

**PERANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL UNTUK  
MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN PT. ASURANSI  
JIWASRAYA (PERSERO) BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Pada Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama



Disusun Oleh :

**NAMA** : Diana Tri Utami  
**NRP** : 02.07.149

**FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS WIDYATAMA**

Terakreditasi (*accredited*)

SK. Ketua Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT)

Nomor : 010/BAN-PT/AK-X/S1/V/2007

Tanggal 19 Mei 2007

**BANDUNG**

**2013**

**PERANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL UNTUK MENINGKATKAN  
MOTIVASI KERJA KARYAWAN PT. ASURANSI JIWASRAYA (PERSERO)  
BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Pada Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama

Disusun Oleh :

**NAMA : Diana Tri Utami**

**NRP : 02.07.149**

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing**

**(Iwa Garniwa S.E., M. Si.)**

**Dekan  
Fakultas Bisnis Dan Manajemen,**

**Ketua Program Studi  
Fakultas Bisnis Dan Manajemen,**

**(Dr. Hj. Dyah Kusumastuti Ir., M.Sc.)**

**(Hj. Wien Dyahrini, S.E., MSIE., M.Si.)**

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diana Tri Utami  
NRP : 02.07.149  
Tempat & Tanggal Lahir : Bandung, 7 Januari 1989

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk meningkatkan Motivasi kerja Karyawan PT Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung”** adalah benar dan hasil karya sendiri. Bila tidak terbukti demikian, maka saya bersedia untuk menerima segala sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya dan benar adanya.

Bandung, Januari 2013  
Penulis

**Diana Tri Utami**

## ABSTRAK

Di setiap kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam perusahaan mempunyai target pencapaian tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, semua itu dilakukan dengan adanya pengaturan dan pengendalian manajemen perusahaan. Jika adanya manajemen yang baik terutama dalam usaha menggerakkan orang-orang untuk bekerjasama mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka aktivitas yang dilakukan di perusahaan akan berjalan dengan lancar dan efektif. Dengan begitu orang-orang yang bekerja di perusahaan tersebut dapat mencapai hasil yang optimal, salah satunya dengan dilakukannya komunikasi interpersonal di lingkungan kerja, kelancaran dan keefektifan berkomunikasi antar-individu ini merupakan cara yang tepat untuk meningkatkan motivasi kerja pada karyawan yang bekerja di suatu perusahaan.

Komunikasi interpersonal merupakan alat penghubung dalam menyampaikan atau memberikan informasi kepada orang lain. Tanpa adanya komunikasi, semua aktifitas yang dilakukan tidak akan berjalan efektif. Peranan komunikasi interpersonal dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan, karena motivasi merupakan pendorong atau penggerak dari dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhannya serta mencapai tujuan tertentu dan dapat bekerja lebih baik.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui berapa besar peranan komunikasi interpersonal yang ada di perusahaan dengan motivasi kerja karyawan pada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung.

Komunikasi interpersonal yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung ini dikategorikan efektif yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,02 yang berada pada interval 3,40 – 4,19.

Motivasi kerja karyawan yang dilakukan pada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung ini dikategorikan tinggi yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,98 yang berada pada interval 3,40 – 4,19.

Koefisien korelasi antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan adalah sebesar 0,537 artinya adanya peranan yang sedang antara komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja, karena termasuk kategori 0,40 – 0,599, besarnya peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan adalah sebesar 28,83% dan sisanya 71,17% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti.

Berdasarkan uji t di dapat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,410 > 1,678$ , maka terbukti bahwa adanya peranan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan. Maka, hipotesis yang diajukan yaitu : **“jika komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif maka motivasi kerja karyawan akan tinggi”**, dapat diterima.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala berkat dan rahmat-NYA sehingga penulis mempunyai kesempatan belajar di perguruan tinggi Universitas Widyatama ini dan akhirnya penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung”**. Dengan selsesainya skripsi ini, maka terpenuhilah salah satu syarat yang diperlukan untuk dapat menempuh Ujian Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Manajemen di Universitas Widyatama.

Penulis menyadari bahwa belum sempurnanya skripsi yang penulis susun ini dan masih banyak kekurangannya. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan koreksi juga kritikan yang membangun dari berbagai pihak untuk memperbaiki segala kekurangan yang terdapat pada skripsi ini sehingga dapat membantu dalam penyempurnaan karya tulis ilmiah ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan mendoakan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-NYA juga membalas kebaikan semua pihak. Penulis berharap semoga adanya skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis dan semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bandung, Januari 2013

Penulis

**Diana Tri Utami**

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Manusia diciptakan untuk saling menolong dan membantu sesamanya. Dengan adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, penulis bermaksud untuk mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah memberikan bantuan kepada penulis sehingga mampu dalam penyelesaian skripsi ini.

1. Kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Anugerah-Nya yang begitu besar.
2. Kedua orangtuaku Bapak dan Ibu yang telah mendidik dan memberikan kasih sayang kepada penulis sehingga menjadi seseorang yang lebih baik. *“cinta dan kasih sayangmu sampai ujung waktuku”*.
3. Kakakku a'Deyk dan a'Doy yang selalu memberi saran yang membangun untukku juga untuk Adikku Adhut yang tercinta dan keponakanku yang lucu Aca dan kaka serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan warna dan berbagi pengalaman hidup.
4. Bapak Iwa Garniwa, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran untuk membantu, membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Koesbandijah A.k., S.E., M.S., AK., selaku ketua Badan Pengurus Yayasan Widyatama.
6. Bapak Dr. H. Mame S. Sutoko, Ir., DEA., selaku Rektor Universitas Widyatama.
7. Ibu Dr. Hj. Dyah Kusumastuti, Ir., M.Sc. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.

8. Ibu Hj. Wien Dyahrini, S.E., MSIE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.
9. Bapak/Ibu Sekretaris Program Studi Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.
10. Ibu Dra. Lindawati Tobing, AAI-J selaku Branch Manager, Bapak Nurdin, Ibu Yani dan Ibu Rosjuni, yang telah membantu dan memberikan waktunya untuk penulis dalam menyediakan data untuk menyempurnakan Skripsi ini dan seluruh karyawan/ti yang berada di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung.
11. Teman-teman SD, SMP dan SMA yang memberikan kenangan yang indah dan takkan terlupakan.
12. Temanku tercinta, teman seperjuangan Manajemen '07 di Universitas Widyatama, diantaranya : Annisa jeng'e, Henny, Demira, Maria Juliet, dan Myta.
13. Temanku anak-anak Widyatama diantaranya : Agnesia (Nessa), Citra, dan Arya Renata.
14. Someone special Kang Tyan yang selalu memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini beserta keluarga besarnya.
15. My Best Friend Santi, Rahma, Riska, Ajeng dan Iin. *“begitu indah waktu yang sangat menyenangkan ketika bersama kalian semua”*.

Akhir kata dari penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan mahasiswa khususnya, dan bagi pihak-pihak yang lainnya.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Bandung, Januari 2013

**Diana Tri Utami**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Penelitian dan Hipotesis.....	6
1.6 Metode Penelitian.....	9
1.7 Lokasi Penelitian .....	9

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pengertian Manajemen .....	10
2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	10
2.2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia.....	10
2.2.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia .....	12
2.3 Komunikasi.....	13

2.3.1 Pengertian Komunikasi .....	13
2.3.2 Proses Komunikasi.....	14
2.3.3 Fungsi Komunikasi .....	15
2.3.4 Bentuk Komunikasi .....	16
2.3.5 Hambatan Terhadap Komunikasi Efektif .....	17
2.4 Komunikasi Interpersonal.....	18
2.4.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal .....	18
2.4.2 Gaya Komunikasi Interpersonal (antarpribadi).....	18
2.4.3 Peranan Komunikasi Interpersonal .....	19
2.4.4 Manfaat Komunikasi Interpersonal.....	19
2.4.5 Indikator Komunikasi Interpersonal .....	20
2.5 Motivasi kerja.....	21
2.5.1 Pengertian Motivasi kerja .....	21
2.5.2 Tingkatan Motivasi .....	23
2.5.3 Teori Motivasi.....	23
2.5.4 Proses Motivasi .....	27
2.5.5 Jenis-jenis Motivasi .....	28
2.5.6 Metode-metode Motivasi.....	29
2.5.7 Indikator Motivasi Kerja .....	29
2.6 Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi kerja .....	31

### **BAB III OBJEK & METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	32
3.1.1 Sejarah PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) .....	32

3.1.2	Visi dan Misi PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO)	33
3.1.3	Aktivitas dan Pelayanan Perusahaan	36
3.1.4	Uraian Tugas	37
3.1.5	Struktur Organisasi	38
3.2	Metode Penelitian	40
3.2.1	Penentuan Populasi dan sampel	40
3.2.2	Variabel Penelitian	41
3.2.3	Operasional Variabel	42
3.2.4	Metode Analisis Data	43
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.6	Teknik pengolahan dan Analisis Data	45

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1	Komunikasi Interpersonal yang Dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung	52
4.2	Motivasi Kerja Karyawan Yang Dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung	52
4.3	Gambaran Umum Responden	53
4.3.1	Tanggapan Responden tentang Komunikasi Interpersonal yang ada di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung	55
4.3.2	Tanggapan Responden tentang Motivasi Kerja Karyawan yang ada di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung	66
4.4	Analisis tentang Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung	78
4.4.1	Analisis Pengujian Validitas dan Reliabilitas	80

4.4.2 Analisis Korelasi Rank Sperman .....	82
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	83
4.4.4 Pengujian Hipotesis .....	84

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	88

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2	Tabel Skala Interval untuk Komunikasi Interpersonal .....	44
Tabel 3.3	Tabel Skala Interval untuk Motivasi Kerja .....	44
Tabel 3.4	Skor Nilai Perhitungan Jawaban .....	48
Tabel 3.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa kerja .....	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Keterbukaan .....	57
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Menanggapi Dengan Jujur .....	58
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Mendengarkan .....	58
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Memahami Perasaan Orang Lain .....	59
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Mengerti Posisi .....	60
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Cara Merespon Pesan .....	60
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Perhatian Positif Terhadap Orang Lain.....	61
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Penyampaian Langsung Perhatian Positif .....	62

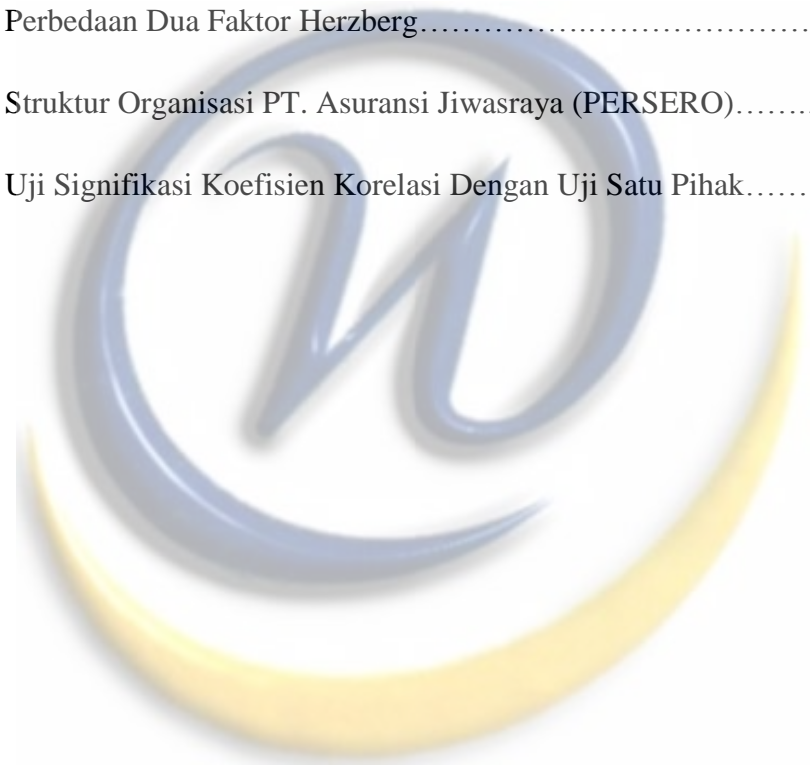
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Manfaat Perhatian Positif.....	62
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Kesamaan Pribadi .....	63
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Kedudukan dan Pendengaran .....	64
Tabel 4.16	Analisis Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Interpersonal di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung .....	65
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Tentang Memiliki Sikap Positif .....	67
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tentang Berani Mengambil Resiko .....	67
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Penghargaan Berupa Materi atau Hadiah..	68
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Penghargaan Berupa Piagam dan Pujian .....	69
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Hasrat yang Kuat untuk Mengatasi Masalah.....	69
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Tentang Bekerja Bersungguh-sungguh .....	70
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Tentang Rasa Keterlibatan Dalam pengambilan keputusan .....	71
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Tentang Rasa Dihargai Dalam Menyumbangkan Ide .....	71
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Tentang Terbuka Terhadap Lingkungan baru.....	72
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Tentang Saling Percaya.....	73
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Tentang Berpartisipasi .....	73
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Tentang Berkelompok Dan Bekerjasama.....	74
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Tentang Mengembangkan Karir .....	75

Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang Prestasi Kerja .....	75
Tabel 4.31 Analisis Tanggapan Responden Tentang Motivasi Kerja di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung .....	76
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas .....	80
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4.34 Correlations .....	82
Tabel 4.35 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Komunikasi.....	7
Gambar 1.2 Motivasi Sebagai Pembangkit Dorongan.....	8
Gambar 2.1 Jenjang Kebutuhan Maslow.....	24
Gambar 2.2 Pengandaian Teori X dan Teori Y.....	25
Gambar 2.3 Perbedaan Dua Faktor Herzberg.....	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO).....	39
Gambar 4.1 Uji Signifikasi Koefisien Korelasi Dengan Uji Satu Pihak.....	85



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Penelitian**

Sebagai makhluk sosial, manusia pasti membutuhkan hubungan dengan sesamanya. Setiap individu dengan individu lainnya akan memberikan informasi yang bermanfaat dan berguna bagi seluruh orang-orang disekitarnya. Suatu kewajiban bagi setiap manusia untuk dapat bekerjasama dan mencapai tujuan yang dikehendakinya. Komunikasi merupakan proses yang dilaksanakan oleh manusia untuk memberikan informasi yang akurat. Dalam suatu perusahaan, untuk mempermudah proses komunikasi dibentuklah suatu organisasi. Namun, pada era globalisasi saat ini masih terdapat kendala dalam menyampaikan informasi yang efektif. Sumber daya manusia dalam perusahaan merupakan faktor yang penting untuk setiap kegiatan perusahaan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola dan mengendalikan sumber daya manusia yang dimilikinya karena adanya sumber daya manusia yang dikelola dengan baik akan mencapai tujuan perusahaan yang baik pula.

Sumber daya manusia merupakan asset yang terpenting. Banyaknya teknologi pada zaman seperti sekarang yang semakin canggih secara keseluruhan karena adanya kerjasama yang baik dari hasil yang diciptakan oleh manusia. Namun, karena kurangnya komunikasi antarmanusia dengan yang lainnya menyebabkan masih terdapat penghambat dalam berinteraksi. Terutama antar individu dengan yang lainnya. Dalam suatu perusahaan terdapat berbagai karakteristik individu. Banyak perbedaan dalam pengalaman, pendidikan, status, pemikiran, tujuan, kebutuhan, harapan dan sebagainya. Kewajiban seorang pemimpin dalam mengendalikan perbedaan setiap individunya untuk membentuk suatu kelompok kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi. Maka, komunikasi merupakan aspek penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seluruh kegiatan dan aktifitas tidak akan berjalan dengan baik bila tidak

adanya komunikasi yang efektif antar individu yang lainnya. Terciptanya komunikasi yang efektif akan menimbulkan kenyamanan dan keharmonisan bagi semua pihak. Para karyawan dapat termotivasi dalam bekerja ketika lingkungan tempat kerjanya sangat kondusif. Namun, ketika komunikasi berjalan tidak baik, maka akan menimbulkan ketidaknyamanan antar individu.

Hasil pekerjaan setiap karyawan perusahaan sudah tentu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pekerjaan dan komunikasi yang efektif. Sikap dan perilaku kerja dengan kreativitas yang tinggi sesuai karakteristik pekerjaan secara positif dan menjaga komunikasi yang efektif dengan klien dapat menumbuhkan semangat kerja serta meminimalisir kemangkiran kerja karyawan. Para karyawan akan merasa aman, nyaman, tenang dan terus berupaya melakukan inovasi.

Perkembangan dinamika persaingan usaha asuransi di Indonesia dengan jenis produk yang bervariasi memerlukan kualitas dan kapasitas sumber daya karyawan. Hal ini dikarenakan perusahaan asuransi jiwa di Indonesia memiliki prospek sangat cerah dengan peluang pasar yang besar. Oleh karena itu setiap perusahaan asuransi jiwa, terutama mereka yang memiliki modal besar berupaya melakukan perbaikan manajemen komunikasi.

Salah satu perusahaan yang terus berupaya menyempurnakan karakteristik pekerjaan dan menjaga komunikasi yang baik dan efektif dengan klien bagi karyawannya adalah PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi jiwa memerlukan karyawan berkompeten pada bidang tugasnya. Hal ini dikarenakan tugas pekerjaan bidang asuransi jiwa sangat kompleks. Setiap karyawan dituntut mampu menjalankan tugas pokok dan fungsi dengan baik dalam menghadapi ketatnya persaingan usaha jasa asuransi jiwa. Rencana strategis PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) harus mampu terimplementasikan oleh para karyawannya dengan rancangan pekerjaan sistematis dan efektif. Keanekaragaman

penjualan produk layanan jasa asuransi yang menjadi tugas setiap karyawan sudah terbagi habis.

Lingkup usaha PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) terdiri dari asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi pensiun, asuransi kecelakaan, pendiri dan penyelenggara dana pensiun lembaga keuangan (DPLK). Sedangkan jenis produk usaha terdiri dari dana pesangon, jaminan hari tua (JHT), tunjangan hari tua (THT), asuransi kesehatan (Askes), program kesehatan pensiunan (Prokespen), asuransi jiwa kredit, penghasilan terusan.

Banyaknya jenis produk asuransi untuk dipasarkan kepada para calon nasabah memerlukan karakteristik pekerjaan dan komunikasi efektif yang sesuai dengan tugas pokok dan fungsi. Adanya spesialisasi pekerjaan dan pembagian tugas akan memudahkan bagi karyawan mengerjakan kewajibannya.

PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) masih menghadapi berbagai kendala. Pembagian tugas dan fungsi-fungsi karyawan. Kondisi ini dapat menimbulkan kesulitan dalam berkomunikasi dengan karyawan lain dan turunnya motivasi kerja karyawan. Kondisi ini dikarenakan kurangnya interaksi antar individu, sehingga ketika berkomunikasi sering terjadi gangguan.

Pekerjaan agen dapat dikatakan suatu pekerjaan yang sangat menuntut kemampuan berkomunikasi secara interpersonal ketika menawarkan jenis produk asuransi kepada calon klien. Menjual produk asuransi, jauh berbeda dan sulit dibanding menjual barang yang wujudnya dapat dilihat langsung pembeli atau pengguna jasa lainnya. Kebanyakan calon nasabah lebih memprioritaskan kebutuhan primer dibanding dengan asuransi. Beratnya tugas agen asuransi jiwa ini kurang didukung oleh sarana operasional kendaraan yang seharusnya disediakan oleh PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO). Para agen lebih banyak menggunakan fasilitas kendaraan pribadi dalam menawarkan produk asuransi.

Mengetahui bahwa komunikasi sangat penting dalam seluruh aktifitas yang terdapat di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO), maka diperlukan tanggung jawab semua pihak anggota organisasi baik itu pimpinan maupun karyawannya supaya bersama-sama memelihara, mengembangkan, mengendalikan dan menunjang komunikasi yang efektif untuk menciptakan dan meningkatkan motivasi para pihak yang bersangkutan di perusahaan karena hal ini dapat berhubungan dengan kelancaran aktivitas yang beroperasi di perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu penulis mengambil judul : **“Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Proses komunikasi dilakukan oleh setiap orang dan komunikasi yang efektif baik dilakukan oleh dua orang atau lebih. Dalam perusahaan untuk menjalankan aktifitasnya diwajibkan untuk bersosialisasi dengan sesamanya untuk mendapatkan informasi yang akurat sehingga mempermudah pekerjaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diidentifikasi permasalahan yang akan dijadikan bahan dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung?
2. Bagaimana motivasi kerja karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung?
3. Adakah peranan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mencari data dan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian, terutama dalam rangka menyusun skripsi untuk memenuhi persyaratan Sarjana pada Fakultas Bisnis dan Manajemen Strata 1 Universitas Widyatama, sedangkan tujuan untuk penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung.
2. Untuk mengetahui motivasi kerja karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung.
3. Untuk mengetahui Peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak antara lain :

1. Bagi penulis  
Memperbanyak informasi yang tidak diketahui oleh penulis, dan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai Sumber Daya Manusia pada umumnya terutama mengenai komunikasi dan motivasi di lingkungan kerja.
2. Bagi perusahaan  
Sebagai masukan dan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam berbagai macam masalah yang terjadi di lingkungan kerja menyangkut keefektifan berkomunikasi dalam meningkatkan motivasi karyawan.
3. Bagi pihak lain  
Diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi yang suatu saat diperlukan untuk melakukan perbandingan data serta menambah pengetahuan yang tidak diketahui.

## 1.5 Kerangka Penelitian dan Hipotesis

Komunikasi merupakan suatu proses dalam menyampaikan maksud dan tujuan. Sumber daya manusia menjadi faktor utama dalam penyampaian informasi suatu organisasi dan perusahaan. Dapat disebut komunikasi apabila dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama terdapatnya kesamaan makna mengenai yang dibahas.

Menurut **Carl I. Hovland** yang dikutip oleh **Onong Uchjana Effendy (2005:10)** :

**“communication is the process to modify the behavior of other individuals”.**  
**(Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain).**

Berdasarkan pengertian di atas, komunikasi sebagai proses pengubah perilaku orang. Akan tetapi, seseorang dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya memang komunikatif.

Paradigma menurut **Lasswell** yang dikutip oleh **Onong Uchjana Effendy (2005:10)**, menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yaitu :

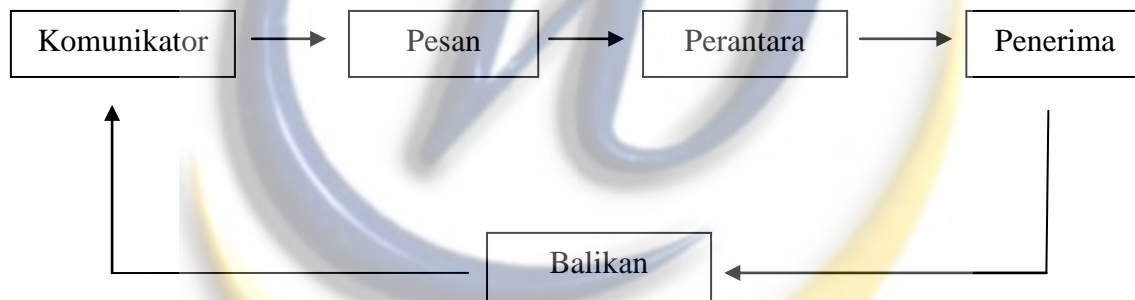
1. Komunikator
2. Pesan
3. Media
4. Komunikan
5. Efek

Dari paradigma di atas, terbentuk definisi komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Sedangkan menurut **Hani Handoko (2003:272)**, komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain untuk membuat seseorang mengerti.

Berdasarkan pengertian di atas, komunikasi dapat diartikan sebagai penyampaian pesan baik itu dalam bentuk gagasan atau informasi yang akan disampaikan oleh seseorang kepada orang lain.

Lain halnya menurut **Udai Pareek (1996:97)** yang mendefinisikan tentang komunikasi antar pribadi (interpersonal) yaitu sebagai pemberian pesan-pesan yang berorientasikan pada tujuan antara dua orang atau lebih melalui suatu medium atau media.



**Gambar 1.1 Proses Komunikasi**

Sedangkan tentang motivasi dapat diartikan sebagai semangat kerja yang timbul dari seseorang karena kenyamanan dan keharmonisan yang terdapat di lingkungan kerjanya. Motivasi kerja juga memiliki peran yang sangat penting untuk produktivitas kerja para karyawan di lingkungan kerjanya. Karena tanpa motivasi, hasil dari pekerjaan yang diperoleh tidak akan memuaskan.

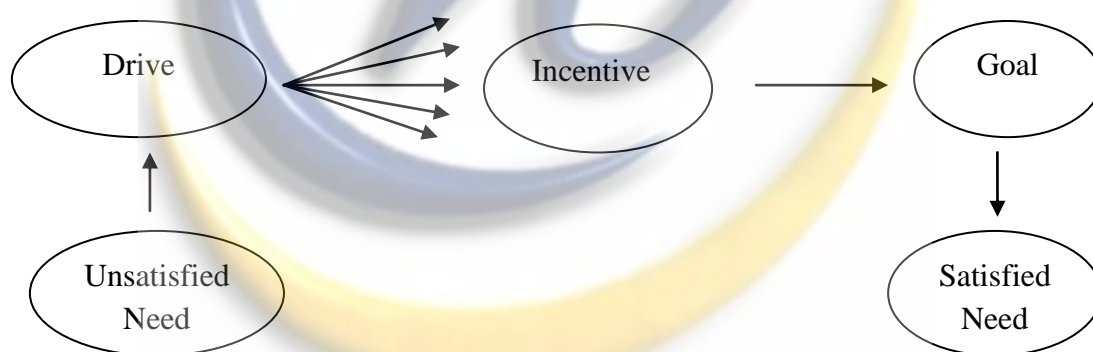
Definisi motivasi juga dikemukakan oleh **Malayu Hasibuan (1996:95)** yang mengatakan bahwa **motivasi yaitu pemberian daya penggerak yang menciptakan**

kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.

Lain halnya tentang motivasi menurut **Fillmore H. Stanford** yang dikutip oleh **Anwar Prabu Mangkunegara (2005:173)** mendefinisikan bahwa :

**“motivation as an energizing condition of the organism that serves to direct that organism toward the goal of a certain class” (motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu).**

Berdasarkan definisi di atas, motivasi merupakan suatu dorongan kebutuhan dalam diri pegawai yang perlu dipenuhi agar pegawai tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri (*drive arousal*). Hal ini dikemukakan oleh **Robett Baron, et.al.**, yang dikutip oleh **Anwar Prabu Mangkunegara (2005:295)** bahwa :



**Gambar 1.2 Motivasi Sebagai Pembangkit Dorongan**

Ket. gambar : Bilamana suatu kebutuhan tidak terpuaskan maka timbul *drive* dan aktifitas individu untuk merespon perangsang (*incentive*) dalam tujuan yang diinginkan. Pencapaian tujuan akan menjadi individu merasa puas.

Definisi lain mengenai motivasi juga dikemukakan oleh **Sri Wiludjeng (2007:154)** yang mengatakan bahwa **motivasi merupakan proses psikologis yang**

**mendasar dan merupakan salah satu faktor penentu dalam mencapai tujuan organisasi.**

Berdasarkan uraian pemikiran di atas, maka penulis mengambil hipotesis sebagai berikut : **“jika komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif maka motivasi kerja karyawan akan tinggi”**

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode Deskriptif. Yang dimaksud dengan metode deskriptif menurut Moh. Nazir (2003:54) adalah **“suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”**. Cara mengumpulkan data dengan menyusunnya sehingga sistematis dan faktual terhadap fakta-fakta dan hubungan yang diteliti, kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan dari keseluruhan data yang diperoleh.

## **1.7 Lokasi Penelitian**

Dalam penulisan ini, penulis melakukan penelitian dan mengambil objek di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) yang berlokasi di Jl. Kh. Hasan Mustofa No. 80 Bandung, Jawa Barat 40124. Sedangkan untuk waktu penelitian dimulai dari bulan September 2012 sampai dengan selesai.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Manajemen**

Manajemen merupakan rangkaian dari berbagai aktifitas yang saling berkaitan dengan organisasi dalam mengolah sumber daya yang ada sehingga berguna bagi individu dan perusahaan.

Berikut ini berbagai pendapat para ahli mengenai manajemen menurut **Stoner** yang dikutip oleh **Hani Handoko (2003:8)** sebagai berikut :

**“Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan pengguna sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar tercipta tujuan organisasi yang telah ditetapkan.”**

Sedangkan menurut **Manullang (2004:5)** sebagai berikut :

**“Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.”**

#### **2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia**

##### **2.2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen sumber daya manusia merupakan bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi. Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi, karena manusia menjadi perencana, pelaku, dan penentu terwujudnya tujuan organisasi. Mengatur karyawan sangatlah sulit

dan kompleks, karena mereka mempunyai pikiran, perasaan, keinginan dan latarbelakang yang dibawa ke dalam organisasi.

Manajemen sumber daya manusia lebih menfokuskan pada pengaturan peranan manusia dalam mewujudkan tujuan yang optimal. Untuk mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan harapan perusahaan, manajemen sumber daya manusia yang khusus mengatur tenaga kerja di perusahaan dengan segala aktivitasnya sehingga mereka dapat bekerja dengan efektif dan efisien.

Menurut para ahli mengemukakan pendapatnya tentang manajemen sumber daya manusia seperti yang dikemukakan oleh **Faustino Cardoso Gomes (2003:4)** sebagai berikut :

**“Human Resource Management...is the development and utilization of personnel for the effective achievement of individual, organizational, community, national, and internasional goals and objective.”**

**(Manajemen Sumber Daya Manusia adalah pengembangan dan pemanfaatan personil (pegawai) bagi pencapaian yang efektif mengenai sasaran-sasaran dan tujuan-tujuan individu, organisasi, masyarakat, nasional, dan internasional).**

Sedangkan menurut **Edwin B. Flippo** yang dikutip oleh **Faustino Cardoso Gomes (2003:6)** sebagai berikut :

**“Manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan penegndalian dan pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengeintegrasian, pemeliharaan, dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan perusahaan, individu, karyawan dan masyarakat.”**

Dari uraian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan ilmu dan seni yang mengatur ketenagakerjaan agar efektif dan efisien supaya terwujudnya tujuan perusahaan, individu dan masyarakat.

### 2.2.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Dalam melakukan aktivitas dan tugasnya, manajemen sumber daya manusia memiliki fungsi-fungsi pokok seperti yang dikemukakan oleh **Anwar Prabu Mangkunegara (2005:2)**. Fungsinya meliputi :

1. **Perencanaan** adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien supaya sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan.
2. **Pengorganisasian** adalah mengorganisasikan karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi.
3. **Pengarahan** adalah kegiatan mengarahkan karyawan supaya dapat bekerja secara efektif dan efisien sehingga membantu terwujudnya tujuan perusahaan.
4. **Pengendalian** adalah kegiatan mengendalikan karyawan supaya mentaati peraturan-peraturan yang ada di perusahaan dan bekerja sesuai rencana.
5. **Pengadaan** adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, dan orientasi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
6. **Pengembangan** adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan melalui pelatihan dan pengembangan.
7. **Kompensasi** adalah pemberian balas jasa langsung (direct) dan tidak langsung (indirect) dalam bentuk uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan.
8. **Pengintegrasian** adalah kegiatan mempersatukan kepentingan perusahaan dan karyawan supaya tercipta kerjasama dan saling menguntungkan.
9. **Pemeliharaan** adalah untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan supaya tetap ingin bekerja sampai pensiun.
10. **Kedisiplinan** adalah keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan dan norma sosial.

**11. Pemberhentian** adalah putusnya hubungan kerja seseorang dari perusahaan disebabkan karena keinginan karyawan, keinginan perusahaan, kontrak kerja berakhir atau pensiun.

Berdasarkan fungsi-fungsi di atas, dapat disebutkan bahwa peranan manajemen sumber daya manusia sangat penting untuk perusahaan karena dapat membantu berjalannya aktivitas yang ada dalam perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan.

## **2.3 Komunikasi**

### **2.3.1 Pengertian Komunikasi**

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, para pelaku yang berada di dalam perusahaan akan saling berkaitan dan terlibat secara intensif dengan komunikasi. Semua pihak memerlukan informasi dalam aktivitasnya karena untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan.

Ketika menyampaikan informasi atau memberikan informasi bukanlah hal yang mudah. Sebagian besar para karyawan kesulitan untuk menyampaikan informasi kepada pemimpinnya, ataupun pemimpin dalam menyampaikan dan memberikan informasi untuk karyawan.

Ada beberapa definisi mengenai komunikasi menurut para ahli, seperti menurut **Lawrence Kincaid & Wilbur Schramm (1985:6)** menyatakan bahwa :

**“Komunikasi adalah proses saling berbagi atau menggunakan informasi secara bersama dan pertalian antara para pelaku komunikasi dalam proses informasi.”**

Adapula definisi menurut **Carl I. Hovland** yang dikutip oleh **Onong Udjana Effendy (2005:10)** menyatakan bahwa :

**“Komunikasi adalah upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.”**

Berbeda dengan definisi yang dikemukakan oleh **Don Hellriegel & John W. Slocum** yang dikutip oleh **Yayat Hayati Djatmiko (2003:56)** sebagai berikut :

**“Komunikasi adalah kegiatan dimana manajer mencurahkan segala besar dari waktunya.”**

Dari uraian definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi sangat penting dalam organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan karena mencakup pada dua orang atau lebih yang sangat mempengaruhi keefektifan dalam melakukan tugas dan aktivitasnya.

### **2.3.2 Proses Komunikasi**

Dalam melakukan aktivitas di perusahaan, akan berlangsung efektif ketika komunikasi tetap lancar. Komunikasi terlibat dalam proses supaya dapat dipahami oleh semua pihak. Proses komunikasi ini seperti yang dikemukakan oleh **Yayat Hayati Djatmiko (2003:56)** adalah sebagai berikut :

#### **1. Pengirim (*Sender*)**

Dalam suatu organisasi, pengirim adalah yang mengkomunikasikan kepada satu atau lebih orang lain dalam bentuk perintah, instruksi atau bimbingan.

#### **2. Pengkodean (*Encoding*)**

Pengiriman pengkodean ini yang akan disampaikan dalam bentuk menerjemahkan ke dalam symbol atau gambar.

#### **3. Pesan (*message*)**

Adalah bentuk fisik yang digunakan oleh pengirim untuk mengkodekan informasi.

#### **4. Saluran (*Channel*)**

Dapat disebut kanal adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti kata-kata, atau kertas dalam bentuk tulisan.

**5. Penafsiran kode (*Decoding*)**

Adalah proses dimana penerima menafsirkan pesan dan menerjemahkannya menjadi informasi yang memiliki makna.

**6. Penerima (*Receiver*)**

Adalah orang yang menerima pesan dari pengirim.

**7. Gangguan (*Noise*)**

Adalah semua faktor yang mengganggu, membingungkan atau menghambat proses komunikasi.

**8. Umpan balik (*Feedback*)**

Adalah reaksi terhadap komunikasi dari pengirim karena komunikasi akan berlangsung dua arah.

### 2.3.3 Fungsi Komunikasi

Adanya komunikasi yang dilakukan di dalam perusahaan memiliki fungsi-fungsi seperti yang dikemukakan oleh Sri Wiludjeng (2007:167) sebagai berikut :

**1. Fungsi informasi (*information Function*)**

Adalah penyampaian informasi, petunjuk, dan pedoman yang diperlukan seseorang dalam suatu organisasi untuk menjalankan pekerjaannya.

**2. Fungsi perintah dan instruksi (*command and instructive Function*)**

Adalah komunikasi antara atasan dan bawahan.

**3. Fungsi pengaruh dan persuasi atau motivasi (*influence and persuasion function*)**

Komunikasi dapat menumbuhkan motivasi karyawan dan dapat mempengaruhi perilaku karyawan.

**4. Fungsi integrasi (*integrative function*)**

Komunikasi memungkinkan terciptanya kerjasama yang harmonis antara atasan-bawahan dan antara rekan kerja.

**5. Fungsi pengungkapan emosi (*emotional expression*)**

Komunikasi yang mengungkapkan perasaan seseorang, misalnya sedih, senang, riang, marah, dan sebagainya.

**6. Fungsi evaluative (*evaluation function*)**

Adalah komunikasi yang berfungsi untuk memberikan laporan dari bawahan kepada atasan.

### 2.3.4 Bentuk Komunikasi

Banyaknya karakteristik orang dan kegunaan untuk berkomunikasi sehingga komunikasi memiliki bentuk yang berbeda-beda seperti yang dikemukakan oleh **Sri Wiludjeng (2007:168)** sebagai berikut :

**1) Berdasarkan arah komunikasi**

- **Komunikasi ke bawah (*downward communication*)** yaitu komunikasi yang disampaikan oleh pemimpin kepada bawahan, misalnya instruksi, keterangan umum, perintah, teguran, dan pujian.
- **Komunikasi ke atas (*upward communication*)** yaitu komunikasi yang disampaikan oleh bawahan kepada atasan, misalnya laporan, pendapat atau saran.
- **Komunikasi campuran (*crosswise communication*)** yang terdiri dari ***horizontal communication*** yaitu komunikasi antara orang-orang dalam level yang sama dalam organisasi, dan ***diagonal communication*** yaitu komunikasi antara orang-orang dari level yang berbeda yang tidak memiliki hubungan langsung satu sama lain dalam struktur organisasi.

**2) Berdasarkan cara penyampaian**

- **Komunikasi verbal** yaitu komunikasi yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata, baik lisan maupun tulisan.

- **Komunikasi non verbal** yaitu komunikasi yang diekspresikan dalam bentuk bahasa isyarat atau simbol.

### 3) Berdasarkan formalitas

- **Komunikasi formal** yaitu komunikasi yang terjadi sebagai akibat adanya struktur organisasi atau adanya garis wewenang dan tanggungjawab yang telah ditetapkan.
- **Komunikasi informal** yaitu komunikasi yang terjadi akibat adanya kecenderungan manusia untuk selalu berinteraksi dengan orang lain.

### 2.3.5 Hambatan Terhadap Komunikasi Efektif

Kelangsungan dalam menyampaikan atau memberikan informasi sering mengalami hambatan yang harus diperhatikan. Hambatan tersebut seperti yang dikemukakan oleh **Sri Wiludjeng (2007:169)** adalah :

#### 1. Hambatan individual

Karena adanya perbedaan individu, misalnya pola pikir, usia, kemampuan, status atau hambatan psikologis.

#### 2. Hambatan mekanik

Karena adanya hambatan pada struktur organisasi, misalnya adanya ketidakjelasan garis wewenang dalam struktur organisasi, materi komunikasi tidak jelas karena struktur kalimat tidak baik.

#### 3. Hambatan fisik

Karena pemilihan media komunikasi yang tidak tepat, jarak yang terlalu jauh antara pengirim dan penerima atau karena kondisi lingkungan.

#### 4. Hambatan semantik

Karena sebuah kata memiliki beberapa arti kata yang berbeda sehingga menimbulkan interpretasi yang berbeda.

## 2.4 Komunikasi Interpersonal

### 2.4.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Dalam sebuah organisasi, komunikasi selalu dilakukan oleh orang ke orang secara langsung atau dalam suasana kelompok. Seorang manajer dalam perusahaan melakukan komunikasi terus-menerus baik dengan atasan, bawahan, rekan bisnis maupun supervisor. Aktivitas komunikasi dilakukan antar pribadi disebut komunikasi interpersonal. Definisi tentang komunikasi interpersonal menurut **Gibson, Ivancevich dan Donnelly (1996:111)** mengemukakan bahwa :

**“Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antarpribadi mengalir di antara para individu secara langsung dan dalam situasi kelompok, dan merupakan pengaruh penting atas perilaku antarpribadi.”**

Sedangkan menurut **Miftah Thoha (2005:190)** menyebutkan komunikasi interpersonal adalah :

**“Sebagai proses penyampaian berita yang dilakukan oleh seseorang dan diterimanya berita tersebut oleh orang lain atau kelompok kecil orang-orang, dengan suatu akibat umpan balik dengan segera.”**

Lain halnya dengan definisi yang dikemukakan oleh **Wiryanto (2000:13)** menyebutkan bahwa :

**“Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.”**

### 2.4.2 Gaya Komunikasi Interpersonal (antarpribadi)

Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain akan mengalami kesulitan dalam memberikan informasi yang akan disampaikan. Maka, harus memperbaiki dan

mengenal gaya berkomunikasi secara interpersonal supaya dapat dengan mudah memahami orang lain. Sama halnya seperti definisi yang dikemukakan oleh **Gibson, Ivancevich dan Donnelly (1996:112)** menyatakan bahwa :

**“Gaya Interpersonal (antarpribadi) adalah cara seseorang berhubungan dengan orang lain.”**

### **2.4.3 Peranan Komunikasi Interpersonal**

Dalam bukunya **Yayat Hayati Djatmiko (2003:55)** mengatakan beberapa peranan yang disumbangkan oleh komunikasi interpersonal, yaitu :

- Membantu perkembangan intelektual dan sosial sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi seseorang terhadap orang lain.
- Sebagai identitas atau jati diri seseorang terbentuk dari komunikasi seseorang terhadap orang lain.
- Memahami realitas di sekeliling serta menguji kebenaran kesan-kesan dan pengertian yang dimiliki seseorang tentang dunia disekitarnya.
- Kesehatan mental sebagian besar ditentukan oleh kualitas komunikasi atau hubungan dengan orang lain.

### **2.4.4 Manfaat Komunikasi Interpersonal**

Menurut **Onong Uchjana Effendy (2005:80)**, komunikasi interpersonal dapat mengubah sikap, sifat, perilaku dan tingkah seseorang. Semua komunikasi yang dilakukan akan mengakibatkan pengaruh dan peranan yang sangat kontras. Sehingga karakteristik orang-orang berbeda.

Dengan mengetahui hal tersebut, pimpinan organisasi sebagai komunikator dapat melakukan kegiatan sebagai berikut :

- Mengontrol setiap kata yang diucapkan.
- Mengulang kata-kata yang penting disertai penjelasan.
- Memantapkan pengucapan dengan bantuan mimik dan gerakan tangan.
- Mengatur intonasi sebaik-baiknya.
- Mengatur rasio dan perasaan.

Berikut ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi interpersonal :

1. Bersikap simpatik dan empatik.
2. Tunjukkanlah sebagai komunikator terpercaya.
3. Bertindak sebagai pembimbing bukan pendorong.
4. Kemukakanlah fakta dan kebenaran.
5. Bercakaplah dengan gaya mengajak bukan menyuruh.
6. Jangan bersikap super (sombong, bahwa dirinya mengetahui segalanya).
7. Jangan menentang hal-hal yang mengkhawatirkan (jangan pesimis).
8. Jangan mengkritik (jangan menganggap rendah pendapat orang lain).
9. Bicaralah dengan meyakinkan.

#### **2.4.5 Indikator Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal tidak jauh berbeda dengan bentuk perilaku orang-orang, ada kalanya efektif ada kalanya tidak efektif. Menurut **Miftah Thoha (2005:191)** suatu komunikasi interpersonal bisa efektif dengan lima hal berikut ini, yaitu:

1. **Keterbukaan** : untuk menunjukkan kualitas keterbukaan dari komunikasi interpersonal ini paling sedikit ada dua aspek, yaitu aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain dan aspek lainnya ialah keinginan untuk menanggapi secara jujur semua informasi yang datang kepadanya.

2. **Empathy** : dimaksudkan untuk merasakan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain suatu perasaan bersama perasaan orang lain, yakni mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain.
3. **Dukungan** : dengan dukungan ini akan tercapai komunikasi interpersonal yang efektif. Dukungan adakalanya terucapkan dan adakalanya tidak terucapkan. Dukungan yang tidak terucapkan seperti gerakan anggukan kepala, kedipan mata, senyum, atau tepukan tangan merupakan dukungan positif yang tak terucapkan.
4. **Kepositifan** : dalam komunikasi interpersonal kualitas ini paling sedikit tiga aspek perbedaan atau unsur. Pertama, komunikasi interpersonal akan berhasil jika terdapat perhatian yang positif terhadap diri seseorang, kedua, komunikasi interpersonal akan terpelihara baik jika suatu perasaan positif terhadap orang lain itu dikomunikasikan, ketiga, suatu perasaan positif dalam situasi komunikasi umum amat bermanfaat untuk mengefektifkan kerjasama.
5. **Kesamaan** : komunikasi interpersonal akan lebih bisa efektif jika orang-orang yang berkomunikasi itu dalam suasana kesamaan. Ini bukan berarti bahwa orang-orang yang tidak mempunyai kesamaan tidak bisa berkomunikasi. Jelas mereka bisa berkomunikasi. Akan tetapi jika komunikasi mereka menginginkan efektif, hendaknya diketahui kesamaan-kesamaan kepribadian diantara mereka.

Dengan demikian komunikasi yang dijalankan akan lebih mengenai sasaran karena akan terciptanya saling pengertian.

## 2.5 Motivasi kerja

### 2.5.1 Pengertian Motivasi kerja

Kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada tenaga kerja yang ada di perusahaan. Apabila para tenaga kerja manusia tidak memiliki keinginan untuk bekerja dan motivasi kerjanya berkurang, maka aktivitas perusahaan akan terhambat.

Pencapaian tujuan menjadi kurang efektif apabila banyak pegawai yang tidak memiliki motivasi untuk bekerja.

Terdapat beberapa definisi dari para ahli mengenai motivasi kerja, diantaranya adalah sebagai berikut :

Menurut **Adam I. Indrawijaya (2002:69)** yang menyatakan bahwa :

**“Motivasi adalah proses psikologis yang menimbulkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, proses belajar dan pemecahan masalah yang diawali dengan keinginan untuk mempengaruhi perilaku seseorang.”**

Adapula yang dikemukakan oleh **Berelson dan Steiner** yang dikutip oleh **Siswanto Sastrohadwiryo (2003:266)** sebagai berikut :

**“All those inner striving conditions variously described as wishes, desire, needs, drives, and the like.”** (Motivasi sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang member kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan)

Selain itu, ada definisi yang dikemukakan menurut **Robbins** yang dikutip oleh **Sentot Imam Wahjono (2010:78)** adalah sebagai berikut :

**“Motivasi adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individu.”**

Menurut definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu kecenderungan untuk menggerakkan orang-orang untuk mencapai tujuan yang akan dicapai dan sangat berpengaruh pada perilaku seseorang.

### 2.5.2 Tingkatan Motivasi

Menurut **Moekijat (2001:42)** manusia itu sama, dalam arti bahwa mereka semua mempunyai daya kerja untuk aktualisasi-diri, tetapi terdapat perbedaan dalam pola perilaku yang mereka ikuti untuk memenuhi kebutuhannya. Maka, motivasi memiliki tingkatan yang berhubungan dengan dua faktor, yaitu :

1. **Intensitas** (*kekuatan*), merasakan suatu keinginan yang kuat untuk memenuhi kebutuhannya akan hasil pekerjaan, maka ia akan menghabiskan sebagian besar waktu dan tenaganya untuk kebutuhan ini.
2. **Tingkat Kepuasan**, yang dirasakan oleh individu pada saat kebutuhan tersebut terpenuhi.

Dari pernyataan yang dikemukakan di atas, motivasi sangat berpengaruh dengan kebutuhan seseorang untuk memenuhi semua kebutuhannya. Dengan motivasi yang tinggi maka kebutuhan akan terpenuhi sehingga menimbulkan perasaan kepuasan pada individu.

### 2.5.3 Teori Motivasi

Terdapat delapan teori tentang motivasi kerja menurut **Adam I. Indrawijaya (2002:74)** yang dapat membantu manusia memahami dunia keterlibatan dinamis tempat organisasi beroperasi dengan menggambarkan manajer dan karyawan saling terlibat setiap hari. Teori motivasi tersebut sebagai berikut :

#### 1. Teori jenjang Kebutuhan Maslow

Teori ini merupakan kebutuhan yang berjenjang mulai dari kebutuhan tingkat dasar yang berupa fisiologis yang bersifat pemuasan ragawi tentang makan, minum, dan kebutuhan akan keamanan dan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, sampai pada kebutuhan tertinggi yang dimiliki manusia yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri.



Sumber : Maslow yang dikutip oleh Adam I. Indrawijaya, 2002, hal 74

**Gambar 2.1 Jenjang Kebutuhan Maslow**

## 2. Teori X dan Teori Y

Yaitu tipe pemalas ditandai teori X dan tipe pandai ditandai teori Y seperti pada pengandaian yang mempengaruhi sikap dan perilaku manajer terhadap bawahannya. Berikut gambar pengandaian :

### Teori X

- ✓ Karyawan Secara **Inheren** (tertanam dalam dirinya) tidak menyukai kerja bilamana dimungkinkan akan mencoba menghindarinya.
- ✓ Karena karyawan tidak menyukai kerja, mereka harus dipaksa, diawasi atau diancam dengan hukuman untuk mencapai tujuan.
- ✓ Karyawan akan menghindari tanggungjawab dan mencari pengarahan formal bilamana dimungkinkan.
- ✓ Kebanyakan karyawan meletakkan keamanan di atas semua faktor lain yang dikaitkan dengan kerja dan akan menunjukkan sedikit saja ambisi.

Teori Y
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Karyawan dapat memandang kerja, sama wajarnya seperti istirahat dan bermain.</li> <li>✓ Orang akan menjalankan pengarahannya diri dan pengawasan diri jika mereka komit pada sasaran.</li> <li>✓ Rata-rata orang dapat belajar untuk menerima, bahkan mengusahakan tanggung jawab.</li> <li>✓ Kemampuan untuk mengambil keputusan inovatif tersebar meluas dalam populasi dan tidak hanya milik manajemen.</li> </ul>

Sumber: Robbins yang dikutip Adam I. Indrawijaya, 2002, hal. 83

### Gambar 2.2 Pengandaian Teori X dan Teori Y

#### 3. Teori Dua Faktor Herzberg

Teori ini ada dua faktor yaitu *motivasi-higiene* yang berhubungan dengan kebutuhan motivator berkaitan dengan kesempatan untuk maju, promosi jabatan, pengakuan, tanggung jawab, dan pekerjaan yang mempengaruhi kepuasan kerja. *Sedang-higiene* yaitu hal-hal yang mempengaruhi kepuasan kerja yang terdiri dari supervisor, kondisi kerja, gaji, hubungan interpersonal, dan kebijakan perusahaan.

Faktor motivasional ( <i>motivasi-higiene</i> )		Faktor lingkungan ( <i>sedang-higiene</i> )	
Faktor	Contoh	Faktor	Contoh
Kebijakan, administrasi dan organisasi	Keputusan untuk mengangkat orang luar bagi jabatan tingkat atas, penyediaan tempat parkir, insentif, dsb.	Prestasi	Kesempatan untuk merasakan bahwa seseorang dapat menghasilkan sesuatu yang lebih penting.
Supervisi	Kesempatan bagi pegawai rendah untuk berpartisipasi	Penghargaan	Pemberian tanda penghargaan, dorongan dari atasan, dsb.

	dalam hal tertentu.		
Hubungan dengan atasan	Tingkat penghargaan atasan terhadap bawahan. Hubungan pribadi antara atasan dengan bawahan.	Pekerjaan itu sendiri	Apakah pekerjaan tersebut menyenangkan dan memberikan penghasilan yang memadai.
Kondisi kerja	Adanya music, ruang ber-AC, sinar yang cukup dan tidak bising.	Tanggung jawab	Delegasi wewenang yang memungkinkan para pegawai untuk dapat mengawasi dirinya sendiri dan bertanggung jawab atas pekerjaan mereka.
		Kemajuan	Promosi sesuai dengan tingkat keberhasilan.
		Pengembangan	Pengembangan profesi dan kematangan.

Sumber : Adam I. Indrawijaya, 2002, hal. 83

**Gambar 2.3 Perbedaan Dua Faktor Herzberg**

#### 4. Teori Existence, Relatedness, dan Growth (ERG) Alderfer

Teori ini terbagi menjadi tiga yaitu *existence* yang mencakup kebutuhan fisik dan keamanan, *relatedness* yang menunjukkan kebutuhan untuk memelihara hubungan antarpribadi yang relatif sama dengan kebutuhan sosial, serta *growth* yang mencirikan kebutuhan manusia untuk berkembang yang relative sama dengan jenjang kebutuhan untuk berprestasi, mendapatkan penghargaan dan aktualisasi diri.

#### 5. Teori 3 Kebutuhan McClelland

Pada teori ini terdapat tiga kebutuhan manusia yaitu kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*), kebutuhan akan kekuasaan (*need for power*), dan kebutuhan akan afiliasi (*need for affiliation*).

#### **6. Teori Goal-Setting Locke**

Teori ini untuk umpan balik dalam membantu mengidentifikasi penyimpangan apa yang terjadi dengan apa yang seharusnya, sehingga umpan balik bertindak untuk memandu perilaku menuju sukses.

#### **7. Teori Keadilan Adams**

Teori ini menitikberatkan pada manajer terhadap bawahannya, manajer dapat memotivasi karyawan bila karyawan mempersepsikan bahwa imbalan yang didapat telah memenuhi asas keadilan, sebaliknya bila dipersepsi tidak adil maka yang terjadi adalah demotivasi yang diindikasikan dengan tindakan karyawan yang tidak produktif seperti tidak berupaya keras, tidak memperhatikan kualitas pekerjaan, atau mungkin keluar dari pekerjaan.

#### **8. Teori Harapan Vroom**

Membantu penyebab mengapa banyak pekerja tidak termotivasi pada pekerjaan mereka dan semata-mata melakukan yang minimum untuk menyelamatkan diri. Karyawan akan termotivasi bila karyawan melihat kombinasi yang menguntungkan mengenai apa yang penting bagi mereka dan apa yang mereka harapkan dan apa imbalan atas upayanya, dan oleh karenanya karyawan akan mengambil langkah yang sesuai.

### **2.5.4 Proses Motivasi**

Ada dua pengaruh yang penting pada proses motivasi menurut **Moekijat (2001:43)** yang harus diperhatikan bila ingin mengerti tentang perilaku orang, yakni :

#### **1. Pengaruh penglihatan mengenai diri sendiri**

Adalah bagaimana seseorang melihat atau memahami diri sendiri, bayangan, ide-ide yang dimiliki mengenai kepribadian dan individualitasnya. Bagaimana

mereka memikirkan diri sendiri mempunyai pengaruh yang besar terhadap intensitas motivasi mereka.

## **2. Pengaruh penglihatan mengenai lingkungan**

Adalah bagaimana individu-individu melihat lingkungan dimana mereka berada karena sebagian individu merasa lingkungannya mempengaruhi intensitas motivasinya ke arah memenuhi kebutuhannya. Bagi seorang manajer, lingkungan seperti itu ada beberapa faktor yaitu :

- Manajer yang menjadi atasannya dan pegawai lain dari perusahaan luar.
- Kebijakan perusahaan, prosedur-prosedur, peraturan, dan ketentuannya.
- Pekerjaannya.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia sebagai makhluk yang dalam kemanusiaannya berusaha memenuhi kebutuhan. Bahwa mereka akan berusaha memenuhi kebutuhannya itu. Tetapi, proses motivasi ini akan berjalan ketika adanya pengaruh oleh bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri dan melihat dimana lingkungan mereka.

### **2.5.5 Jenis-jenis Motivasi**

Adapula jenis motivasi yang dikemukakan oleh **Gibson, Invancelly, dan Donnelly (1996:105)** ada dua, yaitu :

#### **1. Motivasi Positif**

Manajer memotivasi bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi baik. Dengan motivasi baik ini semangat kerja bawahan akan tinggi karena manusia pada umumnya senang menerima yang baik-baik saja.

#### **2. Motivasi Negatif**

Manajer memotivasi bawahannya dengan memberikan hukuman kepada mereka yang pekerjaannya kurang baik (prestasi rendah). Dalam memotivasi negatif ini

semangat kerja dalam jangka waktu pendek akan meningkat, karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka waktu panjang akan berakibat kurang baik.

Dalam prakteknya kedua jenis motivasi ini sering dilakukan oleh manajer dan perusahaan. Penggunaannya harus tepat dan seimbang supaya dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan.

### 2.5.6 Metode-metode Motivasi

Terdapat dua metode motivasi yang biasa digunakan oleh perusahaan atau manajer menurut **Malayu Hasibuan (1996:45)**, yaitu :

1. **Metode Langsung (Direct Motivation)**, adalah baik materiil dan non materiil yang diberikan secara langsung kepada setiap individu karyawan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Sifatnya khusus seperti memberikan pujian, penghargaan, bonus, piagam dan lain-lain.
2. **Metode Tidak Langsung (Indirect Motivation)**, adalah yang diberikan hanya merupakan fasilitas-fasilitas yang mendukung serta menunjang gairah kerja atau kelancaran tugas, sehingga para karyawan betah dan bersemangat melakukan pekerjaan.

### 2.5.7 Indikator Motivasi Kerja

Menurut **Sagir** yang dikutip oleh **Siswanto Sastrohadiwiryo (2003:268)** motivasi kerja akan ditentukan oleh perangsangnya. Perangsang yang dimaksud merupakan mesin penggerak motivasi kerja, sehingga menimbulkan pengaruh perilaku individu yang bersangkutan. Penggerak motivasi ini adalah sebagai berikut :

1. **Kinerja** : seseorang yang memiliki keinginan berkinerja sebagai suatu kebutuhan dapat mendorongnya mencapai sasaran. Ada kunci keberhasilan

seseorang untuk mencapai sasarannya yaitu memiliki sikap positif dan keberanian mengambil resiko.

2. **Penghargaan** : penghargaan atau pengakuan atas suatu kinerja yang telah dicapai seseorang akan menjadi perangsang yang kuat. Pengakuan atas kinerja akan memberikan kepuasan batin yang lebih tinggi daripada penghargaan dalam bentuk materi atau hadiah. Penghargaan atau pengakuan dalam bentuk piagam atau medali akan lebih kuat rangsangannya dibanding berupa barang atau uang.
3. **Tantangan** : adanya tantangan merupakan perangsang yang kuat bagi manusia untuk mengatasinya. Ketika dalam kegiatan tidak ada tantangannya, maka akan cenderung menjadi kegiatan rutin. Karena terbiasa menghadapi tantangan, maka akan meningkatkan motivasi kerja.
4. **Tanggung jawab** : adanya rasa memiliki akan menimbulkan motivasi untuk turut merasa tanggung jawab. Dengan sikap ini, maka karyawan akan turut menyumbang dan mengatasi tekanan pada karyawannya tersebut.
5. **Keterlibatan** : rasa ikut terlibat dalam suatu proses pengambilan keputusan dapat disebut dengan “kotak saran” yang dijadikan masukan untuk manajemen perusahaan, merupakan perangsang yang kuat untuk karyawan. Dengan ketelibatannya itu akan menimbulkan rasa dihargai tetapi juga tetap mawas diri untuk bekerja dengan baik dan menghasilkan pekerjaan yang bermutu.
6. **Pengembangan** : penyesuaian diri dengan keadaan lingkungan seperti terbuka terhadap lingkungan baru, lebih berorientasi kepada saling percaya, menggunakan gaya kepemimpinan partisipatif, lebih mengutamakan bekerjasama sebagai suatu kesatuan sehingga dapat bekerja lebih efektif.
7. **Kesempatan** : kesempatan untuk maju dalam jenjang karir yang terbuka, dari tingkat bawah sampai tingkat atas merupakan perangsang yang kuat bagi karyawan. Bekerja tanpa harapan atau kesempatan tidak akan meningkatkan motivasi yang berarti untuk para karyawan.

Dengan demikian, akan terciptanya motivasi yang efektif dalam suatu organisasi karena kerjasama karyawan dengan atasannya.

## **2.6 Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi kerja**

Semua aktivitas yang dilakukan sehari-hari sangat membutuhkan alat untuk saling berhubungan. Alat untuk menghubungkan aktivitas supaya lancar adalah komunikasi. Karena keterampilan komunikasi sangat berpengaruh dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Motivasi pada karyawan erat hubungannya dengan sifat komunikatif (perasaan bebas berkomunikasi dengan) para atasan mereka menurut **Lillico (1984:77)** dalam hubungan persoalan yang sama sekali berbeda, seseorang telah mendapati bahwa ketepatan komunikasi dan sifat komunikatif erat hubungannya dengan kepuasan kerja.

Lebih dari itu, ada pernyataan dari **Phillip R. Kelly** yang dikutip oleh **Lillico (1984:142)** adalah :

**“Meskipun pengetahuan untuk memanfaatkan kecakapan kita bertambah, tidak ada cara yang dapat diperlihatkan ataupun menyenangkan bagi penciptanya hubungan antar-orang yang sehat selain atas dasar kesungguhan, kejujuran, dan saling menghargai.”**

Dengan demikian, peranan komunikasi interpersonal sangat penting dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Yang terpenting antar individu dan pemimpin harus saling menghargai, memahami dan mengerti karena baik karyawan maupun pimpinan akan merasa aman dan nyaman ketika mengerjakan tugas dan melakukan aktivitasnya. Selain itu mereka juga dapat menyumbangkan ide dan pikirannya sehingga diakui keberadaannya di perusahaan.

## **BAB III**

### **OBJEK & METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO)**

Perusahaan ini berdiri Tanggal 31 Desember 1859 menjadi awal kiprah Jiwasraya di Indonesia yang lahir dengan nama *Nederlandsche Indische Levenverzekering en Lijvrente Maatschappij* (NILLMIJ). Dalam perjalanannya, perusahaan mengalami peleburan dengan sembilan perusahaan milik pemerintah kolonial Belanda lainnya dan satu perusahaan nasional. Pada tahun 1973 beralih menjadi perusahaan milik pemerintah Indonesia yang kini lebih dikenal sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kini Perseroan yang lebih populer dengan nama Asuransi Jiwasraya ini telah memasuki usia 145 tahun. Sepanjang itu pula kinerjanya meraih kepercayaan masyarakat. Antara tujuan mulia dengan kekuatan bisnis, mampu mengantar Jiwasraya menjadi perusahaan asuransi yang andal dan terpercaya.

Dalam menjalankan usahanya, Jiwasraya selalu berusaha menyesuaikan diri dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Perusahaan selalu mengadakan pembaruan demi menjawab tuntutan jaman, diantaranya pada tahun 2003 dengan mengganti logo yang sekaligus mengganti identitas perusahaan. Semangat baru tersebut juga diwujudkan dalam motto 3-P yaitu Product, Process dan People. Sisi Product berarti bahwa perusahaan selalu berusaha menghadirkan produk-produk yang inovatif, seperti halnya JS Link Fixed 95 dan JS Link Fixed 93 untuk produk unit link (menggabungkan unsur proteksi dan investasi), serta JS Prestasi dan JS Dana Multi Proteksi untuk asuransi pendidikan. Pada unsur Process artinya Jiwasraya selalu berusaha untuk menerapkan teknologi komunikasi terkini dalam melengkapi kecepatan dan keakuratan layanannya. Teknologi tersebut dinamakan JL-iNdO dan V-SAT. Melalui JL-iNdO proses pencetakan polis dapat segera dilakukan di cabang dimana

polis diterbitkan, sedangkan V-SAT merupakan teknologi komunikasi yang menghubungkan seluruh kantor Jiwasraya baik Head Office, Regional Office maupun Branch Office menjadi satu kesatuan (on line). Sementara itu peningkatan dari sisi People dilakukan melalui standarisasi kualitas seluruh agen Jiwasraya. Perusahaan juga secara rutin mengadakan berbagai pendidikan dan pelatihan karyawan baik di dalam maupun luar negeri. Sampai saat ini Jiwasraya memiliki 505 tenaga ahli & profesional di bidang asuransi yang tersebar baik di Head Office maupun Regional Office/Branch Office.

Dukungan ketiga pilar di atas diperkuat pula oleh landasan finansial yang kokoh, diyakini akan menjadikan Jiwasraya sebagai perusahaan asuransi komersial yang terpercaya dan terkemuka, di dalam negeri maupun di luar negeri.

### **3.1.2 Visi dan Misi PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO)**

#### **Visi**

"Menjadi perusahaan yang terpercaya dan dipilih untuk memberikan solusi bagi kebutuhan asuransi dan perencanaan keuangan."

#### **Misi**

- Misi Jiwasraya bagi Pelanggan

"Selalu memberikan rasa aman, kepastian dan kenyamanan melalui solusi inovatif dan kompetitif bagi pelanggan atas kebutuhan asuransi dan perencanaan keuangan."

- Misi Jiwasraya bagi Pemegang Saham

"Menciptakan nilai pemegang saham (shareholder value creation) yang atraktif melalui pengelolaan operasional dan investasi perusahaan yang berlandaskan prinsip-prinsip good corporate governance."

- Misi Jiwasraya bagi Karyawan

"Menjadi tempat pilihan untuk tumbuh dan berkembangnya karyawan menjadi profesional yang memiliki integritas dan kompetensi di bidang asuransi dan perencanaan keuangan."

- Misi Jiwasraya bagi Agen

"Berkomitmen mengembangkan agen yang memiliki dedikasi, kemampuan dan integritas sehingga perusahaan menjadi tempat pilihan bagi agen yang ingin berkarier serta memiliki penghasilan tinggi."

- Misi Jiwasraya bagi Masyarakat

"Berpatisipasi mewujudkan peningkatan kesejahteraan melalui kontribusi dalam proses pembangunan masyarakat."

- Misi Jiwasraya bagi Aliansi

"Membangun kemitraan yang saling menguntungkan serta menciptakan sinergi bisnis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan."

- Misi Jiwasraya bagi Distribusi

"Meningkatkan penetrasi pasar dan kualitas pelayanan kepada pelanggan secara lebih efisien dan efektif melalui multiple distribution channel seperti bancassurance, direct marketing dan financial planning."

- Misi Jiwasraya bagi Pemasok

"Melakukan kerjasama dengan pemasok sesuai prinsip keterbukaan, fairness, saling menguntungkan dan berkembang sebagai 'partner in progres'."

- Misi Jiwasraya bagi Regulator

"Mewujudkan praktek pengelolaan bisnis asuransi dan perencanaan keuangan yang sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku."

- Misi Jiwasraya bagi Penagih

"Menjaga kemitraan dengan penagih yang memiliki integritas dan kompetensi dalam penagihan premi."

### **Core Values Jiwasraya**

Adapun nilai-nilai utama yang mendasari kinerja perseroan adalah sebagai berikut :

- **Integritas** : melekat dengan pengetahuan tentang benar dan salah, kemampuan untuk menghindari kekeliruan, kesalahan dan kemauan untuk berdiri tegak demi kebenaran.
- **Kompetensi** : memiliki pemahaman bahwa setiap karyawan Jiwasraya memiliki semangat untuk maju, rasa tanggung jawab serta keinginan yang kuat untuk selalu mengambil inisiatif dan melakukan pengembangan diri menjadi karyawan yang dari waktu ke waktu meningkat kompetensinya.

Customer Oriented atau berorientasi kepada pelanggan berarti ‘mendengarkan’ pelanggan, mengenali, memenuhi dan melebihi kebutuhan untuk mengantisipasi kebutuhan mereka di masa datang. Memiliki makna menyesuaikan apa yang kita lakukan dan bagaimana kita melakukannya sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Business Oriented atau berorientasi ke bisnis berarti mengerti dan paham benar bagaimana bisnis bekerja, bagaimana prinsip menciptakan dan mengambil kesempatan, mengelola risiko, mengambil inisiatif, cepat dan tanggap terhadap peluang bisnis, mengerti akan konsekuensi untung rugi dalam jangka pendek dan jangka panjang.

### 3.1.3 Aktivitas dan Pelayanan Perusahaan

PT. Asuransi Jiwasraya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlindungan dan pemeliharaan. Aspek kegiatan pada PT Asuransi Jiwasraya adalah sebagai berikut:

- Memberikan pelayanan asuransi yang di ambil oleh pihak tertanggung.
- Memberikan perlindungan kepada tertanggung atas apa yang diasuransi.
- Menghimpun dana dari para tetanggung atas pembayaran premi, yang kemudian premi tersebut akan di kembalikan kepada tertanggung dengan perjanjian yang sudah tertulis pada polis.
- Menerbitkan polis-polis asuransi kepada yang berisi perjanjian yang sudah disetujui sebelumnya antara tertanggung dan penanggung.
- Menerima pelayanan nasabah baru sebagai tetanggung.

Jaringan Pelayanan PT Asuransi Jiwasraya saat ini tersebar diseluruh Indonesia dan memiliki 1 kantor pusat yang berkedudukan di Jakarta; 17 kantor cabang ditingkat propinsi; 72 kantor perwakilan ditingkat propinsi maupun di daerah tingkat I; dan 388 kantor unit produksi di daerah tingkat II; Hal ini diupayakan untuk menciptakan pelayanan yang cepat dan tepat (just in time).

Dengan motto baru *Secure Your Life*, Jiwasraya berdasarkan pengalaman selama ini percaya bahwa kami dapat melindungi anda dengan sebaik-baiknya melalui jasa pelayanan asuransi jiwa. Karena hanya perusahaan yang memiliki manajemen yang baik dan profesional serta berpengalaman yang mampu bertahan selama lebih dari satu abad yang mampu memberikan pelayanan dengan baik.

Saat ini PT Asuransi Jiwasraya adalah satu-satunya perusahaan asuransi jiwa milik negara, yang memberikan jaminan faedah seperti :

- (i) Asuransi hari tua
- (ii) Meninggal Dunia

- (iii) Kesehatan dan Kecelakaan baik dalam bentuk pertanggungan perorangan (Individual Insurance) maupun pertanggungan kumpulan (Group Insurance).

Selain itu, perusahaan ini mempunyai pemilik atau pemegang saham tunggal adalah Menteri Keuangan Republik Indonesia Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan perwakilan pemilik yang mempunyai wewenang untuk mengambil keputusan final mengenai perusahaan, termasuk didalamnya mengenai Pengesahan Rencana Kerja (PRK) dan Pengesahan Anggaran Perseroan (PAP).

#### 3.1.4 Uraian Tugas

Selain itu, PT. Asuransi JiwaSraya memiliki tanggung jawab dalam menyelesaikan kewajibannya baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Uraian tugas pokok masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

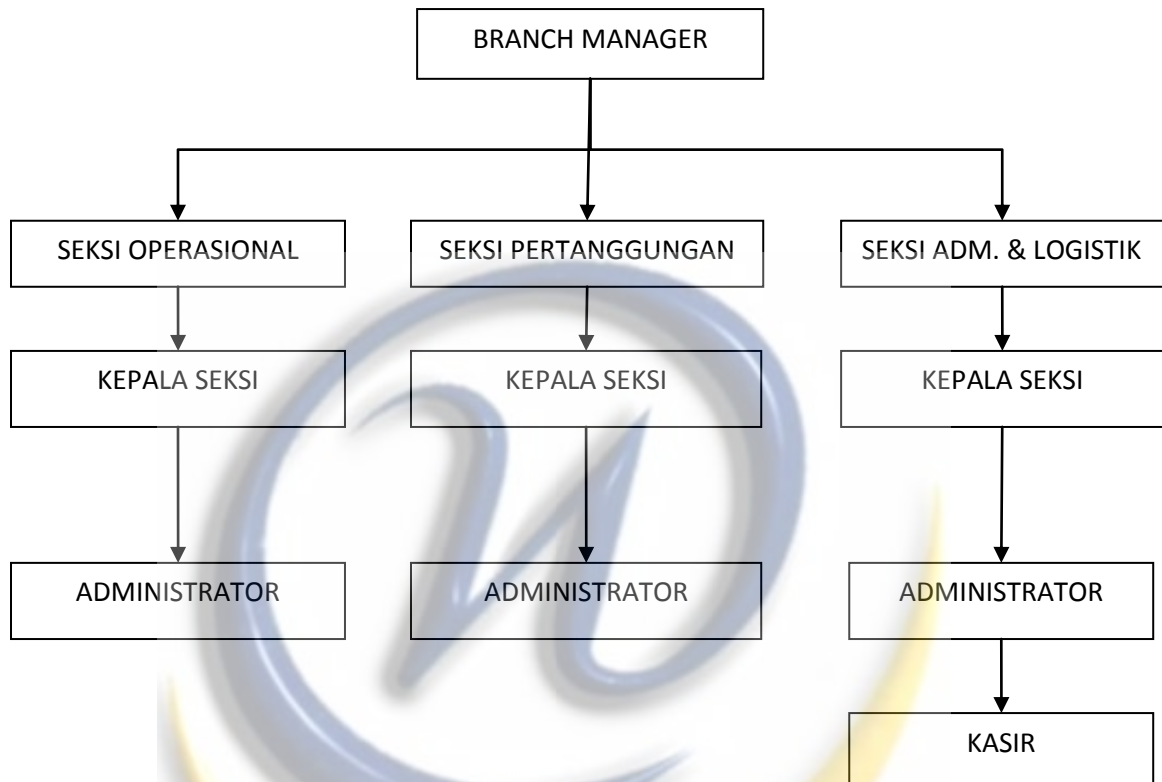
- **Branch Manager (BM)** : merupakan kekuasaan tertinggi dalam PT Asuransi Jiwasraya, Branch Manager yang bertanggung jawab penuh dalam kantor tersebut.
- **Seksi Pertanggungan** : tugasnya adalah mengkoordinir / *underwriting pre* dan *pos*, menerbitkan polis-polis, pengurusan klaim oleh tertanggung, pelayanan untuk nasabah dan pemeliharaan polis.
- **Kepala Seksi Operasional** : tugasnya adalah bertanggung jawab terhadap penerimaan premi, bertanggung jawab terhadap pengelolaan piutang, bertanggung jawab terhadap penagihan premi dan sebagai koordinator penagih.
- **Kepala Seksi Administrasi Dan Logistik** : tugasnya adalah melakukan kegiatan pembukuan, membuat laporan keuangan, bertanggung jawab terhadap penerimaan karyawan, bertanggung jawab terhadap penerbitan kwintasi tagihan dan bertanggung jawab atas semua logistik, biaya yang dikeluarkan kantor

- **Agent Officer (AO)** : tugasnya yaitu untuk perwakilan marketing, mencari nasabah baru, dan mencari premi baru
- **Instruktur** : tugasnya adalah mengurus kepegawaian pegawai dan bertanggung jawab terhadap recruitment pegawai baru.
- **Kasir** : tugasnya adalah Bertanggungjawab terhadap aktivitas perusahaan di bidang Keuangan, dan merupakan coordinator keuangan serta bertanggungjawab langsung kepada Kepala Perwakilan.

### 3.1.5 Struktur Organisasi

Di dalam kegiatan suatu perusahaan baik itu perusahaan komersial maupun non komersial diperlukan adanya suatu kerja sama dan jalur koordinasi diantara para anggota dalam mencapai tujuan yang telah digariskan terlebih dahulu. Kerja sama itu meliputi tugas-tugas yang telah ditetapkan dan dalam pelaksanaannya perlu adanya suatu garis ketetapan yang mengatur aktivitas tersebut agar dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan. Struktur Organisasi merupakan suatu kerangka dasar yang menggambarkan tugas, wewenang dan tanggung jawab dari bagian-bagian yang terdapat dalam organisasi. Struktur Organisasi hendaklah mudah diubah untuk disesuaikan dengan perubahan yang terjadi, tanpa mengurangi kelancaran aktivitas perusahaan yang sedang berlangsung, misalnya perluasan daerah kerja, pengadaan peralatan baru, lingkungan serta perubahan dalam bidang teknologi.

Struktur organisasi PT. Asuransi JiwaSraya dapat dilihat di gambar 3.1 Dari struktur organisasi tersebut dapat diketahui bahwa struktur organisasinya menghubungkan wewenang yang langsung secara vertikal antara pihak atasan dan bawahan, sehingga terlihat masing-masing tingkatan dihubungkan dengan garis wewenang. Pada bagian tersebut terlihat juga bahwa Kepala Perwakilan sebagai pimpinan untuk setiap Bagian yang langsung terlibat dalam kegiatan perusahaan.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung

## 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode Deskriptif. Yang dimaksud dengan metode deskriptif menurut **Moh. Nazir (2003:54)** adalah :

**“suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”.**

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

### 3.2.1 Penentuan Populasi dan sampel

Ketika melakukan penelitian pasti dihadapkan dengan sumber data tertentu yang memberikan informasi dan keterangan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian adalah populasi penelitian.

Adapun definisi tentang populasi penelitian yang dikemukakan oleh **Moh. Nazir (2003:271)** sebagai berikut :

**“populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.”**

Dari definisi di atas, maka populasi yang akan di ambil untuk dijadikan penelitian adalah PT. Asuransi Jiwasraya Bandung. Sedangkan definisi dari sampel yang dikemukakan oleh **Moh. Nazir (2003:271)** sebagai berikut :

**“sampel adalah bagian dari populasi. Yaitu suatu prosedur di mana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi.”**

Menurut **Singarimbun (1995:171)** menyatakan bahwa sebagai berikut :

**“bilamana analisa yang dipakai adalah teknik korelasi, maka sampel yang harus diambil minimal 30 sampel, dengan mempertimbangkan jumlah minimal sampel, sah atau tidaknya koesioner, serta keterbatasan waktu dan biaya.”**

Sesuai dengan pendapat tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan sebagian karyawan yang berada di PT. Asuransi Jiwasraya Bandung yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu 30 orang.

### **3.2.2 Variabel Penelitian**

Variabel dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dapat diberi berbagai macam nilai. Seperti yang diungkapkan oleh **Sugiono (2003:31)** adalah sebagai berikut:

**“variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”**

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu :

- Komunikasi interpersonal merupakan variabel independen atau bebas (X).
- Motivasi kerja merupakan variabel dependen atau tidak bebas (Y).

Variabel independen atau bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat, dalam penelitian ini komunikasi interpersonal yang mempengaruhi. Sedangkan variabel dependen atau tidak bebas adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dimana motivasi kerja merupakan variabel yang dipengaruhi.

### 3.2.3 Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub. Indikator	Skala
Komunikasi Interpersonal (X)	<p><b>“Sebagai proses penyampaian berita yang dilakukan oleh seseorang dan diterimanya berita tersebut oleh orang lain atau kelompok kecil orang-orang, dengan suatu akibat umpan balik dengan segera.”</b> Miftah Thoha (2005:190)</p>	Keterbukaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keinginan untuk terbuka</li> <li>- Menanggapi dengan jujur</li> <li>- Mendengar</li> </ul>	Ordinal
		Empathy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami perasaan orang lain</li> <li>- Mengerti posisi</li> </ul>	
		Dukungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cara merespon pesan</li> </ul>	
		Kepositifan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perhatian positif terhadap orang lain</li> <li>- Menyampaikan langsung perhatian positif untuk menghindari perasaan tertutup</li> <li>- Manfaat perhatian positif</li> </ul>	
		Kesamaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesamaan pribadi</li> <li>- Kedudukan dan pendengaran</li> </ul>	
Motivasi kerja (Y)	<p><b>“sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang member kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.”</b> Siswanto Sastrohadiwiryono (2003:266)</p>	Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki sikap positif</li> <li>- Berani mengambil resiko</li> </ul>	Ordinal
		Penghargaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penghargaan berupa materi atau hadiah</li> <li>- Penghargaan berupa piagam atau pujian</li> </ul>	
		Tantangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hasrat yang kuat untuk mengatasi masalah</li> </ul>	
		Tanggung jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekerja bersungguh-sungguh</li> </ul>	
		Keterlibatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasa keterlibatan dalam pengambilan keputusan</li> <li>- Rasa dihargai dalam menyumbangkan ide</li> </ul>	
		Pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbuka terhadap lingkungan baru</li> <li>- Saling percaya</li> <li>- Berpartisipatif</li> <li>- Berkelompok dan bekerjasama</li> </ul>	
		Kesempatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengembangkan karir</li> <li>- Prestasi kerja</li> </ul>	

### 3.2.4 Metode Analisis Data

Menurut sifat data yang diperoleh, data dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

#### 1. Data Kuantitatif

Yaitu data yang disajikan dalam bentuk angka/numerik yang dapat menjawab semua hipotesis yang digunakan.

#### 2. Data Kualitatif

Yaitu data yang disajikan dalam bentuk bukan angka/non-numerik. Data ini dijabarkan untuk mendukung penelitian sehingga dapat menyatakan kebenaran.

Setelah data sudah terkumpul, maka diproses dan di analisis dengan menggunakan :

#### 1. Analisis Kuantitatif

Yaitu dengan menggunakan alat bantu statistik sehingga dapat mempermudah penafsiran data yang akan diperoleh.

#### 2. Analisis Kualitatif

Yaitu dengan cara mendeskripsikan jawaban responden.

Semua data yang diperlukan untuk penelitian sudah diperoleh, maka data tersebut diolah dan di analisis dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu ***Analisis Korelasi Rank Sperman, Analisis Koefisien Determinan dan Uji Signifikansi t.***

Variabel yang akan diukur adalah komunikasi interpersonal (X) dan motivasi kerja (Y). Setelah itu, dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk mempermudah penilaian rata-rata tersebut, maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut seperti yang telah dikemukakan menurut **Sudjana (1987:79)** adalah :

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang Kelas}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana : Rentang Nilai = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

$$\text{Banyak Kelas Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka interval untuk komunikasi interpersonal dan motivasi kerja adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

**Tabel Skala Interval untuk Komunikasi Interpersonal**

Kurang efektif (KE)	1,00 – 1,79
Cukup Efektif (CE)	1,80 – 2,59
Tidak Efektif (TE)	2,60 – 3,39
Efektif (E)	3,40 – 4,19
Sangat Efektif (SE)	4,20 – 5,00

Sumber : Sudjana, 2000, hal. 79

**Tabel 3.3**

**Tabel Skala Interval untuk Motivasi Kerja**

Sangat Rendah (SR)	1,00 – 1,79
Rendah (R)	1,80 – 2,59
Cukup Rendah (CR)	2,60 – 3,39
Tinggi (T)	3,40 – 4,19
Sangat Tinggi (ST)	4,20 – 5,00

Sumber : Sudjana, 2000, hal. 79

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Penulis memperoleh data dari berbagai aktifitas dan sumber-sumber untuk mendapatkan informasi tentang objek yang akan diteliti, data itu diambil dari sebagai berikut :

### 1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian kepustakaan dengan tujuan memperoleh referensi, membaca catatan-catatan, buku-buku, literatur-literatur yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti.

### 2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian langsung ke perusahaan dan melakukan wawancara dan tanya jawab dengan yang bersangkutan dengan penelitian, dibantu juga oleh karyawan dan staff yang lainnya.

Pengumpulan data yang peneliti lakukan ketika studi lapangan, sebagian sama persis seperti yang telah dikemukakan oleh **Sugiono (2003:112)** adalah sebagai berikut :

- Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi langsung dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan dengan bagian SDM dan karyawan lainnya yang bersangkutan dengan objek yang akan diteliti.

- Koesioner

Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis mengenai masalah yang diteliti tanpa adanya pengawasan karena untuk menghindari kesubjektifan. Setelah data diperoleh kemudian di analisis hasilnya untuk dibandingkan dengan studi kepustakaan.

### 3.2.6 Teknik pengolahan dan Analisis Data

Dalam memberikan angket atau koesioner diperlukan untuk penelitian menentukan skala pengukuran variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian dan disesuaikan dengan analisis yang digunakan. Untuk mempermudah dalam memperoleh data, peneliti menggunakan tabel-tabel supaya mudah melihat kumpulan data dan skor masing-masing pegawai.

Menurut **Sugiono (2003:84)** alat untuk mengukur data berupa skala pengukuran yang merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Ada berbagai macam skala yang dapat digunakan untuk penelitian antara lain :

1. Skala Likert (mengukur sikap, pendapat, persepsi)
2. Skala Guttman (ya-tidak, benar-salah, pernah-tidak pernah)
3. Rating Scale (data kualitatif lalu dikuantitatifkan)
4. Semantinc Deferensial (mengukur sikap bukan dalam bentuk ceklist atau pilihan ganda tetapi pertanyaan berada disebelah kiri dan jawaban sebelah kanan lalu diukur menggunakan angka)

Berdasarkan uraian di atas, penulis menggunakan *Skala Likert* dalam pembobotan data-data yang diperoleh. *Skala Likert* ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam menggunakan skala ini, penulis akan memberikan pertanyaan tertulis dan setiap pertanyaan disediakan lima jawaban yang berbeda dimana variabel X dan Y diukur dengan perincian sebagai berikut :

#### ❖ **Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Untuk mengetahui syarat penting yang berlaku bagi sebuah koesioner, yaitu keharusan adanya validitas dan reliabilitas.

Seperti yang dikemukakan menurut **Sugiono (2003:109)** yang menyatakan bahwa validitas adalah :

**“alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur.”**

Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Bila digunakan berkali-kali akan menghasilkan data yang sama (reliabel) tetapi selalu tidak valid. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu, walaupun instrumen yang valid umumnya reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan.

Sedangkan reliabilitas menurut **Sugiono (2003:273)** menyatakan bahwa reliabilitas adalah :

**“instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik, maka apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan sama.”**

Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan. Artinya dapat dipercaya, sehingga dapat diandalkan. Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel. Selanjutnya kelompok ganjil dan skor butirnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total antara kelompok ganjil dan kelompok genap lalu dicari korelasinya.

Teknik *korelasi product moment* dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N(\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

atau dapat juga digunakan dengan rumus :

$$r_j = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, langkah yang digunakan yaitu sama dengan langkah pengujian validitas karena output keduanya bersamaan muncul.

**Tabel 3.4**

**Skor Nilai Perhitungan Jawaban**

Jawaban	Skala
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

Sumber : Sugiono,2003, hal. 87

Data yang telah ada akan penulis ukur dan diolah juga di analisis dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu *Analisis Korelasi Rank Sperman dan Analisis Koefisien Determinan*.

❖ **Analisis Korelasi Rank Sperman**

Digunakan mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis bila variabel (X) dan variabel (Y) dihubungkan dan berbentuk ordinal menurut **Sugiono (2003:282)**. Adapun rumusan yang digunakan adalah :

Untuk mengetahui hubungan komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja dan untuk data yang tidak memiliki *rank* yang sama :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum di^2}{N^3 - N}$$

Sedangkan bila terdapat angka atau *rank* yang sama, maka perhitungannya:

$$r_s = \frac{\sum X^2 + \sum Y^2 - \sum di^2}{2\sqrt{(\sum X^2) (\sum Y^2)}}$$

Dimana :

$$\frac{\sum X^2 = N^3 - N - \sum T_x}{12}$$

$$\frac{\sum Y^2 = N^3 - N - \sum T_y}{12}$$

$$\frac{\sum T_x = \sum T_y = t^2 - t}{12}$$

- Keterangan :
- $r_s$  = koefisien korelasi *rank* Spearman
  - $di$  = selisih *ranking* data variabel X dan variabel Y
  - $n$  = jumlah anggota sampel
  - $t$  = jumlah *rank* kembar dari sampel penelitian
  - $T$  = faktor korelasi
  - $N$  = banyaknya pasangan data
  - $\sum X^2$  = jumlah kuadrat variabel X
  - $\sum Y^2$  = jumlah kuadrat variabel Y
  - $\sum T_x$  = faktor korelasi jumlah kuadrat variabel X sebagai akibat adanya *ranking* yang sama
  - $\sum T_y$  = faktor korelasi jumlah kuadrat variabel Y sebagai akibat adanya *ranking* yang sama

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap korelasi koefisien yang ditemukan tersebut besar atau kecil maka dapat berpedoman pada ketentuan menurut **Sugiono (2003:183)** yang tertera pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.5**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono, 2003, hal. 183

#### ❖ Analisis Koefisien Determinan (kd)

Untuk mengetahui berapa presentase besarnya perubahan variabel X terhadap variabel Y dan apakah terdapat pengaruhnya dapat dihitung dengan rumus koefisien determinasi.

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

Dimana : kd = Koefisien determinasi

rs = koefisien korelasi

#### ❖ Pengujian Hipotesis

Suatu korelasi haruslah mempunyai nilai yang berarti (signifikan) untuk menguji keberartian koefisien korelasi maka langkah yang ditempuh adalah:

- a. Menentukan hipotesis ( $H_0$  dan  $H_1$ )

Menurut **Sugiono (2003:51)** mengemukakan tentang hipotesis yaitu jawaban sementara mengenai masalah penelitian yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris dari pengumpulan data, dengan pengujian tersebut akan terlihat suatu keputusan apakah menolak atau menerima hipotesis tersebut.

$H_0 : r_s \leq 0$ , artinya komunikasi interpersonal tidak mempunyai hubungan terhadap motivasi kerja karyawan atau berpengaruh negatif.

$H_1 : r_s > 0$ , artinya komunikasi interpersonal mempunyai hubungan terhadap motivasi kerja karyawan atau berpengaruh positif.

b. Menentukan taraf signifikan

Dalam hal ini penulis menggunakan kepercayaan sebesar 95% sehingga tingkat kesalahan sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$

c. Untuk menguji t, seperti yang dikemukakan oleh **Sugiono (2003:292)** penulis menentukannya dengan rumus :

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

Dimana :  $r_s$  = koefisien korelasi Rank Spearman  
 $r_s^2$  = koefisien determinasi  
 $n$  = banyaknya responden

Apabila  $t_{hitung}$  positif, maka  $t_{tabel}$  dibandingkan dengan  $t_{hitung}$  dengan kriteria :

- $T_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- $T_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Komunikasi Interpersonal yang Dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

Komunikasi interpersonal yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung dilakukan berdasarkan arah komunikasinya dan formalitasnya, seperti komunikasi ke bawah yang disampaikan oleh pimpinan kepada karyawan, komunikasi ke atas yang disampaikan oleh karyawan kepada bawahan dan komunikasi campuran yang disampaikan dalam level yang sama dalam organisasi. Sedangkan komunikasi berdasarkan formalitasnya, seperti komunikasi formal yang dilakukan oleh orang-orang yang berada di dalam perusahaan karena adanya struktur organisasi dan garis wewenang, dan komunikasi informal yang dilakukan oleh para karyawan dengan klien yang berada di luar perusahaan.

#### **4.2 Motivasi Kerja Karyawan Yang Dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

Sedangkan motivasi yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung adalah dengan cara memberikan motivasi positif dan motivasi negatif. Motivasi positif seperti memberikan hadiah kepada seseorang yang berprestasi baik. Dan motivasi negatif seperti memberikan hukuman atau teguran kepada seseorang yang pekerjaannya kurang baik (prestasi rendah).

### 4.3 Gambaran Umum Responden

Untuk mengetahui korelasi antara komunikasi interpersonal dan motivasi kerja karyawan pada PT. Asuransi Jiwasraya Bandung, maka penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan koesioner atau angket yang terdiri dari 11 pernyataan tentang komunikasi interpersonal dan 14 pernyataan tentang motivasi kerja. Jadi jumlah keseluruhan koesioner ada 25 pernyataan dengan jumlah sampel 50 responden. Jumlah koesioner atau angket sebanyak 50 eksemplar. Setelah dilakukan verifikasi, dari 50 koesioner terkumpul kembali 50 eksemplar dan para responden menjawab semua pernyataan tersebut dengan lengkap.

Data yang diperlukan telah diperoleh, maka penulis akan menyajikan data dalam bentuk tabel. Berikut adalah tabel-tabel yang disusun untuk memberikan gambaran umum responden menurut identitas responden :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Pasca Sarjana	2	4 %
Sarjana	15	30 %
Sarjana muda/D1/D3	11	22 %
SLTA dan lainnya	22	44 %
<b>Total</b>	50	100 %

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa lebih banyak tingkat pendidikan SLTA sebesar 44% karena bagian marketing merupakan yang terpenting bagi perusahaan asuransi dan pendidikan sarjana sebesar 30% menjadi bagian back office juga sarjana muda/D1/D3 sebesar 22% dan pasca sarjana sebesar 4%.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Masa kerja**

Masa Kerja	Jumlah	Persentase
< 3 tahun	19	38 %
3 – 10 tahun	14	28 %
10 – 20 tahun	13	26 %
> 20 tahun	4	8 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa paling banyak karyawan yang bekerja di perusahaan asuransi selama < 3 tahun sebesar 38% karena lamanya pekerjaan itu untuk bagian marketing. Sedangkan yang selama 3-10 tahun sebesar 28% dan selama 10-20 tahun sebesar 26%. Paling sedikit yang sudah lama bekerja di perusahaan asuransi selama > 20 tahun sebesar 8%.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	21	42 %
Perempuan	29	58 %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa lebih banyak karyawan perempuan sebesar 58% dibandingkan dengan karyawan laki-laki sebesar 42%. Dikarenakan perusahaan asuransi mengutamakan keahlian dalam berkomunikasi dengan klien.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	8	16 %
26 – 35 tahun	16	32 %
36 – 45 tahun	17	34 %
> 45 tahun	9	18 %
<b>Total</b>	50	100 %

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa karyawan yang berada di perusahaan asuransi lebih banyak pada usia produktif yaitu 26-35 tahun sebesar 32% dan yang berusia 36-45 tahun sebesar 34%. Sedangkan yang berusia > 45 tahun sebesar 18% dan yang paling sedikit yaitu yang berusia < 25 tahun sebesar 16% karena perusahaan asuransi sangat membutuhkan karyawan yang produktif untuk perusahaan.

#### **4.3.1 Tanggapan Responden tentang Komunikasi Interpersonal yang ada di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

Melalui pernyataan yang diberikan oleh penulis dalam koesioner yang disebarkan untuk penelitian dapat diketahui tanggapan responden terhadap komunikasi interpersonal. Pernyataan yang diajukan tersebut bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap komunikasi interpersonal yang dilakukan di perusahaan. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka kriteria penilaian dari jawaban responden dibuat sebagai berikut :

### Skor Nilai Perhitungan Jawaban

Jawaban	Skala
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

Setelah itu, dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk mempermudah penilaian rata-rata tersebut, maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut seperti yang telah dikemukakan menurut **Sudjana (2000:79)** adalah :

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang Kelas}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana : Rentang Nilai = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

$$\text{Banyak Kelas Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

### Tabel Skala Interval untuk Komunikasi Interpersonal

Kurang Efektif (KE)	1,00 – 1,79
Cukup Efektif (CE)	1,80 – 2,59
Tidak Efektif (TE)	2,60 – 3,39
Efektif (E)	3,40 – 4,19
Sangat Efektif (SE)	4,20 – 5,00

Sumber : Sudjana, 2000, hal. 79

**Tabel Skala Interval untuk Motivasi Kerja**

Sangat Rendah (SR)	1,00 – 1,79
Rendah (R)	1,80 – 2,59
Cukup Rendah (CR)	2,60 – 3,39
Tinggi (T)	3,40 – 4,19
Sangat Tinggi (ST)	4,20 – 5,00

Sumber : Sudjana, 2000, hal. 79

Maka hasil dari koefisien yang di dapat akan penulis sajikan dalam bentuk tabulasi seperti di bawah ini :

**Tabel 4.5****Tanggapan Responden Tentang Keterbukaan**

Tanggapan	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	24	48 %	120
Setuju	23	46 %	92
Cukup Setuju	3	6 %	9
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	221
<b>RATA-RATA</b>			4,42

Sumber : Data koefisien yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya keterbukaan dalam berkomunikasi, dinyatakan sangat efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,42 karena berada pada interval 4,20 - 5,00.

Tabel 4.6

## Tanggapan Responden Tentang Menanggapi Dengan Jujur

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	21	42 %	105
Setuju	25	50 %	100
Cukup Setuju	4	8 %	12
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>217</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,34</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam berkomunikasi karyawan selalu berusaha menanggapi lawan pembicara dengan jujur, dinyatakan sangat efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,34 karena berada pada interval 4,20 - 5,00.

Tabel 4.7

## Tanggapan Responden Tentang Mendengarkan

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	22	44 %	110
Setuju	23	46 %	92
Cukup Setuju	5	10 %	15
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>217</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,34</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang selalu berusaha mendengarkan lawan bicara dengan baik, dinyatakan sangat efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,34 karena berada pada interval 4,20 - 5,00.

**Tabel 4.8**

**Tanggapan Responden Tentang Memahami Perasaan Orang Lain**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	14	28 %	70
Setuju	26	52 %	104
Cukup Setuju	10	20 %	30
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	204
<b>RATA-RATA</b>			4,08

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang dapat memahami perasaan orang lain, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,08 karena berada pada interval 3,40 - 4,19.

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden Tentang Mengerti Posisi**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	14	28 %	70
Setuju	25	50 %	100
Cukup Setuju	11	22 %	33
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>203</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,06</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang selalu mengerti posisi lawan bicara, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,06 karena berada pada interval 3,40 - 4,19.

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden Tentang Cara Merespon Pesan**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	11	22 %	55
Setuju	25	46 %	100
Cukup Setuju	11	22 %	33
Kurang Setuju	0	0 %	6
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>0</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>3,88</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang selalu berusaha merespon dengan baik ketika sedang berkomunikasi

dengan orang lain, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,88 karena berada pada interval 3,40 - 4,19.

**Tabel 4.11**

**Tanggapan Responden Tentang Perhatian Positif Terhadap Orang Lain**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	9	18 %	45
Setuju	32	64 %	128
Cukup Setuju	9	18 %	27
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	200
<b>RATA-RATA</b>			4,00

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang selalu memberikan perhatian yang positif kepada orang lain, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,00 karena berada pada interval 3,40 - 4,19.

Tabel 4.12

## Tanggapan Responden Tentang Penyampaian Langsung Perhatian Positif

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	11	22 %	55
Setuju	29	58 %	116
Cukup Setuju	10	20 %	30
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	201
<b>RATA-RATA</b>			4,02

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang selalu menyampaikan langsung perhatian positif untuk orang lain, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,02 karena berada pada interval 3,40 - 4,19.

Tabel 4.13

## Tanggapan Responden Tentang Manfaat Perhatian Positif

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	13	26 %	65
Setuju	28	56 %	112
Cukup Setuju	9	18 %	27
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	204
<b>RATA-RATA</b>			4,08

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat yang di dapat dari karyawan yang selalu memberikan perhatian positif, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,08 karena berada pada interval 3,40 - 4,19.

**Tabel 4.14**

**Tanggapan Responden Tentang Kesamaan Pribadi**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	10 %	25
Setuju	17	34 %	68
Cukup Setuju	16	32 %	48
Kurang Setuju	10	20 %	20
Tidak Setuju	2	4 %	2
<b>Total</b>	50	100 %	163
<b>RATA-RATA</b>			3,26

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya kesamaan kepribadian dalam berkomunikasi, dinyatakan tidak efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,26 karena berada pada interval 2,60 – 3,39.

**Tabel 4.15****Tanggapan Responden Tentang Kedudukan dan Pendengaran**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	6	12 %	30
Setuju	27	54 %	108
Cukup Setuju	17	34 %	51
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>189</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>3,78</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang dapat menyeimbangkan topik dan mendengarkan dengan baik informasi yang disampaikan oleh lawan bicara, dinyatakan efektif dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,78 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Setelah itu, untuk mendapatkan informasi dan tanggapan responden mengenai komunikasi interpersonal adalah :

Tabel 4.16

**Analisis Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Interpersonal di PT.  
Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

No	Pernyataan	SS	S	CS	KS	TS	Total	Rata-rata	Ket
1	Dalam berkomunikasi, saya selalu berusaha terbuka dalam menyampaikan atau memberikan informasi.	24	23	3	-	-	221	4,42	SE
2	Ketika sedang berkomunikasi dengan pimpinan atau rekan kerja, saya selalu berusaha menanggapi dengan perasaan jujur.	21	25	4	-	-	217	4,34	SE
3	Ketika lawan bicara saya sedang berbicara, saya selalu mendengarkan dan memperhatikan semua yang disampaikan atau yang dibicarakannya dengan seksama.	22	23	5	-	-	217	4,34	SE
4	Saya selalu berusaha untuk memahami dan mengerti perasaan orang lain dalam berkomunikasi.	14	26	10	-	-	204	4,08	E
5	Saya selalu berusaha menjadi pendengar yang baik dan berusaha mengerti posisi si pembicara.	14	25	11	-	-	203	4,06	E
6	Ketika berkomunikasi, saya selalu merespon lawan bicara dengan baik walaupun hanya dengan senyuman, anggukan kepala, dan tepukan tangan.	11	25	11	3	-	194	3,88	E
7	Ketika orang lain menjadi pembicara, saya selalu memberikan atau memperlihatkan perhatian yang positif.	9	32	9	-	-	200	4,00	E
8	Dalam penyampaian pesan ketika berkomunikasi, saya selalu berusaha bersikap positif dan toleran ketika memberikan saran ataupun masukan untuk orang lain.	11	29	10	-	-	201	4,02	E
9	Untuk menciptakan kerjasama dan keharmonisan dalam bekerja, saya selalu mempunyai perasaan positif dalam berkomunikasi.	13	28	9	-	-	204	4,08	E

10	Saya akan lebih nyaman dalam berkomunikasi apabila lawan bicara saya memiliki kesamaan kepribadian.	5	17	16	10	2	163	3,26	TE
11	Saya berusaha untuk menyeimbangkan topik pembicaraan ketika saya menjadi pembicara maupun ketika menjadi pendengar.	6	27	17	-	-	189	3,78	E
<b>JUMLAH</b>								44,26	
<b>RATA-RATA X</b>								4,02	E

Berdasarkan hasil dari analisis tanggapan responden di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata mengenai komunikasi interpersonal sebesar 4,02 artinya bahwa komunikasi interpersonal pada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) dapat dinilai efektif. Namun masih terdapat masalah tentang :

- Cara merespon pesan
- Perhatian positif terhadap orang lain
- Kesamaan pribadi

#### **4.3.2 Tanggapan Responden tentang Motivasi Kerja Karyawan yang ada di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

Motivasi yang baik merupakan salah satu usaha untuk memberikan pengarahan dan bimbingan di lingkungan kerja yang kondusif supaya pegawai bekerja secara efektif dan mencapai tujuan. Selain memperoleh data dari hasil wawancara, penulis juga memperoleh data dari menyebarkan koesioner kepada 50 responden.

Berdasarkan koesioner yang disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui pendapat responden mengenai bagaimana motivasi yang diberikan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung.

Tabel 4.17

## Tanggapan Responden Tentang Memiliki Sikap Positif

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	15	30 %	75
Setuju	34	68 %	136
Cukup Setuju	1	2 %	3
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>214</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,28</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang selalu memiliki sikap positif ketika bekerja, dinyatakan sangat tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,28 karena berada pada interval 4,20 – 5,00.

Tabel 4.18

## Tanggapan Responden Tentang Berani Mengambil Resiko

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	9	18 %	45
Setuju	20	40 %	80
Cukup Setuju	14	28 %	42
Kurang Setuju	7	14 %	14
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>181</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>3,62</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang berani mengambil resiko dalam pekerjaannya, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,62 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

**Tabel 4.19**

**Tanggapan Responden Tentang Penghargaan Berupa Materi atau Hadiah**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	19	38 %	95
Setuju	13	26 %	52
Cukup Setuju	11	22 %	33
Kurang Setuju	7	14 %	14
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	194
<b>RATA-RATA</b>			3,88

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang senang diberikan penghargaan berupa materi atau hadiah untuk prestasi kerjanya, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,88 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Tabel 4.20

**Tanggapan Responden Tentang Penghargaan Berupa Piagam dan Pujian**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	12	24 %	60
Setuju	17	34 %	68
Cukup Setuju	13	26 %	39
Kurang Setuju	7	14 %	14
Tidak Setuju	1	2 %	1
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>182</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>3,64</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang senang diberikan penghargaan berupa piagam atau pujian untuk prestasi kerjanya, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,64 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Tabel 4.21

**Tanggapan Responden Tentang Hasrat yang Kuat untuk Mengatasi Masalah**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	15	30 %	75
Setuju	21	42 %	84
Cukup Setuju	11	22 %	33
Kurang Setuju	3	6 %	6
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>198</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>3,96</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang memiliki hasrat kuat untuk mengatasi masalah dalam pekerjaannya, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,96 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

**Tabel 4.22**

**Tanggapan Responden Tentang Bekerja Bersungguh-sungguh**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	16	32 %	80
Setuju	28	56 %	112
Cukup Setuju	6	12 %	18
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	210
<b>RATA-RATA</b>			4,20

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang mengerjakan pekerjaannya dengan sungguh-sungguh, dinyatakan sangat tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,20 karena berada pada interval 4,20 – 5,00.

Tabel 4.23

**Tanggapan Responden Tentang Rasa Keterlibatan Dalam pengambilan keputusan**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	16	32 %	80
Setuju	16	32 %	64
Cukup Setuju	14	28 %	42
Kurang Setuju	4	8 %	8
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	194
<b>RATA-RATA</b>			3,88

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang ingin merasa dilibatkan dan diikutsertakan dalam pengambilan keputusan, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,88 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Tabel 4.24

**Tanggapan Responden Tentang Rasa Dihargai Dalam Menyumbangkan Ide**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	17	34 %	85
Setuju	23	46 %	92
Cukup Setuju	10	20 %	30
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	207
<b>RATA-RATA</b>			4,14

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya sikap menghargai ketika seseorang menyumbangkan ide, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,14 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

**Tabel 4.25**

**Tanggapan Responden Tentang Terbuka Terhadap Lingkungan baru**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	14	28 %	70
Setuju	21	42 %	84
Cukup Setuju	12	24 %	36
Kurang Setuju	3	6 %	6
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	196
<b>RATA-RATA</b>			3,92

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang dapat terbuka terhadap lingkungan baru, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,92 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

**Tabel 4.26**  
**Tanggapan Responden Tentang Saling Percaya**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	20	40 %	100
Setuju	23	46 %	92
Cukup Setuju	7	14 %	21
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>213</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,26</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya saling percaya antar karyawan dan pimpinan, dinyatakan sangat tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,26 karena berada pada interval 4,20 – 5,00.

**Tabel 4.27**  
**Tanggapan Responden Tentang Berpartisipasi**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	16	32 %	80
Setuju	27	54 %	108
Cukup Setuju	7	14 %	21
Kurang Setuju	0	0 %	0
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>209</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,18</b>

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan yang dapat terbuka terhadap lingkungan baru, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,18 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

**Tabel 4.28**

**Tanggapan Responden Tentang Berkelompok Dan Bekerjasama**

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	6	12 %	30
Setuju	27	54 %	108
Cukup Setuju	16	32 %	48
Kurang Setuju	1	2 %	2
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	50	100 %	188
<b>RATA-RATA</b>			3,76

*Sumber : Data koesioner yang telah diolah*

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya rasa berkelompok dan kerjasama antar pelaku perusahaan, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,76 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Tabel 4.29

## Tanggapan Responden Tentang Mengembangkan Karir

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	14	28 %	70
Setuju	26	52 %	104
Cukup Setuju	7	14 %	21
Kurang Setuju	3	6 %	6
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>201</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>4,02</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengembangan karir, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 4,02 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Tabel 4.30

## Tanggapan Responden Tentang Prestasi Kerja

Tanggapan	Frekuensi	Persentase	Skor
Sangat Setuju	13	26 %	65
Setuju	22	44 %	88
Cukup Setuju	13	26 %	39
Kurang Setuju	2	4 %	4
Tidak Setuju	0	0 %	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100 %</b>	<b>196</b>
<b>RATA-RATA</b>			<b>3,92</b>

Sumber : Data koesioner yang telah diolah

Dari 50 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya prestasi kerja, dinyatakan tinggi dilihat dari rata-rata skor yaitu 3,92 karena berada pada interval 3,40 – 4,19.

Setelah itu, untuk mendapatkan informasi dan tanggapan responden mengenai motivasi kerja adalah :

**Tabel 4.31**

**Analisis Tanggapan Responden Tentang Motivasi Kerja di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

No	Pernyataan	SS	S	CS	KS	TS	Total	Rata-rata	Ket
12	Dalam mengerjakan dan menyelesaikan pekerjaan atau tugas, saya selalu memiliki sikap positif untuk melaksanakan pekerjaan.	15	34	1	-	-	214	4,28	ST
13	Ketika melakukan aktivitas atau semua kegiatan apapun yang saya lakukan, saya selalu siap dan berani mengambil resiko dari akibat yang mungkin terjadi.	9	20	14	7	-	181	3,62	T
14	Saya akan lebih nyaman apabila saya diberikan penghargaan dari pimpinan dalam bentuk materi atau hadiah. (mis : kenaikan gaji, tambahan upah, insentif, dll)	19	13	11	7	-	194	3,88	T
15	Sebagai individual, saya lebih senang diberikan penghargaan oleh pimpinan dalam bentuk piagam atau pujian. (mis : kenaikan jabatan, promosi jabatan, dukungan, rasa diterimanya sebagai karyawan yang berpotensi, dll)	12	17	13	7	1	182	3,64	T
16	Pekerjaan yang sulit membuat saya merasa tertantang untuk mengerjakannya.	15	21	11	3	-	198	3,96	T
17	Semua tugas dan pekerjaan yang menjadi kewajiban saya, selalu saya selesaikan dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab.	16	28	6	-	-	210	4,20	ST

18	Saya lebih senang ketika dalam setiap proses pengambilan keputusan, pimpinan selalu melibatkan para karyawannya.	16	16	14	4	-	194	3,88	T
19	Saya akan merasa senang dan bangga bila gagasan/ide saya diterima dengan baik oleh pimpinan maupun rekan kerja.	17	23	10	-	-	207	4,14	T
20	Saya siap beradaptasi pada lingkungan baru.	14	21	12	3	-	196	3,92	T
21	Antara pimpinan dan karyawan selalu menciptakan suasana yang harmonis dan saling menjaga kepercayaan.	20	23	7	-	-	213	4,26	ST
22	Saya selalu ikut berpartisipasi untuk saling melengkapi dalam kerja tim.	16	27	7	-	-	209	4,18	T
23	Saya merasakan adanya kerjasama yang baik dengan teman sejawat sehingga saya lebih tertarik ketika berada dalam kelompok.	6	27	16	1	-	188	3,76	T
24	Bagi karyawan merupakan hal yang penting dalam melakukan program mengembangkan karir untuk perbaikan jaminan masa depan.	14	26	7	3	-	201	4,02	T
25	Saya selalu dengan senang dan rela bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan.	13	22	13	2	-	196	3,92	T
<b>JUMLAH</b>								55,66	
<b>RATA-RATA Y</b>								3,98	T

Berdasarkan hasil dari analisis tanggapan responden di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata mengenai motivasi kerja sebesar 3,98 artinya bahwa motivasi kerja karyawan pada PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) dapat dinilai tinggi. Namun masih terdapat masalah tentang :

- Berani mengambil resiko
- Hasrat yang kuat untuk mengatasi masalah
- Terbuka dengan lingkungan baru
- Rasa keterlibatan dalam pengambilan keputusan
- Penghargaan berupa hadiah ataupun pujian
- Berkelompok dan bekerjasama

- Prestasi kerja

#### **4.4 Analisis tentang Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung**

Untuk mengetahui bagaimana peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan PT Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung, telah dijelaskan berdasarkan analisis tanggapan responden tentang komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung. Hasilnya adalah sebagai berikut :

##### ❖ Komunikasi Interpersonal

Dilihat dari hasil analisis tanggapan responden masih memiliki masalah tentang :

- cara merespon pesan
- perhatian positif terhadap orang lain, dan
- kesamaan pribadi masih

Penyebab masalah : karena adanya perbedaan *genetic* (keturunan), faktor lingkungan dan situasi (keadaan).

Solusi : adalah dengan cara perlunya pengelompokkan dalam bekerja yang masing-masing individunya memiliki karakteristik kepribadian sehingga menimbulkan kenyamanan dalam berinteraksi.

Sedangkan masalah lainnya yaitu tentang :

- kedudukan dan pendengaran

Penyebab masalah : karena adanya perbedaan persepsi dalam proses belajar dan lingkungan, maka akan melahirkan perbedaan persepsi atas informasi yang

diterima sehingga akan menciptakan perbedaan antara komunikator dengan komunikan dalam menerima pesan atau informasi.

Solusi : adalah dengan cara memperbaiki perilaku setiap individu ketika berhadapan dengan orang lain, meningkatkan target yang akan dicapai dan memperbaiki situasi (keadaan) untuk menciptakan persepsi yang lebih baik.

❖ **Motivasi Kerja**

Dilihat dari hasil analisis tanggapan responden masih memiliki masalah tentang :

- berani mengambil resiko
- hasrat yang kuat untuk mengatasi masalah
- terbuka dengan lingkungan baru, dan
- rasa keterlibatan dalam pengambilan keputusan
- penghargaan berupa materi ataupun pujian

Penyebab masalah : karena kurangnya memperhatikan kebutuhan karyawan.

Solusi : adalah sebaiknya kebijakan kompensasi dapat memberikan status sosial karyawan.

Sedangkan masalah lainnya yaitu tentang :

- berkelompok dan bekerjasama
- prestasi kerja

Penyebab masalah : karena kurangnya kepercayaan, kemampuan, kesetiaan dan keterbukaan antara individu dengan yang lainnya.

Solusi : adalah dengan cara menunjukkan kompetensi yang dimiliki supaya orang lain dapat memiliki keyakinan dalam bekerja.

Setelah menganalisis hasil dari tanggapan responden, maka data akan diuji dan diukur dengan pengujian validitas dan reliabilitas yang diperoleh melalui koefisien yang disebarkan kepada responden. Setelah itu, dilakukan analisis korelasi rank spearman ( $r_s$ ) dan untuk mengetahui seberapa besar peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan digunakan koefisien determinasi.

#### 4.4.1 Analisis Pengujian Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Untuk mengetahui keabsahan kuesioner maka penulis melakukan uji validitas pada 50 responden dengan mengajukan 25 pernyataan. Untuk mendapatkan data dari uji validitas ini, penulis menggunakan alat bantu perhitungan SPSS, dan diperoleh hasil sebagai berikut

**Tabel 4.32**  
**Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	keterangan
Pernyataan 1	0,451	0,279	VALID
Pernyataan 2	0,583	0,279	VALID
Pernyataan 3	0,344	0,279	VALID
Pernyataan 4	0,509	0,279	VALID
Pernyataan 5	0,419	0,279	VALID
Pernyataan 6	0,309	0,279	VALID
Pernyataan 7	0,486	0,279	VALID
Pernyataan 8	0,458	0,279	VALID
Pernyataan 9	0,372	0,279	VALID
Pernyataan 10	0,420	0,279	VALID
Pernyataan 11	0,307	0,279	VALID
Pernyataan 12	0,363	0,279	VALID
Pernyataan 13	0,418	0,279	VALID
Pernyataan 14	0,306	0,279	VALID
Pernyataan 15	0,313	0,279	VALID
Pernyataan 16	0,509	0,279	VALID
Pernyataan 17	0,372	0,279	VALID
Pernyataan 18	0,338	0,279	VALID
Pernyataan 19	0,305	0,279	VALID
Pernyataan 20	0,298	0,279	VALID
Pernyataan 21	0,443	0,279	VALID
Pernyataan 22	0,464	0,279	VALID
Pernyataan 23	0,286	0,279	VALID
Pernyataan 24	0,413	0,279	VALID
Pernyataan 25	0,496	0,279	VALID

Berdasarkan tabel tersebut, nilai  $t_{hitung}$  untuk setiap pernyataan lebih besar daripada  $t_{tabel}$ , maka semua pernyataan yang diajukan penulis adalah valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Setelah uji validitas diperoleh, maka penulis melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan alat bantu perhitungan SPSS, dan diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.33****Hasil Uji Reliabilitas****Reliability Statistics Komunikasi  
Interpersonal (X)**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.764	.775	11

**Reliability Statistics motivasi kerja (Y)**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.774	14

Dari hasil perhitungan SPSS, maka diperoleh nilai Cronbach's Alpha 0,764 dan 0,760 dengan demikian dapat dikatakan semua pernyataan dari variabel X dan variabel Y adalah reliabel karena lebih besar dari Cronbach's Alpha 0,60.

#### 4.4.2 Analisis Korelasi Rank Spearman

Dalam pembahasan ini akan dijelaskan mengenai peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, dimana dibantu dengan alat bantu perhitungan SPSS. Berikut ini adalah hasil perhitungan dari korelasi *Rank Spearman* :

**Tabel 4.34**

**Correlations**

			Komunikasi Interpersonal	Motivasi
Spearman's rho	Komunikasi_Interpersonal	Correlation Coefficient	1.000	.537**
		Sig. (1-tailed)	.	.000
		N	50	50
	Motivasi	Correlation Coefficient	.537**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.
		N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *Rank Spearman* diatas, maka diperoleh nilai  $r_s$  sebesar 0,537. Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi itu, maka untuk mengetahui bagaimana hubungan kedua variabel digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel 4.35 sebagai berikut :

**Tabel 4.35**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
<b>0,40 – 0,599</b>	<b>Cukup Kuat</b>
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Dari hasil analisis tersebut, terlihat adanya hubungan yang cukup kuat antara kedua variabel tersebut sebesar 0,537 artinya komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap motivasi kerja yang termasuk kategori 0,40 – 0,599

#### 4.4.3 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam bentuk persentase, maka digunakan perhitungan *koefisien determinasi* dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Kd &= r_s^2 \times 100\% \\ &= (0,537)^2 \times 100\% \\ &= 0,2883 \times 100\% \\ &= 28,83\% \end{aligned}$$

Besarnya peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan sebesar 28,83% dan sisanya 71,17% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### 4.4.4 Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan *uji t* dengan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : r_s \leq 0$ , artinya komunikasi interpersonal tidak mempunyai hubungan terhadap motivasi kerja karyawan atau berpengaruh negatif.

$H_1 : r_s > 0$ , artinya komunikasi interpersonal mempunyai hubungan terhadap motivasi kerja karyawan atau berpengaruh positif.

Kriteria uji :

$T_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

$T_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak

Untuk menentukan  $t_{hitung}$  digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t &= r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}} \\ &= 0,537 \sqrt{\frac{50-2}{1-0,537^2}} \\ &= 0,537 \sqrt{\frac{48}{0,6547}} \\ &= 4,410 \end{aligned}$$

Sedangkan  $t_{tabel}$  dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} df &= n - 2 \\ &= 50 - 2 = 48 \\ t_{tabel} &= (\alpha : df) \\ &= (0,05 : 48) \end{aligned}$$

Karena dalam tabel tidak ditemukan  $df = 48$  maka dicari melalui perhitungan sebagai berikut :

Dik :  $t(0,05 ; 40) = 1,684$

$t(0,05 ; 60) = 1,675$

maka untuk  $df = 48$

$$\frac{48 - 40}{60 - 48} = \frac{x - 1,684}{1,671 - x}$$

$$\frac{8}{12} = \frac{x - 1,684}{1,671 - x}$$

$$8(1,671 - x) = 12(x - 1,684)$$

$$13,368 - 8x = 12x - 20,208$$

$$12x + 8x = 20,208 + 13,368$$

$$20x = 33,576$$

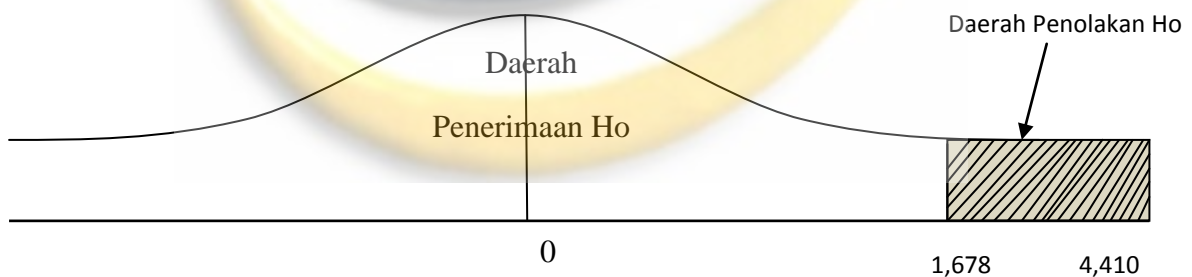
$$x = 1,678$$

Diketahui  $x = 1,678$  maka untuk  $t(0,05 ; 48)$  adalah sebesar 1,678

Dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} 4,410 > t_{tabel} 1,678$  yang berarti  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, ini menunjukkan bahwa adanya peranan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan.

**Gambar 4.1**

**Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Dengan Uji Satu Pihak**



Kriteria  $t_{hitung}$  berada pada daerah penolakan  $H_0$ , sehingga antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan mempunyai hubungan yang positif. Maka hipotesis yang penulis ajukan dalam Bab I, yaitu : **“jika komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif maka motivasi kerja karyawan akan tinggi”**, dapat diterima.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung tentang peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

##### **Komunikasi Interpersonal**

- ❖ Komunikasi interpersonal yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung dapat dikategorikan efektif karena dilihat dari nilai rata-ratanya yaitu sebesar 4,02 termasuk pada interval 3,40 – 4,19. Namun masih terdapat masalah yang nilainya di bawah rata-rata yaitu tentang :
  - cara merespon pesan
  - perhatian positif terhadap orang lain, dan
  - kesamaan kepribadian.

Penyebab masalah karena adanya perbedaan *genetic* (keturunan), faktor lingkungan dan situasi (keadaan).

Sedangkan masalah yang lainnya tentang :

- perbedaan kedudukan dan nilai-nilai.

Penyebab masalah karena adanya persepsi karena proses pembelajaran dan lingkungan, maka akan melahirkan perbedaan persepsi atas informasi yang diterima sehingga akan menciptakan perbedaan persepsi antara komunikator dengan komunikan dalam menerima objek pesan atau informasi.

- ❖ **Motivasi Kerja**

Motivasi kerja karyawan di PT. Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung dapat dikategorikan tinggi karena dilihat dari nilai rata-ratanya yaitu sebesar

3,98 termasuk pada interval 3,40 – 4,19. Namun masih terdapat masalah yang nilainya di bawah rata-rata yaitu tentang :

- keberanian mengambil resiko
- hasrat yang kuat untuk mengatasi masalah
- terbuka dengan lingkungan baru, dan
- rasa keterlibatan dalam pengambilan keputusan
- penghargaan berupa materi ataupun pujian

Penyebab masalah karena pimpinan kurang memperhatikan kebutuhan karyawan. Sedangkan masalah yang lainnya tentang :

- Berkelompok dan bekerjasama
- prestasi kerja

Penyebab masalah karena kurangnya kepercayaan, kemampuan, kesetiaan dan keterbukaan antara individu dalam berinteraksi.

- ❖ Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan Rank Spearman, menunjukkan bahwa adanya peranan yang sedang antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan yaitu sebesar 0,537 artinya komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap motivasi kerja. Besarnya peranan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan sebesar 28,83% dan sisanya 71,17% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa  $t_{hitung} 4,410 > t_{tabel} 1,678$  yang berarti  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Ini membuktikan bahwa adanya peranan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja karyawan. Maka hipotesis yang penulis ajukan dalam Bab I, yaitu **“Jika komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif maka motivasi kerja karyawan akan tinggi”** dapat diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis ajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak PT Asuransi Jiwasraya (PERSERO) Bandung sesuai hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, yaitu diantaranya:

- Berlatih untuk lebih peka dalam merespon informasi yang diterima dalam berinteraksi.
- Meningkatkan rasa untuk bertanggung jawab bersama karena setiap pekerjaan yang dilakukan akan menimbulkan berbagai macam resiko
- Perlunya pengelompokkan dalam bekerja agar masing-masing individunya memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda sehingga menimbulkan kenyamanan dalam berinteraksi.
- Memperbaiki perilaku setiap individu ketika berhadapan dengan orang lain, meningkatkan target yang akan dicapai dan memperbaiki situasi (keadaan) untuk menciptakan kesamaan persepsi yang lebih baik.
- Mengetahui situasi yang akan dihadapi dan mencoba mengubah perilaku sehingga menimbulkan kreativitas.
- Sebaiknya kebijakan kompensasi dapat memperhatikan status sosial karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

Effendy, O.U. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Cetakan 17., Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

Handoko, T.H. 2003. *Manajemen*, Yogyakarta: BPF.

Pareek, U. 1996. *Perilaku Organisasi: Pedoman ke arah Pemahaman Proses Komunikasi Antarindividu dan Motivasi Kerja*, Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.

Hasibuan, M. 1996. *Organisasi dan Motivasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Mangkunegara, A.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wiludjeng, S. 2007. *Pengantar Manajemen*, 1<sup>th</sup> ed., Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*, Cetakan 5., Jakarta: Ghalia Indonesia.

Manullang, M. 2004. *Dasar-dasar Manajemen*, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.

Gomes, F.C. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 11<sup>th</sup> ed., Yogyakarta: ANDI.

Kincaid, L., & W. Schamm, 1985. *Asas-asas Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta: LP3ES.

Djarmiko, Y.H. 2003. *Perilaku Organisasi*, Bandung: ALFABETA.

Gibson, J.L., and J.M. Ivancevich., & J.H. Donnelly, 1996. *Organisasi*, 5<sup>th</sup> ed., Jakarta: Erlangga.

Thoha, M. 2005. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, 1<sup>th</sup> ed., Cetakan 14., Jakarta: PT Raja Grafindo.

Indrawijaya, A.I. 2002. *Perilaku Organisasi*, Cetakan 7., Bandung: Sinar Baru Algensindo.

Sastrohadiwiryo, S. 2003. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia: Pendekatan Administrasi dan Operasional*, Cetakan 2., Jakarta: PT Bumi Aksara.

Wahjono, S.I. 2010. *Perilaku Organisasi*, 1<sup>th</sup> ed., Yogyakarta: Graha Ilmu.

Moekijat., 2001. *Pengembangan Manajemen dan Motivasi*, Bandung: CV Pionir Jaya.

Lillico, T.M. 1984. *Komunikasi Manajemen*, Jakarta: Erlangga.

Singarimbun, M. 1995. *Pedoman Praktis Membuat Usulan Penelitian*, Jakarta: Graha Indonesia.

Sugiono., 2003. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan 5., Bandung: CV ALFABETA.

Sudjana., 1987. *Statistika*, 5<sup>th</sup> ed., Bandung: TARSITO.

Wiryanto., 2000. *Teori Komunikasi Massa*, Cetakan Pertama., Jakarta: PT GRASINDO.



L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N



## **KOESIONER**

Dengan Hormat,

Saya mahasiswi Universitas Widyatama Fakultas Ekonomi dan manajemen S1 sedang mengerjakan skripsi mengenai “Peranan Komunikasi Interpersonal Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT. Asuransi JiwaSraya bandung.” Oleh karena itu saya mengharapkan bantuan dari Bapak / Ibu untuk mengisi koesioner ini menurut pendapat dari Bapak / Ibu yang sebenarnya sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang disampaikan pada koesioner ini.

Mengisi koesioner dengan sebenarnya akan sangat membantu saya dalam melakukan kegiatan penelitian ini. Koesioner ini hanya semata-mata untuk keperluan skripsi, jawaban dan identitas Bapak / Ibu dijamin kerahasiaannya.

Atas kesediaan Bapak / Ibu mengisi koesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Bandung, November 2012

Diana Tri Utami

### **Petunjuk Pengisian :**

1. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan baik dan seksama, kemudian pilih salah satu jawaban yang Bapak / Ibu rasa paling tepat dari semua pernyataan yang telah tersedia di bawah ini.
2. Alternatif jawaban yang dapat digunakan untuk menjawab pernyataan adalah :
  - SS : Sangat Setuju
  - S : Setuju
  - CS : Cukup Setuju
  - KS : Kurang Setuju
  - TS : Tidak Setuju

### **Identitas Koresponden :**

Berikan tanda silang (X) untuk mengisi jawaban di bawah ini !!!

1. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia
  - a. < 25 tahun
  - b. 26 – 35 tahun
  - c. 36 – 45 tahun
  - d. > 45 tahun
3. Tingkat Pendidikan
  - a. Pasca Sarjana
  - b. Sarjana
  - c. Sarjana muda / D1 / D3
  - d. SLTA dan lainnya.....
4. Masa Kerja
  - a. < 3 tahun
  - b. 3 – 10 tahun
  - c. 10 – 20 tahun
  - d. > 20 tahun

## Pertanyaan Koesioner :

Berikan tanda ceklis (√) pada jawaban yang telah disediakan !!!

No.	Pernyataan	SS	S	CS	KS	TS
<b>Komunikasi Interpersonal</b>						
1	Dalam berkomunikasi, saya selalu berusaha terbuka dalam menyampaikan atau memberikan informasi.					
2	Ketika sedang berkomunikasi dengan pimpinan atau rekan kerja, saya selalu berusaha menanggapi dengan perasaan jujur.					
3	Ketika lawan bicara saya sedang berbicara, saya selalu mendengarkan dan memperhatikan semua yang disampaikan atau yang dibicarakannya dengan seksama.					
4	Saya selalu berusaha untuk memahami dan mengerti perasaan orang lain dalam berkomunikasi.					
5	Saya selalu berusaha menjadi pendengar yang baik dan berusaha mengerti posisi si pembicara.					
6	Ketika berkomunikasi, saya selalu merespon lawan bicara dengan baik walaupun hanya dengan senyuman, anggukan kepala, dan tepukan tangan.					
7	Ketika orang lain menjadi pembicara, saya selalu memberikan atau memperlihatkan perhatian yang positif.					
8	Dalam penyampaian pesan ketika berkomunikasi, saya selalu berusaha bersikap positif dan toleran ketika memberikan saran ataupun masukan untuk orang lain.					
9	Untuk menciptakan kerjasama dan keharmonisan dalam bekerja, saya selalu mempunyai perasaan positif dalam berkomunikasi.					
10	Saya akan lebih nyaman dalam berkomunikasi apabila lawan bicara saya memiliki kesamaan kepribadian.					
11	Saya berusaha untuk menyeimbangkan topik pembicaraan ketika saya menjadi pembicara maupun ketika menjadi pendengar.					
<b>Motivasi Kerja</b>						
12	Dalam mengerjakan dan menyelesaikan pekerjaan atau tugas, saya selalu memiliki sikap positif untuk melaksanakan pekerjaan.					

13	Ketika melakukan aktivitas atau semua kegiatan apapun yang saya lakukan, saya selalu siap dan berani mengambil resiko dari akibat yang mungkin terjadi.					
14	Saya akan lebih nyaman apabila saya diberikan penghargaan dari pimpinan dalam bentuk materi atau hadiah. (mis : kenaikan gaji, tambahan upah, insentif, dll)					
15	Sebagai individual, saya lebih senang diberikan penghargaan oleh pimpinan dalam bentuk piagam atau pujian. (mis : kenaikan jabatan, promosi jabatan, dukungan, rasa diterimanya sebagai karyawan yang berpotensi, dll)					
16	Pekerjaan yang sulit membuat saya merasa tertantang untuk mengerjakannya.					
17	Semua tugas dan pekerjaan yang menjadi kewajiban saya, selalu saya selesaikan dengan sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab.					
18	Saya lebih senang ketika dalam setiap proses pengambilan keputusan, pimpinan selalu melibatkan para karyawannya.					
19	Saya akan merasa senang dan bangga bila gagasan/ide saya diterima dengan baik oleh pimpinan maupun rekan kerja.					
20	Saya siap beradaptasi pada lingkungan baru.					
21	Antara pimpinan dan karyawan selalu menciptakan suasana yang harmonis dan saling menjaga kepercayaan.					
22	Saya selalu ikut berpartisipasi untuk saling melengkapi dalam kerja tim.					
23	Saya merasakan adanya kerjasama yang baik dengan teman sejawat sehingga saya lebih tertarik ketika berada dalam kelompok.					
24	Bagi karyawan merupakan hal yang penting dalam melakukan program mengembangkan karir untuk perbaikan jaminan masa depan.					
25	Saya selalu dengan senang dan rela bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan.					



26	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
27	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
28	4	5	4	5	4	3	3	4	5	4	5
29	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3
30	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3
31	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4
32	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
33	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3
34	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
35	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
36	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4
37	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
39	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	3
40	4	4	5	3	4	5	4	3	4	2	3
41	4	3	3	3	3	4	4	3	5	1	4
42	5	4	3	4	4	3	3	3	4	1	4
43	4	4	4	5	3	2	4	4	4	2	4
44	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3
45	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4
46	4	4	5	5	3	3	3	5	4	4	3
47	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4
48	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4
49	5	5	3	4	5	5	5	4	4	3	5
50	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4

## Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Y

Respd	Pernyataan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
2	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	3	5	4
3	4	4	5	2	4	5	5	3	4	5	3	3	4	3
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5
5	3	3	5	5	3	4	5	3	5	5	4	4	5	4
6	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5	4	5	5
7	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
8	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4
9	5	2	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
11	5	4	5	5	5	5	3	5	2	5	5	4	4	5
12	4	2	5	3	3	4	5	5	3	4	4	4	3	3
13	5	2	5	5	2	4	5	5	5	4	5	4	5	4
14	4	3	5	4	4	5	3	5	3	4	4	3	5	4
15	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
17	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	3	2	2	5	5	3	3	5	5	4	3	4	4
20	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5
21	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
22	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
23	4	3	4	2	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3
24	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	2	2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
26	5	4	3	3	4	5	3	3	5	5	5	5	4	5

27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
29	4	2	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3
30	4	3	5	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
31	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4
32	4	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3
33	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	3
34	4	3	3	3	3	4	3	5	3	3	4	3	4	4
35	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	3	5	4
36	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4
37	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
38	4	5	3	2	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4
39	4	2	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2
40	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	3	5	3
41	4	2	3	1	2	5	3	4	2	4	3	4	2	4
42	4	2	4	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	2
43	4	3	4	5	3	5	4	3	5	5	3	4	5	5
44	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4
45	4	3	2	2	2	4	2	4	4	3	5	4	3	3
46	5	3	3	5	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3
47	4	3	4	3	4	3	2	4	2	4	4	3	5	5
48	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	3	4
49	4	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3
50	5	5	2	4	4	4	5	3	3	5	3	2	4	4

**TABEL**

**NILAI-NILAI PRODUCT MOMENT**

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,38	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

## TABEL HARGA-HARGA KRITIS T

### TINGKAT SIGNIFIKANSI UNTUK TES SATU SISI

df	10	05	025	01	005	0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Tes 2 Sisi					
	20	10	05	02	01	001
1	3.078	6.314	12.706	30.821	63.657	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.491
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	8.610
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.859
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.405
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.497	2.779	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.476	2.763	3.674
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	1.303	1.684	2.021	2.428	2.704	3.551
60	1.226	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
$\infty$	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.291

## Hasil Uji Validitas & Reliabilitas dan Rank Spearman

### Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	keterangan
Pernyataan 1	0,451	0,279	VALID
Pernyataan 2	0,583	0,279	VALID
Pernyataan 3	0,344	0,279	VALID
Pernyataan 4	0,509	0,279	VALID
Pernyataan 5	0,419	0,279	VALID
Pernyataan 6	0,309	0,279	VALID
Pernyataan 7	0,486	0,279	VALID
Pernyataan 8	0,458	0,279	VALID
Pernyataan 9	0,372	0,279	VALID
Pernyataan 10	0,420	0,279	VALID
Pernyataan 11	0,307	0,279	VALID

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if item Deleted	Scale Variance if item Deleted	Corrected item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
VAR00001	39.8400	15.729	.451	.313	.743
VAR00002	39.9200	15.055	.583	.465	.728
VAR00003	39.9200	16.034	.344	.362	.755
VAR00004	40.1800	15.049	.509	.471	.735
VAR00005	40.2000	15.429	.419	.340	.746
VAR00006	40.3800	15.587	.309	.362	.762
VAR00007	40.2600	15.584	.486	.507	.740
VAR00008	40.2400	15.492	.458	.373	.742
VAR00009	40.1800	15.865	.372	.303	.752
VAR00010	41.0000	14.000	.420	.397	.752
VAR00011	40.4800	16.255	.307	.293	.759

### Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan 12	0,363	0,279	VALID
Pernyataan 13	0,418	0,279	VALID
Pernyataan 14	0,306	0,279	VALID
Pernyataan 15	0,313	0,279	VALID
Pernyataan 16	0,509	0,279	VALID
Pernyataan 17	0,372	0,279	VALID
Pernyataan 18	0,338	0,279	VALID
Pernyataan 19	0,305	0,279	VALID

Pernyataan 20	0,298	0,279	VALID
Pernyataan 21	0,443	0,279	VALID
Pernyataan 22	0,464	0,279	VALID
Pernyataan 23	0,286	0,279	VALID
Pernyataan 24	0,413	0,279	VALID
Pernyataan 25	0,496	0,279	VALID

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if item Deleted	Scale Variance if item Deleted	Corrected item Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if item Deleted
VAR00012	51.3800	30.404	.363	.413	.750
VAR00013	52.0400	27.590	.418	.428	.742
VAR00014	51.7800	27.971	.306	.504	.757
VAR00015	52.0200	27.979	.313	.309	.756
VAR00016	51.7000	27.194	.509	.474	.732
VAR00017	51.4600	29.641	.372	.507	.747
VAR00018	51.7800	28.257	.338	.293	.751
VAR00019	51.5200	29.683	.305	.453	.752
VAR00020	51.7400	29.053	.298	.393	.754
VAR00021	51.4000	28.571	.483	.549	.738
VAR00022	51.4800	28.908	.464	.492	.740
VAR00023	51.9000	30.010	.286	.423	.754
VAR00024	51.6400	28.358	.413	.407	.742
VAR00025	51.7400	27.625	.496	.533	.734

### Uji Reliabilitas Komunikasi Interpersonal

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.764	.775	11

## Uji Reliabilitas Motivasi Kerja

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.774	14

## Rank Spearman

### Correlations

			Komunikasi Interpersonal	Motivasi
Spearman's rho	Komunikasi_Interpersonal	Correlation Coefficient	1.000	.537**
		Sig. (1-tailed)	.	.000
		N	50	50
	Motivasi	Correlation Coefficient	.537**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.
		N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).