

PENGARUH PROGRAM EMPLOYEE GET MEMBER TERHADAP MOTIVASI KERJA

Amelia Fiveronica

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
fiveronicaamelia@ymail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh Program Employee Get Member terhadap motivasi kerja karyawan Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Adanya Program Employee Get Member sebagai salah satu upaya membangun budaya kerja (funding culture) karyawan, sekaligus meningkatkan motivasi kerja karyawan secara konsisten di Unit Kerja dibawah supervisi Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat indonesia (Persero), Tbk.

Tujuan penelitian PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk selain mengutamakan pelayanan usaha kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat, tetapi juga memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal khususnya kepada karyawan yang bertanggung jawab atas tugas dan kewajibanya untuk meningkatkan motivasi dalam bekerja.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket atau kuesioner kepada karyawan Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 148 Orang dan setelah menggunakan rumus Yamane diperoleh sample menjadi 60 orang karyawan. Data dianalisis dengan rumus korelasi Pearson. Sebelumnya data dianalisis menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan $r = 0,772$. Bahwa Program Employee Get Member memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap motivasi kerja karyawan, yang berarti semakin kuat program Employee Get Member Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk akan diikuti dengan meningkatnya motivasi kerja karyawan. Kesimpulannya dalam penelitian ini adalah penilaian khalayak terhadap kegiatan Employee Get Member Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan motivasi kerja karyawan Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk rata-rata berada pada kategori baik dan terdapat hubungan yang signifikan antara program Employee Get Member dengan motivasi kerja karyawan. Maka saran peneliti ialah hendaknya Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tetap mempertahankan program Employee Get Member karena terdapat pengaruh yang kuat antara program Employee Get Member dengan motivasi kerja karyawan.

Kata-kata kunci : Hubungan Komunikasi antar Karyawan, Get Member, Motivasi Karyawan.

Abstracs

This study was conducted to determine how much influence the program Employee Get Member on employee motivation office of Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk , Existence Program Employee Get Member as one of the efforts to build a culture of work (funding culture) employees , while increasing employee motivation employees consistently in the work unit under the supervision of the Regional Office of Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) , Tbk The main objective of PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk in addition to priority service small and medium enterprises to support the promotion of the local economy, but also provide benefits and optimum benefits, especially to employees who are responsible for duties and its obligations to improve motivation in the work. The method used in this research is quantitative method. And techniques data collection that researchers use a questionnaire or questionnaires to employees Regional Office Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk with equipped secondary data and materials needed through the books that are related to employee

motivation, which are at library University Prof Dr. Moestopo. Respondents in this study amounted to 148 people, and after using the formula Yamane to 60 employees. Data was analyzed by Pearson correlation formula. Before the data was analyzed using SPSS. Research results showed $r = 0.772$. Employee Get Member program that has a strong relationship and positive impact on employee motivation, which means that the stronger the Employee Get Member program office of Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk will be followed by increased employee motivation. The conclusion of this research is the assessment of the public against the activities of Employee Get Member Office of Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk and employee motivation office of Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk average are in the good category and there is a significant relationship Among Employee Get Member program with employee motivation. researchers then advice should office of Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk retaining Employee Get Member program because there is a strong influence among Employee Get Member program with employee motivation.

Keyword : Communication, Employee Relation, Get Member on Employee motivation.

Komunikasi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi pada diri seseorang atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Semua elemen komunikasi yang bersumber pada pesan, saluran dan khalayak saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain. Selain itu dalam kehidupan berfungsi agar seseorang dapat menyampaikan ide, perasaan hati, baik secara langsung ataupun tidak langsung agar seseorang mengajarkan apa yang diketahuinya kepada orang lain. Sehingga dengan komunikasi seseorang dapat memahami dirinya sendiri dan orang lain. Komunikasi merupakan sarana utama untuk menjalin hubungan baik individu maupun dalam berorganisasi.

Komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi merupakan perekat bagi anggota organisasi. Adanya komunikasi yang efektif dalam organisasi berarti kualitas komunikasi organisasi menjadi baik, akan tetapi agar komunikasi itu efektif, maka perlu dihindari hambatan dalam komunikasi, yaitu pola pikir dalam motivasi kerja mengingat begitu banyak individu dalam organisasi dengan berbagai macam perbedaan seperti latar belakang, pendidikan, pengalaman, sistem nilai serta perbedaan kebutuhan yang membuat prinsip hidup, pola hidup dan tingkah laku yang berbeda. Fungsi dan manfaat komunikasi dalam proses organisasi adalah dalam rangka membentuk saling pengertian dan saling memahami. Menurut Dr Anwar Arifin dalam Buku

Paradigma Baru Public Relations mengatakan bahwa Komunikasi merupakan "Fenomena sosial yang berlangsung sebagai proses antarmanusia, dalam konteks ruang dan waktu tertentu serta suasana"kebatinan" (psikologi) dan sosial kultural orang-orang yang berinteraksi". (2015:50)

Jadi, komunikasi merupakan upaya untuk berinteraksi antara pimpinan dengan karyawan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk untuk mencapai tujuan perusahaan / organisasi. Tujuan utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk selain mengutamakan pelayanan usaha kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat, tetapi juga memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal khususnya kepada karyawan yang bertanggung jawab atas tugas dan kewajibannya untuk meningkatkan motivasi dalam bekerja.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk merupakan salah satu perbankan milik Negara (BUMN), Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk harus bersaing dengan bank-bank lain milik Negara maupun swasta. Untuk menghadapi berbagai tantangan, terutama yang berkaitan dengan strategi bisnis dan pengelolaan manajemen perusahaan, maka pimpinan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk selalu melakukan

komunikasi yang baik dengan karyawan serta memotivasi kinerja karyawan. Untuk mewujudkan motivasi kerja karyawan yang baik, maka dibutuhkan suatu komunikasi yang efektif antara pimpinan dengan karyawan, karena melalui komunikasi tersebut tidak akan menimbulkan miscommunication diantara kedua belah pihak.

Menurut Effendy (1998: 51) dalam buku Hubungan Insani, mengatakan bahwa motivasi kerja adalah "Kegiatan member dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki". Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi berarti membangkitkan motif, daya gerak, atau menggerakkan

seseorang atau diri sendiri untuk membentuk sesuatu dalam rangka mencapai suatu kepuasan atau tujuan”.

Untuk membantu karyawan dalam membangun kembali kepercayaan dalam bekerja serta meningkatkan motivasi kerja karyawan secara konsisten maka PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk meluncurkan suatu program yang dinamakan Program Employee Get Member yang telah disusun strategi komunikasi oleh humas kantor pusat PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk program tersebut sebagai salah satu upaya membangun budaya (*funding culture*) karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero), Tbk agar termotivasi dalam menghimpunan dana murah sekaligus meningkatkan *free base income* di Unit Kerja dibawah supervisi Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Tujuan diluncurkan Program Employee Get Member menurut strategi humas PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk yaitu: 1) Membangun motivasi seluruh karyawan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Wilayah Jakarta II untuk menjadi marketer. 2) Mengubah mindset karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk bahwa bukan hanya marketing saja yang dapat mempromosikan produk BRI tetapi jajaran back office, operasional dan administrasi juga memiliki tanggung jawab mensukseskan program Employee Get Member. 3) Memotivasi karyawan untuk mendukung pencapaian target RKAP 2015 tabungan BritAma dan Simpedes.

Program Employee Get Member merupakan bentuk tanggung-jawab perusahaan terhadap konsumennya, namun karyawan pun memiliki tanggung jawab dari aspek operasional perusahaan, hal tersebut merupakan salah satu cara perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik demi membangun citra perusahaan. Program

Employee Get Member memberikan keuntungan dan manfaat bagi karyawan yang telah melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan prosedur yang ada, selain banyaknya voucher dan hadiah yang akan dibagikan, karyawan yang beruntung juga akan diberikan kupon undian untuk mendapatkan hadiah doorprize berupa sepeda motor, TV LCD, Lemari Es, voucher belanja dan paket liburan. Program

Employee Get Member selain untuk membangun motivasi kerja, menyangkut proses pengaruh dari seseorang pada orang lain dalam konteks pelaksanaan kerja, berupa aktivitas pertanggung jawaban dan hubungan yang terjadi dalam organisasi. Timbulnya motivasi kerja yang rendah dikarenakan ketidak disiplin, moral yang rendah, ketidakpuasan, dan kemunduran,

merupakan gejala-gejala tidak terjalannya interaksi yang baik. Baik dalam bentuk profesionalisme kegiatan bekerja maupun ikatan emosional antar individu. Melihat fenomena seperti ini, Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk harus bisa mengubah pola interaksi komunikasi dengan karyawan kepada suatu bentuk aktivitas kerja yang efektif.

Karyawan sebagai penggerak jalannya perusahaan merupakan aset penting perusahaan sehingga sangat penting baginya untuk merasa nyaman dan tetap mempunyai harapan-harapan sehingga karyawan dapat tetap tinggal untuk mewujudkan tujuan organisasi. Hal ini menarik untuk dikaji, mengingat Program Employee Get Member terhadap para karyawan Kanwil Jakarta II PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk untuk lebih termotivasi dalam pencapaian RKAP 2015.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah ”Usaha untuk menetapkan batasan-batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Pembatasan masalah berguna untuk mengidentifikasi kan faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian dan faktor mana yang tidak termasuk dalam ruang lingkup hasil penelitian

Rumusan masalah dimaksudkan penulis adalah untuk menghindari unsur-unsur penelitian yang tidak relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu juga untuk menghindari dari kesalahan dalam penafsiran definisi, maka penulis merasa perlu menjelaskan terlebih dahulu rumusan masalah penelitian. Adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut : Seberapa kuat pengaruh program Employee Get Member Kantor Wilayah Jakarta II PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk terhadap motivasi kerja karyawan?

Komunikasi

Komunikasi merupakan proses timbal balik pertukaran sinyal dengan tujuan member informasi, membujuk, atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya (Culip, Center dan Broom, 2007:226) Sedangkan Menurut Ruben dan Stewart (1998:51) didalam buku Komunikasi organisasi. ”Komunikasi merupakan proses yang menjadi dasar pertama memahami hakikat manusia. Dikatakan sebagai proses karena ada aktivitas yang melibatkan peranan banyak elemen atau tahapan yang meskipun terpisah-pisah, tahapan ini saling berkaitan sepanjang waktu. Contoh dalam suatu percakapan yang sederhana selalu ada langkah, seperti penciptaan pesan, pengiri-

man, penerimaan dan interpretasi terhadap pesan, Sedangkan menurut Sendjaya (2001:23) “Komunikasi adalah proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat.”

Sementara itu proses komunikasi dapat di artikan sebagai transfer informasi atau pesan-pesan (messages) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Tujuan dari proses komunikasi tersebut adalah tercapainya saling pengertian (mutual understanding) antara kedua belah pihak. Sebelum pesan-pesan tersebut dikirim kepada komunikan, komunikator memberikan makna-makna dalam pesan tersebut (decode) yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan diberi makna sesuai dengan konsep yang dimilikinya (encode).

Melalui transfer informasi / pesan-pesan tersebut terjadi pesan interpretasi, yaitu peng-encode-an pesan ter-decode oleh komunikan dengan berbagai perspektif yang didasari dari pengalaman yang dialami (field of experience) dan kerangka referensi (frame of references). Kemudian pihak komunikan akan memberikan reaksi atau umpan balik (feedback), baik tanggapan bersifat positif maupun negative kepada pihak komunikator. Adapun pembahasan selanjutnya adalah mengenai komunikasi antar manusia (human communication), sosial (social communication), komunikasi manajemen (management communication) dan komunikasi bisnis (business communication) dalam cakupan aktivitas kehumasan / Public Relations.

Peran Komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat: Persuasif, edukatif dan informatif. Sebab tanpa komunikasi maka tidak adanya proses interaksi, saling tukar menukar ilmu, pengetahuan, pengalaman, pendidikan, informasi dan lain sebagainya. Proses penyampaian pesan/informasi tersebut pada umumnya berlangsung dengan melalui suatu media komunikasi, khususnya bahasa percakapan yang mengandung makna yang dapat di mengerti atau dalam lambang yang sama. Pengertian pemakaian bahasa dapat bersifat kongkret atau abstrak.

Bila dikaitkan dengan kegiatan Public Relations, maka sarana komunikasi tersebut adalah hal yang sangat penting dalam penyampaian pesan-pesan (messages) demi terciptanya tujuan dan pengertian bersama dengan publik khalayak sarannya.

Mengacu pada definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan individu kepada individu lain atau individu dengan

kelompoknya untuk menyampaikan pesan, penyampaian gagasan, penyamaan persepsi, dan usaha untuk mengkordinasikan lingkungan sekitar. “Kegiatan komunikasi bisa berbentuk non verbal (tanpa kata-kata) atau secara verbal (dengan kata-kata). Secara sederhana komunikasi dapat digambarkan sebagai percakapan antara dua orang, dan akan terjadi komunikasi yang efektif bila terjadi terus menerus sehingga menimbulkan persamaan persepsi atau makna. Selain itu, komunikasi yang sering dilakukan adalah komunikasi kelompok seperti arus komunikasi yang ada didalam suatu organisasi atau perusahaan”.(Ruslan, 2003 : 71).

Komunikasi internal bertujuan untuk meyakinkan bahwa para karyawan akan selalu mendapatkan informasi dengan baik sehingga kinerja dapat dimaksimalkan. Keterbukaan komunikasi antara perusahaan dengan karyawannya akan menimbulkan rasa keterlibatan dan rasa kepemilikan dikalangan karyawan yang akan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif.

Selain itu Effendy (2002:111), mengemukakan bahwa: “Komunikasi dalam suatu organisasi perusahaan memegang peranan yang sangat vital dalam usaha mencapai tujuan perusahaan tersebut.” Penyampaian informasi yang tepat dan akurat pada publik baik publik internal maupun publik eksternal dapat membentuk suatu sikap penerimaan publik terhadap lembaga atau perusahaan”.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan hal yang paling penting bagi kehidupan manusia, demikian halnya dalam suatu organisasi perusahaan. Komunikasi merupakan kegiatan vital sebagaisarana bagi perusahaan untuk melakukan interaksi komunikasi timbal balik yang bertujuan dapat menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik dan bermanfaat dengan publiknya, baik internal maupun eksternal sehingga tercipta saling pengertian, kepercayaan serta citra baik dari publik yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Oleh sebab itu penulis akan mengembangkan pengertian komunikasi organisasi yang sangat berkaitan dengan ruang lingkup penelitian ini.

Tujuan dari sebuah organisasi bisa tercapai jika komunikasi dalam organisasi terjalin dengan baik. Sebelum lebih jauh, peneliti akan mendefinisikan komunikasi yang ada didalam organisasi sebagai: “Komunikasi dalam organisasi adalah pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-

hubungan hirarkis antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan” (Pace and Faules, 2001 : 31)

Berdasarkan definisi diatas, peneliti berkesimpulan bahwa komunikasi yang ada didalam organisasi merupakan suatu faktor yang penting sehingga fungsi-fungsi dalam organisasi dapat berjalan dengan baik. Peneliti akan mendefinisikan organisasi terlebih dahulu, menurut Koontz dan O’Donnel (Dalam Hasibuan, 2003 : 25) :

Komunikasi Organisasi

”Organisasi adalah pembinaan hubungan wewenang, dan dimaksudkan untuk mencapai koordinasi yang struktural, baik secara vertikal, maupun horizontal di antara posisi-posisi yang telah disertai tugas-tugas khusus yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan.” Berdasarkan definisi di atas, bisa disimpulkan organisasi adalah sebuah wadah yang terdapat struktur kewenangan dan jabatan, ditempati oleh sejumlah orang yang telah diberi tanggung jawab. Selain tanggung jawab juga dibutuhkan kerja sama antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi. Dengan demikian, komunikasi adalah sesuatu yang dibutuhkan dan harus dilakukan oleh anggota organisasi dengan semua pihak yang ada, baik secara vertikal maupun horizontal untuk bekerja sama dan penyerahaan tanggung jawab. Secara garis besar komunikasi yang terjadi dalam organisasi meliputi:

Komunikasi Internal

Komunikasi ke bawah (downward communication)

Alur komunikasi ini adalah alur komunikasi dari atasan ke bawahan yang biasanya terkait dengan tanggung jawab dan wewenang. Media yang biasa digunakan adalah majalah internal, buletin board, papan pengumuman, surat kerja atau surat keputusan dan upacara.

Komunikasi ke atas (upward communication)

Komunikasi dari karyawan ke manajemen / perusahaan biasanya berkaitan dengan partisipasi karyawan dan masukan atau kritikan kepada perusahaan

Teori pada dasarnya merupakan konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang suatu fenomena. Penjelasan yang ada didalam teori tidak hanya menyangkut penyebutan suatu nama dan definisi suatu variabel, tetapi juga mengidentifikasi lebih lanjut mengenai hubungan yang ada diantara variabel. Sehubungan dengan masalah yang penulis teliti, maka teori

yang digunakan adalah sebagai berikut:

Teori Proses PR Empat Langkah

Dalam meningkatkan motivasi dan vitalitas kerja perlu memperhatikan berbagai faktor-faktor, agar tujuan dan motivasi berjalan dengan efektif, menurut Scott M. Cutlip , Allen H Center, Glen M. Broom dalam bukunya yang berjudul: “Effective Public Relation”, faktor-faktor tersebut adalah:

Mendefinisikan Problem PR

Langkah pertama ini mencakup penyelidikan dan memantau pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan, dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan organisasi. Pada dasarnya ini adalah fungsi inteligen organisasi. Fungsi ini menyediakan dasar untuk semua langkah dalam proses pemecahan problem dengan menentukan “Apa yang sedang terjadi saat ini?”

Perencanaan dan Pemrograman

Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program public, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran. Langkah ini akan mempertimbangkan temuan dari langkah dalam membuat kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua ini akan menjawab pertanyaan. “Berdasarkan apa kita tahu tentang situasi, dan apa yang harus kita lakukan atau apa yang harus kita ubah, dan apa yang harus kita katakan?”

Mengambil Tindakan dan berkomunikasi

Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan, dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak. Program akan dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan “Bagaimana keadaan kita sekarang atau seberapa baik langkah yang telah kita lakukan?”.

Mengevaluasi Program.

Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program itu berhasil atau tidak. Program akan dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan “Bagaimana keadaan kita

Kajian pustaka berguna untuk bahan perbandingan

Nama Penelitian	Sandrawati 2009-41-045	Hafidz Hardiansyah 2009-41-505	Amelia Fiveronica 2010-41-557
Judul Penelitian	Hubungan Humas Relations Pimpinan dengan motivasi Kerja karyawan PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk	Pengaruh Kegiatan Employee Relations terhadap motivasi kerja Karyawan PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk	Pengaruh Program Employee Get Member terhadap motivasi kerja Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk
Tujuan	Untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara Human Relations pimpinan dengan motivasi kerja karyawan Divisi Secretariat perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kegiatan Employee Relations terhadap motivasi kerja karyawan PT Duta Media Indonesia	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program Employee Get Member Terhadap motivasi kerja karyawan Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk
Metode	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya bersifat ekspansatif. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling .	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya bersifat ekspansatif. Penelitian ini menggunakan teknik Simple Random Sampling.
Teori	Menggunakan teori Hubungan manusia dan Teori Motivasi	Menggunakan Teori Hubungan manusia dan Teori Motivasi	Menggunakan Teori Empat Langkah PR dan Teori Motivasi
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menjelaskan arah keterkaitan yang positif dengan nilai korelasi (r) sebesar 0,855	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menjelaskan arah keterkaitan yang positif dengan nilai korelasi (r) sebesar 0,814	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menjelaskan arah keterkaitan yang positif dengan nilai korelasi (r) sebesar 0,772

Kesimpulan	Dari hasil penelitian menunjukkan nilai skor kategori yang sangat baik. artinya itensitas yang sangat baik atau tinggi dari hubungan komunikasi antar pribadi antara pimpinan dan karyawan sudah tercipta yang	Dari hasil penelitian menunjukkan nilai skor kategori yang tinggi. Artinya tingkat Human relations pimpinan sudah tercipta dengan baik. Maka faktor tersebutlah yang mempengaruhi aruhi motivasi kerja karyawan Divisi secretariat perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	
------------	--	--	--

sekarang atau seberapa baik langkah yang telah kita lakukan.

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh program Employee Get Member terhadap motivasi kerja karyawan Kanwil jakarta II PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Hipotesis penelitian tersebut, didukung oleh hipotesis statistik yaitu:

Ho : Tidak ada pengaruh antara program Employee Get Member terhadap motivasi kerja karyawan Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat indonesia (Persero), Tbk

Ha : Ada pengaruh antara program Employee Get Member terhadap motivasi kerja Kanwil Jakarta II PT Bank Rakyat indonesia (Persero), Tbk

Paradigma

Paradigma dalam penelitian ini adalah pradigma positivisme, menurut Dedy N. Hidayat paradigma positivisme adalah “Menempatkan ilmu sosial seperti ilmu alam, yaitu metode terorganisir untuk mengkombinasikan “deductive logic” melalui pengamatan empiris,

agar mendapatkan konfirmasi tentang hukum kuualitas yang dapat digunakan memprediksi pola umum gejala sosial tertentu.” (Dewi, 2008:15)

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah “Survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.”(Sugiyono, 2001:12)

Tujuan dari survey adalah mendapatkan gambaran yang mewakili daerah itu dengan benar. Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu melalui penelitian pada sejumlah orang dengan menggunakan populasi, sampel hingga uraian di atas penelitian ini menguji hubungan variable bebas dan variable terikat dengan pendekatan kuantitatif dan table (statistic) sebagai alat ukur.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian bersifat eksplanatif kuantitatif artinya menjelaskan hubungan korelasi (sebab-akibat) antara

suatu gejala sosial utama (variabel X) dengan sosial lainnya (variabel Y), sekaligus menjawab mengapa itu terjadi melalui pengujian hipotesis. Penulis memilih metode ini karena penelitian eksplanatif merupakan suatu bentuk penelitian yang dapat menguji hubungan antara variabel, baik dua variabel atau lebih, dan untuk mengetahui apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya, sekaligus menjawab mengapa itu terjadi melalui pengujian hipotesis.

Untuk mengukur hubungan tersebut dan mengetahui besar atau kecilnya pengaruh, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah dengan metode survey dengan pendekatan kuantitatif, disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2001:4)

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Jadi kualitatif adalah cara menentukan atau memperoleh konfirmasi tentang hubungan sebab akibat yang bisa digunakan yang bisa untuk memprediksi pola-pola umum suatu gejala sosial.

Jadi dapat dikatakan bahwa untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan, diperlukan metode yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan.

Menurut Sugiyono (2007:13), bahwa metode kuantitatif adalah dapat diartikan sebagai : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Populasi

Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan rumus Taro Yamane. Karena dengan rumus ini kita bisa menentukan tingkat kesalahan pengambilan sampel 1% sampai dengan 10% tingkat kesalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah 10% untuk menentukan ukuran sampel dengan ukuran.

N

$$n = \frac{N}{nd^2+1}$$

Keterangan : N : populasi

n : sampel

d : deviasi

$$148 = 148(0,1)^2 + 1$$

$$148 = 2,48$$

$$n = 59,67 \text{ dibulatkan menjadi } 60$$

Jadi jumlah responden yang akan diteliti sebanyak 60 responden.

Validitas

Untuk menguji validitas setiap butir soal digunakan analisis terukur yaitu mengkolerasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan skor setiap butir, sehingga diperoleh koefisien kolerasinya, koefisien kolerasi ini sering disebut Pearson atau koefisien korelasi Product Moment Pearson.

Menurut Sugiyono (2000: 124) menyatakan bahwa : Butir yang mempunyai koefisien kolerasi positif dengan skor total dan korelasinya tinggi, menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula, biasanya diperlukan korelasi > dari 0,3 untuk dianggap memenuhi syarat. Jadi apabila korelasi antara butir dengan skor total < dari 0,3 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Butir-butir instrument yang lebih lanjut, sedangkan butir-butir yang tidak valid kemudian dikeluarkan dari instrument tersebut.

Reliabilitas

Selanjutnya uji reliabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dengan kata lain, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk keperluan ini maka butir-butir setiap instrument dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok ganjil yang berisi butir-butir bernomor ganjil dan kelompok genap yang berisi butir-butir bernomor genap. Selanjutnya skor total antara kelompok ganjil dan kelompok genap dihitung koefisien korelasinya. Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien korelasi, sehingga reliabilitas instrumennya dapat dihitung dengan menggunakan rumus diatas. Dari hasil perhitungan reliabilitas instrumen dapat diprediksikan apakah penelitian cukup reliable atau tidak, makin besar nilai reliabilitas instrument penelitian maka reliabilitasnya makin tinggi.

Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sofian Effendy yang dikutip

oleh Winardi dalam buku Metodologi Research adalah “proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih muda dibaca dan diinterpretasikan.”(Winardi, 2007: 71)

Maksud dari skala pengukuran ini untuk mengklasifikasi variabel yang akan di ukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dalam skala Likert” digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala social”. (Ridwan, dkk, 2007:121) Dalam skala Likert variabel yang ikut dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan lagi menjadi sub dimensi lalu sub dimensi dijabarkan lagi menjadi indikator. Indikator ini dijabarkan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan.

Teknik yang digunakan analisis kuantitatif kumulatif berdasarkan presentase menurut skor kumulatif. Untuk memberikan kadar penilaian data jawaban responden dipergunakan skala Likert. Menurut Sugiyono:

“Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan ikut dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.” (Sugiyono, 2004:107)

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kualitatif jawaban tiap item diberi skor:

Sangat setuju	skor 5
Setuju	skor 4
Ragu-ragu	skor 3
Tidak setuju	skor 2
Sangat tidak setuju	skor 1

Selain itu peneliti menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science) melalui tahap-tahap sebagai berikut :

Editing

Peneliti memisahkan jawaban dari responden anantara yang eror dan tidak eror, juga memeriksa jawaban re-

sponden.

Coding

Peneliti memberi tanda-tanda atau kode berupa pemberian simbol atau angka pada jawaban-jawaban dari responden.

Tabulating

Data yang dibaca kemudian dimasukan ke dalam komputer dalam bentuk tabel-tabel tanggal.

Interpreting

Peneliti membuat kesimpulan dari keseluruhan hasil data yang di dapat.

Dengan menggunakan Korelasi Pearson Product Moment, peneliti mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Korelasi ini ditemukan oleh Karl Pearson tahun 1900, kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan dari kontribusi variabel bebas dengan variabel terikat.

Rumus Product Moment

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan : r xy= Korelasi Product Moment (untuk mengetahui nilai hubungan yang terjadi dalam penelitian)

n = Besarnya sampel dalam penelitian

∑X = Jumlah Variabel Bebas

∑Y =Jumlah Variabel Terikat

∑X²=Jumlah total jawaban dari variabel bebas yang telah dikuadratkan

∑Y² = Jumlah total jawaban dari variabel terikat yang telah dikuadratkan

Untuk mengukur adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, peneliti menggunakan regresi sederhana. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau sebab akibat avariabel bebas terhadap variabel terikat.”(Sugiyono, 2004:98).

Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi (r) berada -1 dan + 1. Untuk bentuk/ arah hubungan, nilai r dinyatakan dalam positif (+) dan negatif (-),

kemudian dilakukan pengujian signifikansi korelasi :

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

Keterangan : t = uji statistic
 r = uji korelasi (koefisien korelasi)
 n = besaran sampel” (Sugiyono, 2004: 173

Untuk memberikan penafsiran interpretasi koefisien korelasi yang ditentukan besar atau kecil, maka berpedoman pada ketentuan yang terdapat pada tabel berikut ini :

Interval koefisien	Tingkatan hubungan
0,00 – 0,99	Sangat rendah
0,20 – 0,399	rendah
0,40 – 0,599	sedang
0,60 – 0,799	kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Rumus diatas digunakan bila sekaligus akan menghitung persamaan regresi :

Arah Hubungan, Apabila diperoleh hasil yang bertanda positif (+), maka arah hubungan menunjukkan arah yang positif. Apabila diperoleh hasil yang bertanda negative (-), maka arah hubungan menunjukkan arah yang negatif.

Signifikansi hubungan Dalam penelitian ini taraf atau nilai signifikansi yang ditetapkan adalah sebesar 0,1 (taraf kepercayaan 90%).

Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat Ditentukan oleh besarnya hasil koefisien determinasi

(nilai kuadrat dari koefisien korelasi yang diperoleh).

Regresi linear Teknik analisis ini bertujuan mencari pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y).

Rumus : $Y = a + bx$
 Keterangan ;
 Y : Nilai Regresi
 a : Nilai Constant
 b : Nilai Coeficients

Rumus Koefisien Determinasi (KD), (uji Determinan)

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan :
 KD : Koefisien Deteminasi (untuk mengetahui besarnya nilai variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas)
 rxy : Korelasi Product Moment

Analisis korelasi dilanjutkan dengan menghitung koefisien deteminasi, dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan untuk membantu dalam mengolah data menghitung hasil penelitian

Pembahasan

Pendekatan pada penelitian yang dilakukan penulis menggunakan pendekatan survey. Jenis penelitian ini bersifat eksplanatif kuantitatif yaitu menjelaskan hubungan korelasi (sebab-akibat) antara suatu gejala sosial utama (variabel X) dengan sosial lainnya (variabel Y). Lokasi penelitian dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Teknik yang digunakan yaitu teknik Simple Random Sampling, yaitu cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi itu, Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan rumus Taro Yamane dengan taraf kesalahan 10% dari populasi 148 orang, maka didapat sampel berjumlah 60 orang.

Dari analisis deskripsi untuk variabel Kegiatan Employee Get Member mempunyai nilai rata-rata mean sebesar 4.34, artinya Kegiatan Employee Get Member yang ada di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk sudah sangat baik. Untuk variabel motivasi kerja karyawan mempunyai nilai rata-rata mean sebesar 4.43, artinya motivasi kerja karyawan yang ada di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk sudah sangat baik. Ter-

dapat hubungan yang kuat antara variabel Kegiatan Employee Get Member dengan motivasi kerja karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, dengan nilai korelasi sebesar 0,772.

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji signifikan dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung $9,262 > t$ tabel 1,672 dengan signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya Program Employee Get Member Kanwil Jakarta II PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Variabel Kegiatan Employee Get Member memberikan kontribusi sebesar 59,7% terhadap motivasi kerja karyawan, sedangkan sisanya 40,3% dijelaskan oleh faktor yang lain diluar variabel Kegiatan Employee Get Member.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, mengenai Pengaruh Kegiatan Employee Get Member dengan Motivasi Kerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Pelaksanaan kegiatan Employee Get Member yang dilaksanakan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, dimana jawaban responden terhadap pernyataan pada kuesioner variabel Kegiatan Employee Get Member sudah sangat baik.

Motivasi kerja karyawan termasuk dalam kategori sangat baik/tinggi, artinya karyawan memiliki motivasi kerja yang tinggi, maka karyawan dapat melakukan pekerjaan secara maksimal dan mendapatkan hasil yang terbaik.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan Employee Get Member terhadap motivasi kerja karyawan. Variabel kegiatan

Employee Get Member mempunyai pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan sebesar 59,7%, artinya kegiatan Employee Get Member dapat memberikan motivasi kerja karyawan, untuk itu perlu ditingkatkan lagi.

Daftar Pustaka

Buku

- Andipate, Anwar Arifin, Paradigma Baru Public Relation - Teori Strategi dan Riset, 2015
- Effendy, Onong Uchjana Effendy, Ilmu komunikasi Teori dan praktek, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1997.
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2007, Manajemen Sumber Daya Manusia, PT Bumi Aksara.
- Malo, Manase Dkk, Metode Penelitian Sosial, Karunia Jakarta 1991.
- Muhammad, Arni, Komunikasi Organisasi, PT Bumi Aksara, 2002
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules, Komunikasi Organisasi, PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Rachmadi, F, Public Relation dalam Teori Dan Praktek, Jakarta, PT Gramedia Pustaka, 1996
- Rakhmat, Jalaluddin, Psikologi Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003
- Romli, Khomsahrial Komunikasi Organisasi Lengkap, PT Grasindo, Jakarta 2014
- Rosady, Ruslan, Manajemen Publik Relation & Media Komunikasi.
- Ruslan Rosadi, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, 2010
- Sendjaja, S. Djuarsa, Teori Komunikasi, Universitas Terbuka, 2001.
- Subagyo, Joko P, Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek, PT Rineka, 1991
- Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiady, Metodologi Penelitian Sosial, Pustaka Indonesia Jakarta, 1996.

Kamus

- Risa, Agustina, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Serba Jaya.

Program SPSS (Statistical Package for Social Science).