

PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN

(Studi Pada Karyawan Divisi Gas Domestik PT.Pertamina Sales Area Retail Jawa Barat)

Syahrir Muhammad Umar Habshee, Dr. Dewi K. Soedarsono, M.Si

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung Jawa Barat 40257

Email: syahrirhabshee@students.telkomuniversity.ac.id ,
soedarsonodewik@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal lukisan seni, ekspresi muka dan teknologi. Selain itu komunikasi baik pada suatu organisasi menjadikan salah satu kunci terhadap pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi, baik dalam kelompok formal maupun informal untuk keberlangsungan berjalannya suatu perusahaan, yang membuat semakin baik komunikasi organisasi yang terjadi pada suatu organisasi maka mempengaruhi kinerja karyawan yang dihasilkan pada organisasi tersebut. Penelitian ini dilakukan di divisi gas domestik PT.Pertamina dengan komunikasi organisasi sebagai variabel bebas serta kinerja karyawan sebagai variabel terikat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan komunikasi organisasi, tingkat kinerja karyawan yang terjadi di divisi Gas Domestik PT.Pertamina. Selain itu untuk melihat seberapa tinggi pengaruh dari komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan di divisi Gas Domestik PT.Pertamina. Populasi dalam penelitian ini merupakan pegawai aktif pada divisi gas domestic di PT.Pertamina yang berjumlah sebanyak 227 orang pegawai, dari jumlah tersebut terpilih sebanyak 69 responden. Pengambilan sampling menggunakan *probability sampling* dengan *teknik simple random sampling* dan untuk pengambilan data menggunakan rumus slovin. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berada pada kategori sangat tinggi dengan presentase sebesar 84.85%. Dan kinerja karyawan berada pada kategori sangat tinggi dengan presentase sebesar 87.26%. Sedangkan hasil uji asumsi klasik diperoleh bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya komunikasi organisasi (X) tidak berpengaruh terhadap variabel kinerja karyawan (Y) pada divisi gas domestik PT.Pertamina.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Kinerja Karyawan, Pegawai

ABSTRACT

Communication is a form of human interaction that influences one another, intentionally or unintentionally and is not limited to forms of verbal communication, but also in terms of art paintings, facial expressions and technology. In addition, good communication in an organization makes it one of the keys to sending and receiving various organizational messages, both in formal and informal groups for the continuity of the running of a company, which makes the better organizational communication that occurs in an organization, then it affects the performance of the resulting employees in the organization. This research was conducted in the domestic gas division of PT Pertamina with organizational communication as the independent variable and employee performance as the dependent variable. The purpose of this study was to determine organizational communication activities, employee performance levels that occurred in the Domestic Gas division of PT Pertamina. In addition, to see how high the influence of organizational communication is on employee performance in the Domestic Gas division of PT

Pertamina. The population in this study were 227 active employees in the domestic gas division at PT Pertamina, with a total of 227 employees, of whom 69 respondents were selected. Sampling using probability sampling with simple random sampling technique and for data collection using the Slovin formula. Based on the research results, it shows that organizational communication is in the very high category with a percentage of 84.85%. And employee performance is in the very high category with a percentage of 87.26%. While the classical assumption test results obtained that H0 is accepted and H1 is rejected, which means that organizational communication (X) has no effect on the employee performance variable (Y) in the domestic gas division of PT Pertamina.

Keywords: Organizational Communication, Employee Performance, Employees

1. PENDAHULUAN

PT. Pertamina (Persero) merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia. Sebagai lokomotif perekonomian bangsa, Pertamina merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. Berdasarkan PP No.31 Tahun 2003 tanggal 18 Juni 2003, Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara berubah nama menjadi PT Pertamina (Persero) yang melakukan kegiatan usaha migas pada Sektor Hulu hingga Sektor Hilir. PT Pertamina (Persero) didirikan pada tanggal 17 September 2003 berdasarkan Akta Notaris No.20 Tahun 2003. Pada 10 Desember 2005, Pertamina mengubah lambang kuda laut menjadi anak panah dengan warna dasar hijau, biru, dan merah yang merefleksikan unsur dinamis dan kepedulian lingkungan. PT Pertamina (Persero) melakukan transformasi fundamental dan usaha Perusahaan pada 20 Juli 2006. PT Pertamina (Persero) mengubah visi Perusahaan yaitu, "menjadi perusahaan minyak nasional kelas dunia". pada tanggal 10 Desember 2007. Kemudian tahun 2011, Pertamina menyempurnakan visinya, yaitu "menjadi perusahaan energi nasional kelas dunia". Melalui RUPSLB tanggal 19 Juli 2012, Pertamina menambah modal ditempatkan/disetor serta memperluas kegiatan usaha Perusahaan. Perusahaan ini cukup besar yang masuk dalam naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).. PT Pertamina sendiri memiliki banyak bagian mulai dari pengolahan, logistik, pemasaran korporat, pemasaran ritel dan masih banyak lagi. Unit Gas Domestik masuk kedalam kategori pemasaran korporat. Divisi Gas Domestik tersebar di dalam bagian *Marketing Operation* kota-kota besar salah satunya kota Bandung, Jawa Barat.

Contoh proses komunikasi organisasi terdapat pada kehidupan sosial di didalam perusahaan, tentunya diisi oleh berbagai jenis karakter. Demi terwujudnya organisasi yang berkembang dan maju, para anggota organisasi yang berada didalamnya haruslah sering berinteraksi satu sama lain. Sebuah proses komunikasi dalam organisasi bisa dikatakan gagal, jika para pelakunya tidak dapat menyampaikan pesannya secara tepat, kegagalan tersebut yang menyebabkan terjadinya miskomunikasi/kesalahpahaman. Maka dari itu visi dan misi dari setiap karyawan harus sama karena dengan visi-misi yang sama komunikasi organisasi akan lebih mudah.

Sebuah perusahaan pun termasuk ke dalam sebuah organisasi. Keberhasilan dari sebuah perusahaan ditentukan oleh keberhasilan dan keefektifan proses komunikasi antara atasan dan bawahannya, baik itu secara keseluruhan perusahaan, maupun di setiap departemen atau divisi yang ada di dalam perusahaan tersebut. Ketika para pemimpin di perusahaan atau departemen dapat berkomunikasi secara efektif dengan bawahan atau anak buahnya, maka pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik. Sehingga *feedback* atau timbal balik dari penerima pesan pun dapat dikembalikan dengan baik.

Menurut website www.pertamina.com yang diakses oleh penulis tanggal 3 Juni 2020, Sejak 1968, Unit Gas Domestik telah berkomitmen untuk melayani seluruh masyarakat Indonesia dengan menyediakan LPG sebagai bahan baku dan bahan bakar untuk keperluan rumah tangga, komersial dan industri dengan menggunakan brand "Elpiji". Akhir-akhir ini, Elpiji menjadi lebih dikenal dan dekat dengan masyarakat dengan adanya program Pemerintah untuk mengkonversi Minyak Tanah ke Elpiji, yang ternyata telah terbukti lebih ekonomis, efisien dan ramah lingkungan dibanding Minyak Tanah.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Imam Ashari selaku *Sr. Supervisor Marketing Support* PT.Pertamina Sales Area Retail Jawa Barat yang dilakukan pada tanggal 12 Juni 2019, beliau mengatakan; Dalam era "Langit Biru" yang digaungkan oleh PT.Pertamina, Unit Gas Domestik juga memiliki peranan penting untuk menyukseskan program ini. Disamping Elpiji, sejak tahun 1987 Unit Gas Domestik juga telah mensuplai bahan bakar

gas dengan menggunakan CNG (Compressed Natural Gas), dibawah brand "BBG". "Musicool", hidrokarbon refrigerant yang ramah lingkungan, yang diluncurkan oleh PT.Pertamina pada tahun 2004, hal ini menjadi satu bukti dari komitmen PT.Pertamina untuk mewujudkan lingkungan hidup yang lebih baik dengan menjaga lapisan ozon dari kerusakan dan Efek Pemanasan Global atau *Global Warming*.

Mengenai tugas pokok dari Gas Domestik terutama untuk yang berada di kota Bandung yaitu Administrasi dan Operasi. Tugas dari bagian Administrasi berfokus pada pengolahan data dan dokumen yang masuk perihal divisi Gas Domestik. Kebanyakan dokumen berasal dari surat dan dokumen seputar penjualan produk gas LPG, perpanjangan kontrak keagenan, dan input data ke dalam *database* perusahaan mengenai penjualan produk khususnya gas LPG. Banyaknya ketentuan dokumen dari perusahaan terutama mengenai agen, membuat divisi Gas Domestik harus memastikan kepatuhan administratif dari agen demi berlangsungnya kelancaran penjualan dan distribusi produk gas LPG di setiap daerah. Divisi Gas Domestik juga rutin dalam melakukan kunjungan ke lapangan seperti agen dan pangkalan demi memastikan ketersediaan produk gas LPG di tiap daerahnya. Dan untuk bagian Operasi berfokus pada penjualan langsung produk gas LPG yang ada di lapangan. Divisi Gas Domestik bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran distribusi yang ada di tiap daerah penjualan. Distribusi tersebut dilakukan berdasarkan kuantitas yang dibagi ke tiap agennya, Proses tersebut juga terus dipantau dan diawasi demi memastikan kuantitas dan ketersediaan yang baik bagi produk LPG yang ada di tiap daerah penjualan. Divisi Gas Domestik berperan penting untuk meningkatkan penjualan produk-produk dari Pertamina agar mencapai target penjualan.

Dalam setiap aktivitas perusahaan tidak luput dari kinerja karyawan, oleh karena itu perusahaan perlu memberikan perhatian kepada karyawan dalam melaksanakan tugasnya. PT.Pertamina (Persero) Sales Area Retail Jawa Barat juga mengikuti nilai-nilai dasar perusahaan yang sudah dijabarkan diatas yaitu 6C. Clean, competitive, confident, customer focused, commercial, dan capable. Keenam nilai budaya ini menjadi aspek penting bagi perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya sebagai perusahaan minyak dan gas milik negara terbesar di Indonesia. Salah satu aspek terpenting dalam menciptakan suatu keunggulan bersaing adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Kinerja merupakan suatu proses evaluasi seberapa baik karyawan mengerjakan pekerjaan mereka, dan kemudian mengkomunikasikannya dengan para karyawan. Selain itu, kinerja juga dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan sebelumnya.

Salah satu contoh kegiatan komunikasi organisasi yang melibatkan banyak pegawai termasuk atasan yaitu kegiatan perpanjangan kontrak keagenan LPG yang dilaksanakan 3 tahun sekali oleh divisi Gas Domestik PT.Pertamina Sales Area Retail Jawa Barat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan saat program magang oleh peneliti kepada Bapak Imam Ashari selaku *Sr. Supervisor Marketing Support* di kantor PT.Pertamina Sales Area Retail Jawa Barat salah satu tugas penting dari divisi ini adalah perpanjangan kontrak dengan agen-agen LPG di Jawa Barat. Kontrak antara PT.Pertamina Bandung dengan agen-agen LPG di Jawa Barat dibutuhkan untuk menjadi landasan pendistribusian LPG di seluruh Jawa Barat. kegiatan yang dilakukan oleh Unit Gas Domestik ini rutin dilaksanakan setiap 3 tahun sekali. Di wilayah kerja Sales Area Retail Jawa Barat, agen yang dilakukan perpanjangan adalah agen gas LPG yang berada di wilayah kerja Jawa Barat. Apa itu Perpanjangan Keagenan? Bapak Imam Ashari menjelaskan bahwa proses perpanjangan keagenan ini merupakan proses bagi agen gas LPG 3 kg untuk memperpanjang status mereka sebagai agen LPG resmi yang mendapat izin dari PT. Pertamina (Persero). Perpanjangan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh agen LPG. Bapak Imam Ashari juga mengatakan bahwa para agen wajib untuk melampirkan dokumen persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan. Surat-surat seperti akta pendirian, surat kontrak, SKCK, Surat Izin Usaha Perdagangan, dsb merupakan contoh surat yang wajib dilampirkan oleh pihak Agen dalam proses ini. Dari segi internal divisi Gas Domestik pun masih sering terjadi *miss communication* atau salah tangkap pesan yang terjadi pada para pegawai di divisi ini dan juga kepada jajaran pimpinan di divisi ini karena banyaknya agen-agen yang ingin memperpanjang kontraknya. Dari masalah seperti salah tangkap pesan pun dapat menjadi kendala dari divisi Gas Domestik untuk menjalankan kegiatan ini. Dengan seringnya *miss communication* atau salah paham akan pesan yang diberikan, masalah seperti ini dapat membuat efisiensi waktu berkurang dan kegiatan ini menjadi kurang lancar.

Karena Divisi ini memiliki tugas yang cukup kompleks, maka perlu adanya kesinambungan komunikasi organisasi diantara para karyawan. Karena divisi Gas Domestik memiliki visi dan misi untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan itu juga harus dibarengi dengan kinerja yang baik dan efektif dari para karyawan agar misi dari divisi Gas Domestik dapat tercapai.

2. LANDASAN TEORI DAN METODELOGI PENELITIAN

2.1 Komunikasi Organisasi

Menurut Subkhi dan Jauhar (2013), komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi, baik dalam kelompok formal maupun informal. Dalam hal ini, komunikasi formal adalah komunikasi yang disepakati oleh organisasi itu sendiri dan bersifat kepada orientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan pekerjaan yang harus dilakukan, seperti kebijakan, memo, jumpa pers, pernyataan dan surat-surat resmi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial, orientasinya bukan kepada organisasi, tapi kepada anggotanya secara individual.

Menurut Ruliana (2014), komunikasi organisasi adalah hubungan antara orang-orang dalam jabatan-jabatan (posisi-posisi) yang berada di dalam organisasi tersebut. Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan.

2.2 Kinerja Karyawan

Menurut Kasmir (2016), dalam praktiknya kinerja dibagi ke dalam dua jenis, yaitu kinerja individu dan kinerja organisasi. Kinerja individu merupakan kinerja yang dimiliki atau dihasilkan oleh seseorang, sedangkan kinerja organisasi adalah kinerja perusahaan secara keseluruhan. Namun, dalam hal ini, kinerja pegawai yang merupakan kinerja individual yang akan mendukung kinerja organisasi. Menurut Ruliana (2014), berdasarkan titik acuan penilaiannya, maka didapatkan tiga tipe kriteria pengukuran, yaitu pengukuran berdasarkan hasil kerja, perilaku dan berdasarkan "judgement". Di dalam kinerja karyawan, terdapat dimensi yang dapat menunjang kinerja karyawan, menurut Edison, Anwar dan Komariyah (2017), terdapat 4 dimensi kinerja karyawan yaitu:

- a. Target, hal ini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur pencapaian karyawan baik berupa pemenuhan barang, pekerjaan ataupun jumlah uang yang dihasilkan.
- b. Kualitas, untuk mempertahankan loyalitas pelanggan maka kualitas dari hasil kerja itu menjadi elemen yang paling penting.
- c. Waktu penyelesaian, dengan menyelesaikan sesuatu dengan tepat waktu maka akan membuat distribusi dan penyerahan pekerjaan menjadi pasti. Hal ini menjadi modal dalam membangun kepercayaan pelanggan.
- d. Taat asas, selain ketiga dimensi diatas, pengerjaan juga harus dilakukan dengan cara yang benar, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah komunikasi organisasi (X). Komunikasi organisasi diukur menggunakan dimensi berdasarkan jenis komunikasi organisasi itu sendiri, yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal (Atambo & Momanyi, 2016). Kinerja karyawan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Edison, Anwar dan Komariyah (2017) sebagai instrument penelitian. Variabel-variabel dalam penelitian ini masing masing 11 item untuk komunikasi organisasi dan 11 item untuk variabel kinerja karyawan.

Pada penelitian ini, sampel dikumpulkan dengan menggunakan teknik simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 responden berdasarkan perhitungan

metode slovin dengan signifikansi sebesar 10%. Skala yang digunakan dalam kuesioner menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju dan sangat setuju.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana dan uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji heteroskedastisitas). Analisa regresi linear sederhana digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui besaran pengaruh dari komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan.

4. Pembahasan

4.1 Rekapitulasi Variabel Komunikasi Organisasi

No.	Dimensi	Presentase (%)	Kriteria Penilaian
1	Komunikasi Ke Bawah	86.30	Sangat Tinggi
2	Komunikasi Ke Atas	85.12	Sangat Tinggi
3	Komunikasi Horizontal	84.85	Sangat Tinggi
TOTAL		85.42	Sangat Tinggi

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Pada gambar menunjukkan bahwa presentase rata – rata dari variabel komunikasi organisasi sebesar 85.42% dan termasuk kategori sangat tinggi. Pada penelitian dimensi komunikasi ke bawah memiliki presentase tertinggi dengan presentase 86.30%, diikuti oleh dimensi komunikasi ke atas dengan presentase 85.12% dan presentasi terendah pada variabel komunikasi organisasi ini yaitu, dimensi komunikasi horizontal dengan presentase sebesar 84.85%.

4.2 Rekapitulasi Variabel Kinerja Karyawan

No.	Dimensi	Presentase (%)	Kriteria Penilaian
1	Target	86.37	Sangat Tinggi
2	Kualitas	87.46	Sangat Tinggi
3	Waktu	86.95	Sangat Tinggi
4	Taat Asas	88.26	Sangat Tinggi
TOTAL		87.26	Sangat Tinggi

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Pada tabel menunjukkan bahwa presentase rata – rata dari variabel kinerja karyawan sebesar 87.26% dan termasuk kategori sangat tinggi. Pada penelitian dimensi taat asas memiliki presentase tertinggi dengan presentase 88.26%, diikuti oleh dimensi kualitas dengan presentase 87.46%, serta dimensi waktu memiliki presentase 86.95 dan presentasi terendah pada variabel kinerja karyawan ini, yaitu dimensi target dengan presentase sebesar 86.37%.

4.3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.53646227
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.070
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.817
Asymp. Sig. (2-tailed)		.518

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Berdasarkan hasil tabel diatas, terlihat hasil dari *one sample of kolmogrov-smirnov test* dapat dilihat bahwa nilai *kolmogrov-smirnov* (K-S) adalah sebesar 0,817. Dengan nilai signifikansi *Asymp.Sig (2-tailed)* pada data yaitu sebesar 0,518. Data hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* > nilai signifikansi (0,05), nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,518 > 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa data terdistribusi normal.

4.4 Uji Heterosekedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.669	3.208		-.520	.605
	Komunikasi Organisasi	.092	.063	.176	1.464	.148

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Berdasarkan hasil tabel diatas, terlihat bahwa nilai sig > 0.148 maka dianggap tidak terjadi heterosekedasitas karena nilai sig > 0.05. Sehingga jika varian dari residual satu pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas.

4.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	41.778	6.368		6.560	.000
	Komunikasi Organisasi	.189	.124	.182	1.519	.134

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Berdasarkan hasil tabel diperoleh persamaan regresi linear sederhana pada penelitian sebagai berikut : Apabila dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,134 yang berarti > 0,05 artinya variabel komunikasi organisasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen kinerja karyawan. Selain itu memiliki pengaruh yang berlawanan antara kedua variabel yang diteliti, yang dimana apabila semakin baik komunikasi organisasi di divisi gas domestik PT.Pertamina maka kinerja karyawannya akan menurun.

4.6 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.182 ^a	.033	.019	3.563

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Organisasi

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi pada tabel 4.13 diperoleh hasil *R Square* sebesar 0,033 atau 3,3% yang menyatakan bahwa variabel independen yaitu Komunikasi Organisasi hanya memiliki pengaruh sebesar 3,3% terhadap kinerja karyawan. Sedangkan 96,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Sedangkan dengan melihat hasil R sebesar 0.182.

4.7 Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	41.778	6.368		6.560	.000
Komunikasi Organisasi	.189	.124	.182	1.519	.134

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data yang telah diolah (2020)

Berdasarkan nilai t tabel , dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 1.519 < t_{tabel} 1,996$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel komunikasi organisasi (X) tidak berpengaruh terhadap variabel prestasi belajar (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh mengenai pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan pada Divisi Gas Domestik PT.Pertamina, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi organisasi pada divisi gas domestik di PT.Pertamina termasuk kedalam kategori sangat tinggi, dengan persentase 85.42. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan komunikasi tergolong baik dalam divisi tersebut, sehingga membuat penyampaian informasi yang disampaikan oleh *general manager* dan penerimaan informasi yang diterima *staff* memiliki presentase kecil dalam hal kesalahan informasi pada penyampaiannya maupun penerimaannya, untuk keberlangsungan perusahaan PT.Pertamina tersebut.
2. Kinerja karyawan pada divisi gas domestik di PT.Pertamina termasuk kedalam kategori sangat tinggi, dengan persentase 87.26. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan kinerja dari karyawan tergolong baik dalam divisi tersebut, sehingga membuat perwujudan atas hasil kerja yang telah dihasilkan karyawan pada periode waktu tersebut, dapat mencapai keberhasilan organisasi yang telah di targetkan PT.Pertamina pada periode tersebut.
3. Hasil dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa komunikasi organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan, pada karyawan yang bekerja pada Divisi Gas Domestik PT.Pertamina

Daftar Pustaka

- Manopo, J. V. (2014). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Membentuk Efektivitas Kerja Karyawan CV. Magnum Sign And Print Advertising Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi.
- Katuuk, O. M., Mawengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2016). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni VOX Angelica. e-journal "Acta Diurna" Volume V. No 5 Tahun 2016.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Organisasi Bisnia. Bandung: ALFABETA.
- Ruliana, P. (2014). Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus. Depok: RajaGrafindo Persada.

Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Rajawali Pers.

Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.

Atambo, N. W., & Momanyi, D. K. (2016). *Effects of Internal Communication on Employee Performance: A Case Study of Kenya Power and Lighting Company, South Nyanza Region, Kenya. Imperial Journal of interdisciplinary Research (IJIR) Vol-2.*