

## **THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATION CLIMATE AND WORK MOTIVATION**

**Helen Vanhurk Sriwati Ningsih Sitorus**

helensitorus36@yahoo.com

**Universitas Darma Agung**

### **ABSTRACT**

This research aims at finding the correlation the atmosphere of organization's communication with employee's work motivation of the staffs of Darma Agung University because the optimal work motivation of the staffs is main capital of the institution's objective. Theory used in this research is S-O-R theory and Human Relation theory. Research method used is correlational method in which the total population is 60 employees. Technique of collecting data was done by using observation, questionnaires and literature review. Based on research finding that was conducted in Darma Agung University, it can be concluded that the atmosphere of communication in Darma Agung University is categorized in to High level so that it gives effects on employees' work motivation that is categorized into very high motivation. This is caused by the leaders of Darma Agung University notice the employees' welfare in which the openness, trust and honesty are always done between the leaders and the employees, vice versa. High work motivation is also caused by each respondent wants to get the appreciation and will to be better than his peers. Research findings show that correlation coefficient ( $r$ ) = 0.017, significance level ( $R < 0.05$ ) means that there is a significant correlation between the atmosphere of organization's communication and work motivation of the employees of Darma Agung University. It means that hypothesis on this research is accepted.

**Keywords: Atmosphere, Communication, Organization, Work Motivation**

## A. Pendahuluan

Lembaga yang memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas adalah salah satu cara organisasi untuk mempertahankan kelangsungan hidup organisasinya, karena akan mempermudah suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Selain Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, komunikasi dalam suatu organisasi juga merupakan hal utama yang tidak kalah pentingnya dalam mencapai tujuan organisasi. Hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan, dan antara bawahan dengan bawahan dalam suatu organisasi sangat berpengaruh besar dalam menjembatani terciptanya peningkatan kerja karyawan di dalam organisasi tersebut.

Menurut Uno (2007:87) "Munculnya motivasi kerja yang baik dari karyawan akan melahirkan kinerja yang baik pula". Jadi tingkat motivasi kerja berkaitan dengan produktivitas yang tinggi. Sebagai suatu perguruan tinggi swasta, Universitas Darma Agung tentunya memiliki situasi lingkungan kerja dan iklim komunikasi yang berbeda dengan perguruan tinggi lainnya. Perbedaan dalam hal lingkungan kerja dan iklim komunikasi pastinya akan mempengaruhi kinerja karyawan. Iklim komunikasi menurut Pace & Don F. Faules (2001:148) "adalah penting karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi dan membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi. Dengan mengetahui sesuatu tentang iklim suatu organisasi kita dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini:

Bagaimanakah Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi Dengan Motivasi Kerja Pegawai di Universitas Darma Agung Medan?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja Pegawai di Universitas Darma Agung Medan.

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya khasanah penelitian dan bahan bacaan bagi mahasiswa pasca sarjana khususnya program studi magister ilmu komunikasi.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis tentang komunikasi dan dampaknya.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dalam membuat kebijakan yang berhubungan dengan penelitian ini.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah (dari bahasa Inggris "Communication"), secara etimologis menurut asal usul katanya adalah bahasa Latin "Communicatus" dan perkataan ini bersumber pada kata "Communis" ini memiliki makna berbagi atau menjadi milik bersama yaitu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Berikut ini adalah beberapa definisi komunikasi menurut para ahli (Mulyana, 1996:62).

a. Everett M. Rogers

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, untuk mengubah tingkah laku mereka”.

b. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss

“Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih”.

Secara terminologis, komunikasi merupakan proses dan penyampaian informasi, pesan, gagasan, atau pengertian-pengertian dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun nonverbal dari seseorang atau kelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian atau kesepakatan bersama. Sebuah definisi singkat yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell, bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who says What In Which Channel To Whom With What Effect? Atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana, paradigma Laswell ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi unsur-unsur dasar:

- 1) Who (Siapa): komunikator, orang yang menyampaikan pesan.
- 2) Say What (mengatakan apa): pesan, pernyataan yang didukung oleh lambang, dapat berupa ide atau gagasan.
- 3) In which channel (saluran) : media, sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- 4) To whom (kepada siapa): komunikan, orang yang menerima pesan.
- 5) With what effect (dampak) : efek,

dampak sebagai pengaruh dari pesan atau dapat juga diartikan sebagai hasil dari proses komunikasi.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*), pemahaman bersama (*common understanding*), kesepakatan timbal balik (*mutual agreement*). Dengan demikian tingkat keberhasilan komunikasi dapat dilihat sejauh mana saling pengertian dan kesepakatan dapat tercapai oleh pihak-pihak yang melakukan komunikasi itu melalui proses komunikasi.

## 2. Tujuan Komunikasi

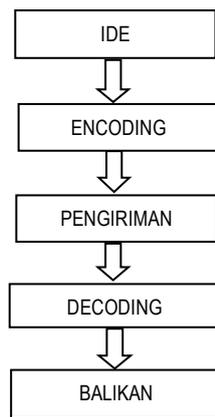
Secara umum Effendy (2003:55), mengatakan bahwa tujuan komunikasi yaitu:

- a. Menginformasikan (to inform)
- b. Mendidik (to educate)
- c. Menghibur (to entertain)
- d. Mempengaruhi (to influence)

## 3. Proses Komunikasi

Suprpto (2011:7), Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu. Komunikasi merupakan suatu proses, dimana komponen-komponen saling terkait. Para pelaku komunikasi beraksi dan bereaksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan. Dalam setiap transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen yang lain. Artinya elemen-elemen komunikasi saling bergantung, tidak pernah independen, masing-masing komponen saling mengait dengan komponen yang lain.

Langkah-langkah dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Proses Komunikasi

#### 4. Unsur Komunikasi

Komunikasi yang diperlukan harus sesuai dengan kebutuhan internal dan lingkungan serta sesuai dengan mekanisme yang ada. Jika komunikasi berjalan sangat berlebihan maka tidak menutupi kemungkinan kinerja akan terganggu. Oleh karena itu, komunikasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan organisasi agar memberikan manfaat optimal bagi organisasi. Proses komunikasi terdiri dari 4 unsur penting yang terdiri dari :

1. Pengirim pesan seperti penulis, pembicara, pengirim kode (sandi).

Merupakan sumber berita/pesan yang berinisiatif menciptakan komunikasi, yang mempunyai kepentingan untuk menyampaikan maksudnya agar pihak yang dikirim pesan mengerti apa yang dimaksudkan.

2. Pesan atau berita.

Adalah informasi berupa penjelasan baik lisan maupun tulisan dapat pula berupa sandi.

3. Media seperti surat, memo, laporan, pidato, bagan, grafik atau kurva dan sebagainya.

Adalah cara penyampaian pesan, berita atau informasi dari pihak pengirim kepada pihak penerima berita. Media merupakan cara yang sangat berpengaruh terhadap efektifitas dan

efisiensi proses berkomunikasi

4. Penerima seperti pembaca, pendengar, penerima kode (sandi)

Adalah orang atau organisasi yang dikirim berita, pesan atau informasi oleh pengirim berita. Penerima ini harus dapat memahami atau mengerti berita, pesan atau informasi sebagaimana dikehendaki oleh pengirim berita.

#### 5. Hambatan Komunikasi

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkin seorang melakukan komunikasi yang sebenar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasinya sukses Effendy (2003:45).

1. Gangguan
2. Kepentingan
3. Motivasi Terpendam
4. Prasangka

#### 6. Pengertian Komunikasi Organisasi

Devito 1997 (dalam Bungin, 2008:273), menjelaskan organisasi sebagai sebuah kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Jumlah anggota organisasi bervariasi dari tiga atau empat sampai dengan ribuan anggota. Organisasi juga memiliki struktur formal maupun informal. Organisasi memiliki tujuan umum untuk meningkatkan pendapatan, namun juga memiliki tujuan-tujuan spesifik yang dimiliki oleh orang-orang dalam organisasi itu. Dan untuk mencapai tujuan, organisasi membuat norma aturan yang dipatuhi oleh semua anggota organisasi. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi dimana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain

yang saling bergantung satu sama lain.

## 7. Pengertian Iklim Komunikasi

Iklim komunikasi dan organisasi merupakan hal yang perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi tingkah laku karyawan. Untuk dapat menciptakan iklim komunikasi dan organisasi yang baik perlu memahami kedua hal tersebut serta keadaan karyawan. Menurut Pace & Don F. Faules (2005:147) mengatakan bahwa iklim komunikasi adalah: Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan, konflik-konflik antar pesona dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Jadi iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi. Unsur dari iklim komunikasi terdiri dari persepsi-persepsi yang berkembang dari interaksi antara sifat-sifat suatu organisasi terhadap individu.

Iklim komunikasi sangat berpengaruh terhadap kehidupan individu, karena iklim komunikasi dalam sebuah organisasi dapat mempengaruhi cara hidup yang merupakan perasaan, keinginan, motivasi dan perkembangan yang terjadi dalam organisasi. Muhammad Arni (2001:85) mengatakan: "Bahwa iklim komunikasi yang penuh persaudaraan menolong anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah-tamah dengan anggotanya yang lain. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota tidak dapat berkomunikasi secara terbuka dan penuh persaudaraan".

Uraian tentang iklim komunikasi diatas mengemukakan pengertian bahwa

dengan adanya iklim komunikasi yang baik dapat mewujudkan tujuan dari suatu organisasi. Dalam hal ini tentunya tidak terlepas dari adanya komunikasi yang terbuka yang dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja anggota organisasi.

Menurut pendapat Muhammad Arni (2009:85) iklim komunikasi terdiri dari lima faktor :

### a. Dukungan

Dukungan yang terjadi karena anggota organisasi memandang hubungan dengan atasannya dapat membangun dan meningkatkan kesadaran akan arti penting dan makna yang berharga terhadap peran yang dilakukan.

### b. Partisipasi pengambilan keputusan

Peran serta dalam proses pengambilan keputusan sehingga memberikan kesadaran sikap bahwa komunikasi ke atasan di dengar. Iklim ini menunjukkan adanya kebebasan karyawan untuk berkomunikasi secara vertikal.

### c. Kepercayaan

Percaya diri dan kredibilitas terhadap sumber-sumber peran komunikasi menunjukkan bahwa pesan dan peristiwa komunikasi dapat dipercaya. Oleh karenanya dapat menyimpan rahasia.

### d. Keterbukaan dan kejujuran

Dalam hubungannya dengan mengatakan dan juga mendengarkan pesan-pesan.

### e. Perhatian terhadap hasil tujuan

Tujuan kinerja yang tinggi meliputi tingkat kejelasan tujuan kinerja yang dikomunikasikan kepada anggota.

Menurut Pace & Don F. Faules (2001:159) ada enam indikator yang terdapat dalam iklim komunikasi, yaitu :

- 1) Kepercayaan
- 2) Pembuatan keputusan bersama

- 3) Kejujuran
- 4) Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah
- 5) Mendengarkan dalam komunikasi ke atas
- 6) Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Motivasi menjelaskan mengapa ada orang berperilaku tertentu untuk mencapai serangkaian tujuan. Tidak jarang ditemukan karyawan yang kurang memiliki gairah dalam melakukan tugasnya yang berakibat kurang berhasilnya tujuan yang ingin dicapai. Hal itu disebabkan oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah kurangnya motivasi kerja karyawan. Untuk membahas motivasi kerja, terlebih dahulu dikemukakan tentang konsep motivasi. Menurut Uno (2007:63) "motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai tenaga penggerak yang mempengaruhi kesiapan untuk memulai melakukan rangkaian kegiatan dalam suatu perilaku". Motivasi tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat diinterpretasikan dari tingkah lakunya. Menurut Uno (2007:63) "Motivasi dapat dipandang sebagai perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya feeling, dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan".

Menurut Purwanto (dalam bukunya Uno, 2007:64) mengatakan bahwa fungsi motivasi bagi manusia adalah:

- 1) Sebagai motor penggerak bagi manusia, ibarat bahan bakar pada kendaraan.
- 2) Menentukan arah perbuatan, yakni ke arah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita.
- 3) Mencegah penyelewengan dari jalan yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan, dalam hal ini makin jelas tujuan maka makin jelas pula bentangan jalan yang harus ditempuh.
- 4) Menyeleksi perbuatan diri, artinya

menentukan perbuatan mana yang harus dilakukan, yang serasi guna mencapai tujuan dengan menyampingkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan itu.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah korelasi yakni yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel-variabel yang ada kemudian melihat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dan apabila ada, seberapa eratnya hubungan tersebut, serta berarti atau tidaknya hubungan itu (Arikunto, 2010:313).

### 2. Populasi

Populasi adalah subjek penelitian (Arikunto, 2006: 130), apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pegawai yang bekerja di Universitas Darma Agung Medan yang berjumlah 60 orang .

Tabel 1. Populasi-Jumlah Pegawai UDA

Unit	Jumlah Pegawai
Biro Rektor	32
Fisipol	2
Fakultas Hukum	4
Fakultas Ekonomi	4
Fakultas Teknik	4
Fakultas Pertanian	3
Fakultas Sastra	3
FKIP	3
FIK	2
FPP	4
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>

Sumber: Biro Administrasi Umum UDA 2016/ data aktif  $0,00 < r_{xy} \leq 0,20$  kategori validitas sangat rendah.

**3. Validitas**

Validitas adalah mengukur apa yang ingin diukur (Arikunto, 2011: 23). Validitas berkenaan dengan ketepatan alat penilaian terhadap konsep yang dinilai sehingga betul-betul menilai apa yang seharusnya dinilai. Jadi validitas butir soal dari suatu tes adalah ketepatan mengukur yang dimiliki oleh sebuah soal, dalam mengukur apa yang seharusnya diukur lewat butir soal tersebut. Sebuah butir soal dikatakan valid bila mempunyai dukungan yang besar terhadap skor total. Tahap-tahap penghitungan koefisien validitas butir soal ini adalah menghitung koefisien validitas suatu butir soal dengan menggunakan rumus Korelasi product moment angka kasar Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2\}\{n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2\}}}$$

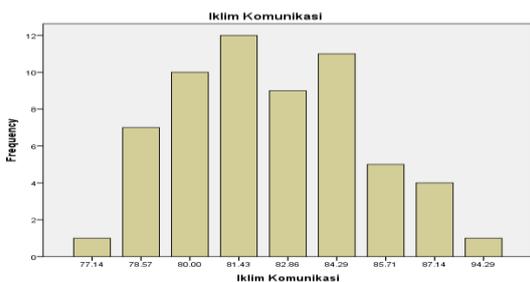
(Arikunto2006: 170)

**a. Reliabilitas Angket**

Pengujian reliabilitas dengan teknik Alfa Crobach dilakukan untuk jenis data interval/esay.

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{S_i^2}{S_t^2} \right] \dots\dots\dots(\text{Sugiyono, 2011})$$

- $r_i$  = reliabilitas Instrumen yang dicari
- $\sum S_i^2$  = Jumlah Varians Total
- $S_t^2$  = Varians total
- $k$  = Jumlah Item dalam Instrumen



Gambar 2. Data Iklim Komunikasi Organisasi

**G. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja pegawai di Universitas Dharma Agung. Hal ini ditunjukkan dengan uji statistik SPSS 22. Iklim komunikasi memainkan peranan dalam mendorong anggota organisasi untuk mencurahkan usaha kepada pekerjaan mereka dalam organisasi. Iklim komunikasi dan organisasi merupakan hal yang perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi tingkah laku karyawan. Untuk dapat menciptakan iklim komunikasi dan organisasi yang baik perlu memahami kedua hal tersebut serta keadaan karyawan.

Motivasi adalah "suatu daya dorong yang menyebabkan orang dapat berbuat sesuatu untuk mencapai tujuan. Jadi jika teori tersebut dikaitkan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa iklim komunikasi sangat berkaitan erat dengan motivasi kerja karyawan karena jika iklim komunikasi dalam suatu organisasi berjalan dengan baik maka akan menghasilkan sesuatu yang baik pula, salah satunya adalah tingkat motivasi kerja karyawan yang semakin meningkat, seiring dengan iklim komunikasi yang berjalan dengan baik tersebut. Berdasarkan teori yang ada bahwa, ada hubungan antara iklim komunikasi dengan motivasi kerja.

Hasil uji statistik dengan SPSS 22 dengan uji regresi dan uji t menunjukkan adanya hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja pegawai di Universitas Dharma Agung. Untuk mengetahui sejauh mana hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja pegawai di Universitas Dharma Agung Berdasarkan hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 54,241 harga ini selanjutnya dikonsultasikan dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 95%

dengan  $dk = n - 2$  ( $60-2$ )=58 diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $54,241 > 1,733$ ). Maka hipotesis yang menyatakan Ada Hubungan yang Signifikan antara hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja pegawai di Universitas Dharma Agung dapat diterima kebenarannya.

## H. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Nilai rata-rata instrumen angket ilmu komunikasi diperoleh sebesar 82.4770

Nilai rata-rata instrumen angket motivasi kerja diperoleh sebesar 84.1120.

Untuk uji hipotesis penelitian diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $54,241 > 1,733$ ). Maka hipotesis yang menyatakan Ada Hubungan yang Signifikan antara hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja pegawai di Universitas Dharma Agung, dapat diterima.

Dari hasil penelitian dan temuan dalam penelitian ini, maka diberikan beberapa saran oleh peneliti yaitu :

Penting untuk memahami karakteristik dari responden dan pengambilan angket.

Untuk peneliti selanjutnya, agar lebih teliti terhadap pengambilan angket dan menguji pengaruh dari setiap karakteristik terhadap motivasi kerja khususnya di lingkungan Universitas Dharma Agung.

## F. Referensi

Arikunto, Suharsimi. 2006. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

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

\_\_\_\_\_. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik Edisi Revisi.

Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2008. Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Daryanto. 2010. Ilmu Komunikasi. Bandung: Satu Nusa

Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Rosdakarya.

Liliweri, Alo. 2004. Wacana Komunikasi Organisasi. Bandung: Mandar Maju.

Mulyana, Deddy. 1996. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya

Notoatmodjo. 2010. Metodologi Penelitian. Cetakan ke 2. Jakarta: Rineka Cipta

Pace, R Wayne dan Faules. 2001. Komunikasi Organisasi Cetakan ke 3. Bandung: PT. Rosdakarya.

Pace, R Wayne dan Faules. 2005. Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Bandung: PT. Rosdakarya.

Purba, Amir. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Pustaka Bangsa Pers

Purwanto, Erwan Agus. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Gava Media.

Rakhmat, Jalaludin. 2000. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rohim, Syaiful. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ruslan, Rosady. 2003. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sendjaja, Sasa Djuarsa, dkk. 1999. Pengantar Komunikasi. Universitas

Terbuka.

Sevilla, Consuelo G., dkk. 1993. Pengantar metode Penelitian. Jakarta: Universitas Indonesia.

Sudjana. 2005. Metoda Statistika ed 5. Bandung: Tarsito

\_\_\_\_\_. 2010. Metode Statistika. Bandung: Tarsito

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan RD. Bandung: CV. Alfabeta.

Suprpto, Tomy. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi. Yogyakarta: CAPS.

Uno, Hamzah B. 2007. Teori Motivasi & Pengukurannya. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Usman, Husainidan. 1995. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Usmara, A. 2006. Motivasi Kerja : Proses, Teori dan Praktik. Yogyakarta: Amara Books.