

## PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN GARDEN HOTEL MAJALENGKA

L. Ulfa Hanafiah<sup>1</sup>, Yuliani Rachma Putri<sup>2</sup>

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom<sup>1</sup>  
ulfahanafiah@student.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, yuliani.nurrahman@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Garden Hotel merupakan salah satu hotel yang ada di kabupaten Majalengka. Sebagai penyedia jasa akomodasi, Garden Hotel menawarkan sebuah tempat untuk menginap, mengadakan pernikahan, meeting, seminar atau sebagai tempat tinggal sementara di Majalengka. Sebagai sebuah organisasi, Garden Hotel memiliki karyawan sebanyak 100 orang karyawan, dimana didalamnya terjadi jalinan kerja sama yang saling ketergantungan untuk mencapai tujuan yang sama. Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan salah satu faktor penting. Melalui komunikasi orang dapat menyampaikan persepsi, mengkoordinasi pekerjaan, terhindar dari ketegangan dan memungkinkan mencapai tujuan organisasi dengan efektif serta efisien. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan Garden Hotel.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarkan kepada karyawan Garden Hotel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim komunikasi yang baik menciptakan motivasi kerja yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa iklim komunikasi organisasi pada Garden Hotel mendapatkan persentase skor sebesar 84% yang masuk kategori baik, yang artinya iklim komunikasi organisasi di Garden Hotel telah dilaksanakan dengan baik. Dimensi paling berpengaruh adalah dimensi perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi dengan persentase skor sebesar 87%. Kemudian, motivasi kerja pada Garden Hotel mendapatkan skor 87% termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dimensi paling berpengaruh adalah dimensi *Need for Affiliation* dengan presentase skor 87,5%. Pengaruh yang ditimbulkan dari Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Kerja yaitu sebesar 0,389 atau 39%.

**Kata Kunci:** Iklim Komunikasi Organisasi, Motivasi

### Abstract

*Garden Hotel is one of the hotels in Majalengka district. As an accommodation service provider, Garden Hotel offers a place to stay, hold weddings, meetings, seminars or as a temporary residence in Majalengka. As an organization, Garden Hotel has employees of 100 employees, where there is a interdependence of mutual cooperation to achieve the same goal. In an organization, communication is one important factor. Through communication people can convey perception, coordinate work, avoid tension and enable effective and efficient organizational objectives. Based on this, the study was conducted to determine the influence of climate communication organization towards the motivation of working of Garden Hotel employees.*

*The research method used is a quantitative method with a descriptive quantitative approach. The Data obtained in this study through questionnaires were disseminated to the employees of Garden Hotel. Based on the results the research suggests that a good communication climate creates a high working motivation.*

*Based on the results of the study, it can be noted that the organizational communication climate at the Garden Hotel gets a score percentage of 84% which is in good category, which means the organizational communication climate at the Garden Hotel is well implemented. The most influential dimension is the dimension attention to high-performance objectives with a score percentage of 87%. Then, work motivation at Garden Hotel got a score of 87% included in very high category. The most influential dimension is the Need for Affiliation dimension with a percentage score of 87.5%. The impact of the organizational communication climate on work motivation is 0.389 or 39%.*

**Keywords:** *climate communication organization, motivation*

## PENDAHULUAN

Thomas M. Scheidel (Mulyana, 2012:4) mengemukakan pendapatnya tentang fungsi komunikasi, bahwa manusia berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang disekitar, serta komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang lain dalam hal berpikir, merasa atau berperilaku seperti yang diinginkan. Namun, menurut Scheidel, pada dasarnya tujuan manusia berkomunikasi untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis.

Para pakar komunikasi menjadikan jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi sebagai indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya. Cassandra L (Cangara, 2016:33) mengklasifikasikan komunikasi ke dalam lima tipe, yakni Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*), Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*), Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*), Komunikasi Massa (*Mass Communication*) dan Komunikasi Publik (*Public Communication*). Berdasarkan klasifikasi tersebut, komunikasi bisa terjadi dalam konteks yang sempit sampai konteks yang luas seperti suatu organisasi.

Organisasi merupakan kelompok orang dimana didalamnya terjadi jalinan kerja sama yang saling ketergantungan untuk mencapai tujuan yang sama. Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan salah satu faktor penting. Goldhaber (Muhammad, 2019:67) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Garden Hotel sebagai objek penelitian karena dalam hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Lisa selaku Manajer *Human Resource* Garden Hotel pada 20 Maret 2020, terdapat fenomena-fenomena menarik yang terjadi didalam organisasi. Ibu Lisa mengatakan bahwa Garden Hotel sangat mengutamakan komunikasi yang efektif dalam ruang lingkup karyawannya, berbagai upaya dilakukan untuk menciptakan iklim komunikasi yang baik seperti melakukan kegiatan *General Staff Meeting* (GSM) yang rutin setiap satu bulan sekali, kegiatan GSM ini dihadiri oleh semua *staff* termasuk *General Manager*, rincian kegiatan dalam GSM ini adalah biasanya GM menyampaikan informasi terbaru, lalu

perwakilan dari setiap departemen yang terpilih akan mempresentasikan capaiannya pada bulan itu, lalu dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, selain itu perwakilan departemen juga mempresentasikan apa yang ingin dicapai departemen tersebut untuk bulan depan, adanya kegiatan GSM dianggap menjadi media komunikasi yang efektif dan informatif untuk karyawan Garden Hotel. Kegiatan GSM ini juga memotivasi karyawan untuk berfikir kreatif serta menciptakan sebuah inovasi bagi departemennya.

Garden Hotel selalu memperingati hari-hari besar nasional, seperti selalu mengadakan setiap tahunnya upacara bendera dalam memperingati HUT NKRI pada 17 Agustus, Garden Hotel mewajibkan seluruh *staff* untuk mengikuti upacara bendera yang bertujuan untuk melesetarkan budaya nasionalisme dalam bekerja. Setelah mengadakan upacara bendera, Garden Hotel juga memperingati 17 Agustus dengan lomba-lomba yang diikuti oleh karyawan, selain menumbuhkan rasa nasionalisme kegiatan ini juga menumbuhkan kekompakan karyawan Garden Hotel. Kegiatan-kegiatan ini selalu disambut antusias yang tinggi oleh karyawan dan dianggap mampu mempererat hubungan kerjasama antar karyawan.

Dalam upaya untuk menerapkan kebebasan dalam berpendapat, terdapat kotak saran yang tersimpan didepan kantin karyawan, dimana kantin merupakan tempat karyawan berkumpul ketika jam makan siang. Kotak saran ini sebagai media untuk karyawan berpendapat sebagai anonim. Lalu, Setiap bulannya departemen *Human Resource* membagikan angket kepuasan yang disertai kolom kritik dan saran, angket ini disebar keseluruh karyawan Garden Hotel untuk melihat *feedback* yang didapat karyawan selama bekerja dan sebagai media untuk

memberikan saran dan kritik terhadap kinerja manajemen hotel.

Upaya lainnya untuk mengurangi kesalahan informasi, Garden Hotel menerapkan sistem birokrasi yang didalamnya terdapat hierarki. Hierarki ini tersusun dari jabatan tertinggi hingga karyawan, yaitu; Direktur, *General Manager*, *Executive Assistant Manager*, *Manager Department*, *Supervisor*, lalu karyawan. Garden Hotel menerapkan birokrasi dalam alur komunikasinya, sehingga tercipta komunikasi yang efektif antara atasan dan juga bawahan. Salah satu contoh adalah ketika *department* melakukan permohonan penyediaan suatu barang, maka alur komunikasinya yaitu *supervisor department* yang bersangkutan akan menulis permohonan tersebut dalam *form request*, setelah disetujui oleh *manager deparment*, *form request* akan dilanjutkan ke *Executive Assistant Manager* untuk disetujui, setelah disetujui *form request* akan terima oleh *General Manager* untuk ditinjau ulang dan apabila telah disetujui, *General Manager* akan memberikan *form request* tersebut kepada Direktur untuk disetujui. Apabila *form request* telah disetujui seperti alur diatas, maka *form request* tersebut diterima dan diproses.

Ibu Lisa mengatakan, kesalahan dalam komunikasi justru terjadi pada jajaran atasan, karena system birokrasi menjadikan keputusan tertinggi berada di tangan Direktur sehingga seringkali terjadi pengambilan keputusan secara otoriter. Keputusan secara otoriter ini dianggap kurang baik karena, Direktur tidak setiap hari berada di lapangan dan melihat langsung masalah-masalah yang terjadi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi

Harold Laswell (Mulyana, 2012:69) mengemukakan bahwa cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah

dengan menjawab pertanyaan-pernyataan berikut; *Who Says, What In, Which Channel, To Whom, With What Effect*. Berdasarkan apa yang dikemukakan Laswell, terdapat lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: sumber (*source*), pesan (*message*), saluran atau media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat atau pengaruh (*effect*).

### **Komunikasi Organisasi**

R. Wayne Pace dan Don. F Faules dalam bukunya *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (Pace & Faules, 2006:31).

### **Iklim Komunikasi Organisasi**

Davis dan Newstorm dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Dalam Organisasi* (1989:20) mengemukakan bahwa iklim komunikasi adalah lingkungan manusia di dalam organisasi sebagai pegawai yang melakukan pekerjaan mereka. Pengertian ini dapat mengacu lingkungan suatu departemen, unit suatu perusahaan yang penting, atau suatu organisasi secara keseluruhan. Iklim dipengaruhi oleh hampir semua hal yang terjadi dalam suatu organisasi.

Pace & Faules (2006, 159-160) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi iklim komunikasi organisasi, yaitu :

#### **1. Kepercayaan**

Dalam 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 berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka, sehingga memiliki kesempatan yang sama dalam proses pembuatan keputusan .

#### **3. Kejujuran**

Kejujuran merupakan sikap dalam berkomunikasi dimana semua diutarakan secara terbuka tanpa adanya rekayasa atau suatu hal yang ditutupi. Sikap jujur membantu karyawan dalam mengutarakan apa yang sebenarnya ada di benak 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 (Ganyang, 2018:209). 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 adalah 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.

## Motivasi

Colquitt, LePine, dan Wesson (Wibowo, 2014:111), mendefinisikan motivasi sebagai sekumpulan kekuatan energetik yang dimulai baik dari dalam maupun diluar pekerja, dimulai dari usaha yang berkaitan dengan pekerjaan, dan mempertimbangkan arah, intensitas, dan ketekunannya. Motivasi adalah pertimbangan kritis karena kinerja yang efektif sering memerlukan baik kemampuan dan motivasi tingkat tinggi.

David McClelland (Ganyang, 2018:116-117) mengemukakan tiga komponen dasar yang dapat digunakan untuk memotivasi orang bekerja, yaitu kebutuhan akan:

### a. *Need for Achievement*

Kebutuhan untuk berprestasi adalah kebutuhan untuk melakukan pekerjaan lebih baik dari sebelumnya, selalu berkeinginan untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi. Kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan refleksi dari dorongan akan tanggung jawab untuk memecahkan suatu masalah. Diukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang, kebutuhan ini berhubungan erat dengan pekerjaan, dan mengarahkan tingkah laku pada usaha untuk mencapai prestasi tertentu.

### b. *Need for Affiliation*

Kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, berada bersama orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain. Pada dasarnya karyawan senang bersosialisasi dengan orang lain.

### c. *Need for Power*

Kebutuhan untuk kekuasaan yang merupakan refleksi dari dorongan untuk mencapai otoritas untuk memiliki pengaruh terhadap orang lain. Manajemen perusahaan yang mampu mendayagunakan kebutuhan karyawan untuk kekuasaan,

akan menimbulkan persaingan yang sehat untuk bekerja lebih baik dan bersemangat.

Dalam penelitian ini akan terfokus pada iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan Garden Hotel.

## METODE

Pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif yang secara umum, berdasar pada kata "kuantitatif" yang bermakna jumlah atau penjumlahan, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian dianalisis (Suharsaputra, 2012:49).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 80 orang karyawan Garden Hotel, yang terdiri dari wanita sebanyak 53.8% dan pria sebanyak 46.3%.

### Iklim Komunikasi Organisasi

Hasil analisis deskriptif, iklim komunikasi organisasi Garden Hotel secara keseluruhan termasuk ke dalam kategori baik dengan presentase skor total 84%. Dilihat dari hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel X (Iklim Komunikasi Organisasi) berdasarkan 6 dimensi yang diteliti, dimensi perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi memiliki skor tertinggi yaitu 87%, lalu skor tertinggi kedua yaitu dimensi kejujuran dengan presentasi skor sebesar 86%, dimensi keterbukaan dalam komunikasi ke bawah 85,5%, dimensi kepercayaan dengan presentase skor 83,5%, dimensi mendengarkan dalam komunikasi ke atas dengan presentase skor 83%, lalu dimensi dengan skor terendah yaitu dimensi pembuatan keputusan bersama dengan presentase skor yaitu 77%.

Masing-masing dimensi pada variabel X (Iklim Komunikasi Organisasi) memiliki 2 pernyataan sehingga totalnya menjadi 12 pernyataan, skor tertinggi yaitu pada pernyataan nomor satu dimensi kepercayaan dengan skor sebesar 91%, diikuti oleh pernyataan nomor 9 dimensi keterbukaan dalam komunikasi ke bawah dengan skor sebesar 89%, selanjutnya pernyataan nomor dua belas dimensi perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi dengan skor sebesar 88%, sedangkan pernyataan nomor empat dimensi pembuatan keputusan bersama memiliki skor 87%, dimensi kejujuran pada pernyataan nomor enam memiliki skor 87%, dan dimensi keterbukaan dalam komunikasi ke atas pada pernyataan nomor tujuh memiliki skor 87%.

Berdasarkan uraian diatas, sesuai dengan keadaan yang terjadi di Garden Hotel, dimana Garden Hotel telah berhasil menciptakan iklim komunikasi organisasi yang baik, seperti saling memberikan kepercayaan antar karyawan termasuk kepada atasan, karyawan juga mendapatkan kesempatan dalam membuat keputusan, terjalin komunikasi yang efektif baik komunikasi secara formal atau informal antara atasan dengan bawahan maupun sebaliknya, dan Garden Hotel pun mendorong karyawannya untuk memiliki capaian-capaian dalam pekerjaannya. Hal ini pun dikemukakan oleh Redding (Muhammad, 2019:85) bahwa terdapat lima dimensi penting dari iklim komunikasi, yaitu; pertama *supportiveness*, atau bawahan mengamati bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan membantu mereka membangun dan menjaga perasaan diri berharga dan penting, kedua partisipasi membuat keputusan, ketiga kepercayaan, dapat dipercaya dan dapat menyimpan rahasia, keempat keterbukaan dan keterusterangan dan kelima tujuan kinerja yang tinggi, pada tingkat mana tujuan kinerja dikomunikasikan dengan jelas kepada anggota organisasi.

## Motivasi Kerja

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 80 karyawan Garden Hotel, 3 dimensi yang diteliti yaitu *Need for Achievement*, *Need for Affiliation*, dan *Need for Power* dengan masing-masing indikator memiliki 2 pernyataan, variabel Y (Motivasi Kerja) mendapatkan total skor sebesar 87% termasuk kedalam kategori terpenuhi. Dimensi dengan skor tertinggi yaitu dimensi *Need for Affiliation* dengan presentase skor 87,5%, lalu diikuti dimensi *Need for Achievement* dengan presentase skor 87%, presentase skor terendah adalah dimensi *Need for Power* dengan presentase skor 86,5%.

Dimensi pertama yaitu, *Need for Achievement* dengan indikator pernyataan kesatu yaitu menetapkan tujuan serta mencapai tujuan yang realistis, dan indikator pernyataan kedua yaitu kebutuhan untuk berprestasi dan mendapatkan pencapaian, kedua pernyataan ini mendapatkan presentase skor yang sama yaitu 87%. Berdasarkan presentase skor tersebut dapat disimpulkan bahwa karyawan Garden Hotel termotivasi untuk menetapkan serta mencapai capaian dalam bekerja, dengan kata lain karyawan Garden Hotel telah memiliki tujuan dalam bekerja serta karyawan terdorong untuk mencapai prestasi dalam bekerja. Dimensi kedua yaitu, *Need for Affiliation* dengan indikator pernyataan pertama yaitu kebutuhan untuk berinteraksi bersama rekan kerja ataupun atasan memiliki presentase skor sebesar 87% sedangkan indikator pernyataan kedua yaitu saling menghormati dan menghargai dalam ruang lingkup organisasi mendapatkan presentase skor sebesar 89%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan untuk berinteraksi dengan sesama karyawan atau atasan cukup tinggi, yang artinya terjadi komunikasi yang efektif dalam karyawan Garden Hotel dan karyawan pun cenderung termotivasi untuk saling menghormati serta saling menghargai dalam ruang lingkup karyawan. Lalu, dimensi yang ketiga yaitu

*Need for Power* dengan indikator pernyataan pertama yaitu otoritas dapat menambah semangat dalam bekerja mendapatkan presentase skor sebesar 87% dan pernyataan kedua dengan indikator keinginan dalam bersaing dan mendapatkan hasil yang memuaskan mendapatkan presentase skor sebesar 86%, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa karyawan termotivasi untuk bersaing dengan meningkatkan kinerja kerja dan mendapatkan hasil yang memuaskan serta otoritas atau tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan cenderung dapat menambah semangat dalam bekerja. Dari keenam pernyataan, pernyataan nomor empat memiliki presentase skor tertinggi yaitu sebesar 89% dengan bunyi pernyataan hubungan untuk kepentingan perusahaan dilakukan dengan saling mendukung satu sama lain, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi cukup tinggi untuk mendorong karyawan saling mendukung untuk mencapai kepentingan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh Colquitt, LePine, dan Wesson (Wibowo, 2014:111), bahwa motivasi sebagai sekumpulan kekuatan energetik yang dimulai baik dari dalam maupun diluar pekerja, dimulai dari usaha yang berkaitan dengan pekerjaan, dan mempertimbangkan arah, intensitas, dan ketekunannya. Motivasi adalah pertimbangan kritis karena kinerja yang efektif sering memerlukan baik kemampuan dan motivasi tingkat tinggi.

### **Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Garden Hotel Majalengka**

Dalam penelitian ini, variabel independen yang diteliti adalah Iklim Komunikasi Organisasi (X) dan variabel dependen adalah Motivasi Kerja (Y). Pada uji regresi linier sederhana diketahui nilai *constant* ( $\alpha$ ) variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X) adalah 10,062 dan nilai koefisien regresi/b adalah 0,316 sehingga dari nilai tersebut menghasilkan persamaan regresi  $Y = 10,062 + 0,316X$ . Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui

koefisien regresi variabel Iklim Komunikasi Organisasi sebesar 0,316 yang artinya setiap penambahan 1%, nilai variabel Motivasi Kerja bertambah sebesar 0,316. Nilai koefisien regresi tersebut bersifat positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah hubungan secara linier antara variabel independen (Iklim Komunikasi Organisasi) terhadap variabel dependen (Motivasi Kerja) adalah positif. Pada uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai koefisien (R) sebesar 0.624, maka nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  sebesar 0.389 atau 39% yang artinya variabel independen (Iklim Komunikasi Organisasi) memberikan sedikit pengaruh terhadap variabel dependen (Motivasi Kerja) yaitu sebesar 39%. Sedangkan, sisanya sebesar  $100\% - 39\% = 61\%$  merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewa Putu Panji Maha Putra dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Di Restoran Ranggan Sunset Kabupaten Buleleng Bali menunjukkan hasil uji koefisien determinasi yang sama yaitu relatif kecil dengan presentase sebesar 27,3%.

Tagirui (Muhammad, 2019:82) mengemukakan bahwa iklim organisasi adalah kualitas yang relatif abadi dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya, mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat diuraikan dalam istilah nilai-nilai suatu set karakteristik tertentu dari lingkungan. Sedangkan Colquitt, LePine, dan Wesson (Wibowo, 2014:111), mendefinisikan motivasi sebagai sekumpulan kekuatan energetik yang dimulai baik dari dalam maupun diluar pekerja, dimulai dari usaha yang berkaitan dengan pekerjaan, dan mempertimbangkan arah, intensitas, dan ketekunannya. Motivasi adalah pertimbangan kritis karena kinerja yang efektif sering memerlukan baik kemampuan dan motivasi tingkat tinggi.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa peningkatan motivasi kerja merupakan respons seseorang dari berbagai pengaruh yang ada dalam lingkungannya. Iklim komunikasi organisasi yang baik seperti adanya keterbukaan, kepercayaan satu sama lain, serta saling mendukung dan partisipasi akan membuat karyawan memiliki suatu perasaan atau energi yang positif dalam dirinya, baik itu motivasi dalam diri karyawan hingga dapat berpengaruh terhadap produktifitas kinerja yang dihasilkan, karena secara tidak langsung motivasi tersebut dapat membantu karyawan dalam melakukan pekerjaan.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan Garden Hotel Majalengka.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- [2] Davis, Keith & John W. Newstorm. 1989. *Human Behavior At Work: Organizational Behavior, Seventh Edition*. Jakarta. PT. Gelora Aksara Pratama
- [3] Ganyang, Machmed Tun. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Realita*. Bogor. IN Media
- [4] Muhammad, Arni. 2019. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta. Bumi Aksara.
- [5] Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- [6] Pace, R Wayne dan Don F, Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja*

*Perusahaan*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

- [7] Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung. PT. Refika Aditama.
- [8] Wibowo. 2014. *Perilaku Dalam Organisasi*.