan data. Berikut hasil analisis deskriptifnya:

Grafik Kontinum Nilai Rata-Rata (Mean) Variabel Komunikasi Organisasi



Pada Grafik diatas, nilai rata-rata (mean) terendah pada variabel Komunikasi Organisasi (X) memiliki skor 3,93 terdapat pada pernyataan X22 yaitu “Atasan memberikan pekerjaan sesuai kompetensi karyawan.” Artinya atasan dalam memberikan pekerjaan tidak hanya sesuai dengan kompetensi tetapi bisa ditambahkan dengan bidang lain diluar kompetensinya.

Grafik Kontinum Nilai Rata-Rata (Mean) Variabel Kinerja



Pada Grafik diatas, nilai rata-rata (mean) terendah pada variabel Kinerja (Y) memiliki skor 4,00 terdapat pada pernyataan Y5 yaitu “Karyawan tidak

pernah meninggalkan kantor pada jam kerja.” Artinya karyawan meninggalkan kantor pada jam kerja sesuai dengan kebutuhan pekerjaan.

Uji Hipotesis

Tabel 4.3

Uji Hipotesis digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.241	4.478		1.617	.114
Xtotal	.260	.045	.682	5.754	.000

a. Dependent Variable: Ytotal

signifikan antara variabel komunikasi organisasi terhadap variabel kinerja dapat dilihat melalui Sig. yang tertera pada tabel di 4.3. Hipotesis merupakan sebuah pendapat yang mengenai satu atau lebih populasi. Maka hipotesis harus diuji untuk membuktikan kebenarannya. Sutopo & Slamet 2017 (Mufarrikoh, 2020)

Pengujian kebenaran hipotesis dilakukan sebagai pembuktian kebenaran penelitian bahwa terdapat pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja. Langkah pertama uji hipotesis adalah menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif sebagai berikut:

Ho: Komunikasi organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Ha: Komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Kriteria pengujian

Hipotesis (H_a dan H_o) model statistik:

Jika $\text{Sig} < 0,05$, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

Adapun rumus dalam mencari t tabel adalah:

Nilai $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$

Derajat kebebasan (df) = $n-2 = 40-2 = 38$

Nilai $0,025$; 38 kemudian dalam t tabel di dapat nilai sebesar 2.024 .

Oleh karena itu diketahui t hitung (5.754) $> t$ tabel (2.024) dan nilai sig. ($0,000$) $< 0,05$. Artinya variabel Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja.

Dari penjelasan diatas dapat terlihat bahwa nilai $T_{hitung} = 5,754$. Dan sementara itu, dari tabel nilai statistik T dengan signifikansi: $0,05$ dan nilai T_{tabel}

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.466	.452	1.890

a. Predictors: (Constant), X_{total} (38) = $2,024$. Dengan demikian maka keputusannya adalah $5,754 > 2,024$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$. Oleh karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka dapat diartikan H_o ditolak dan H_a diterima. Artinya komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Analisis Regresi

Regresi sederhana digunakan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan fungsional kedua variabel tersebut. Berikut merupakan rumus persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7.241 + 0,260$$

Ket; Y (Kinerja) dan X (Komunikasi organisasi) maka dapat di analisis sebagai berikut:

a: konstanta. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 7.241 . Angka ini adalah nilai konstan ($X=0$) yang memiliki arti bahwa jika tidak ada Komunikasi Organisasi (X) maka nilai konsistensi Kinerja (Y) akan tetap bernilai 7.241 .

b: Koefisien regresi atau dalam penelitian ini yang bernilai sebesar $0,260$. Artinya bahwa setiap penambahan 1% tingkat Komunikasi Organisasi (X), maka Kinerja (Y) akan naik sebesar $0,260$. Oleh karena itu, persamaan regresinya adalah $Y = 7.241 + 0,260(X)$.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi termasuk besaran nilai yang menunjukkan kemampuan variabel independen dalam memprediksi perubahan variabel dependen. Hasil pengujiannya bisa dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kebiasaan variabel (X) dalam menjelaskan variasi variabel (Y). Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu.

Hasil tabel 4.4 diperoleh nilai R square atau koefisien determinasi sebesar $0,466$ atau sama dengan $46,6\%$, sumbangan pengaruh variabel komunikasi organisasi (X) terhadap variabel kinerja (Y) adalah sebesar $46,6\%$ yang artinya variabel X berpengaruh sedang terhadap variabel Y dan sisanya

sebanyak 53,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel komunikasi organisasi dan kinerja dinyatakan valid dan reliabel, kesimpulannya adalah benar terbukti komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dengan nilai pengaruh sedang. Berdasarkan uraian pembahasan dan data yang sudah dijelaskan di atas, maka saran yang diberikan kepada PT Impact Credit Solutions sebaiknya atasan dalam menjalankan komunikasi dengan karyawan terkait pekerjaan antara satu sama lain yang berbeda dalam kedudukan dan unitnya perlu dilakukan sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya atau kompetensinya sehingga pekerjaan akan menjadi lebih maksimal dan tentunya kinerja dari karyawan akan semakin baik. PT Impact Credit Solutions perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja seperti kehadiran karyawan, perlunya koordinasi yang baik agar karyawan tidak meninggalkan kantor pada jam kerja terkecuali pekerjaan yang memang harus dilakukan diluar kantor. Penelitian selanjutnya pada bidang ilmu komunikasi, disarankan agar menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor komunikasi organisasi yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
Butterick, K. (2014). *Pengantar Public Relations: Teori Dan Praktik*. Jakarta:

Rajawali Pers.

- Edi, F. (2021, July 21). Pentingnya Peran Humas Dalam Organisasi. *Tribatanews*, P. 1. Retrieved From <https://tribatanews.kepri.polri.go.id/2021/07/20/Pentingnya-Peran-Humas-Dalam-Organisasi/>
- Hermawan, D. (2012). Komunikasi Dalam Organisasi. *Teori Organisasi Umum*, 1(1), 1–12.
- Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Turnover Intention. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 51. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2516>
- Ishak, A. (2012). Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Aspikom*, 1(4), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i4.38>
- Krisyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling Dan Uji Hipotesis)*. Surabaya: Cv. Jakad Media Publishing.
- Muslim. (2016). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, 1, No.10(10), 77–85. Retrieved From <https://journal.unpak.ac.id/index.php/Wahana/Article/View/654>
- Oktavia, P., & Sudiby, A. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pemilu 2019 Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula Sman 1 Depok. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 2(2).
- Pace, R. W. Dan D. F. F. (2015). *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Mulyana, Ed.).

- Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. W. Dan F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Poppy Ruliana. (2016). *Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus (Edisi Kedu)*. Depok: Pt Rajagrafindo Persada.
- Ruliana, P. (2016). *Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus (2nd Ed.; Y. Sudaryat, Ed.)*. Depok: Pt Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis Untuk Riset Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*.
- Sutrisno. (2013). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kerja. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 16–30.