

Komunikasi Organisasi dan Motivasi

*Mohamad Muspawi¹, Masita², Swastini³

¹²³Program Studi Administrasi pendidikan FKIP Universitas Jambi
e-mail: *mohamad.muspawi@unja.ac.id masitaannaila@gmail.com
swastinitini@gmail.com

Abstrak

Komunikasi organisasi dan motivasi merupakan dua aspek yang memiliki keterkaitan erat dalam konteks kehidupan organisasi. Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai proses pembentukan dan pertukaran pesan antara unit-unit komunikasi yang tergabung dalam suatu organisasi. Sementara itu, motivasi adalah faktor yang menentukan tindakan seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi yang tidak efektif dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi, sementara motivasi yang rendah dapat mengurangi kinerja karyawan. Oleh karena itu, hubungan antara komunikasi organisasi dan motivasi karyawan penting untuk dilakukan. Artikel ini akan membahas latar belakang mengenai komunikasi organisasi dan motivasi, termasuk definisi komunikasi dan motivasi, tujuan yang mempengaruhi keduanya dan hubungan antara komunikasi organisasi dan motivasi. Diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya komunikasi organisasi yang efektif dalam meningkatkan motivasi karyawan dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Kata kunci: komunikasi Organisasi, Motivasi Karyawan, Kinerja Organisasi

Abstract

Organizational communication and motivation are two interrelated aspects of organizational life. Organizational communication can be defined as the process of creating and exchanging messages between communication units that are part of an organization. Meanwhile, motivation is a factor that determines one's actions in achieving certain goals. Ineffective organizational communication can hinder organizational goals, while low motivation can reduce employee performance. Therefore, research on the relationship between organizational communication and employee motivation is important to do. This article will provide some background on organizational communication and motivation, including the definitions of communication and motivation, the objectives that affect both and the relationship between organizational communication and motivation. It is hoped that this article can provide insight and better understanding regarding the importance of effective

organizational communication in increasing employee motivation and overall organizational performance.

Keywords : *Organizational Communication, Employee Motivation, Organizational Performance.*

PENDAHULUAN

Menurut Goldhaber (dalam Muhammad, 2009:67), komunikasi organisasi mengacu pada proses menciptakan dan bertukar pesan di dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung guna menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah. Dalam konteks ini, komunikasi organisasi merujuk pada pertukaran dan interpretasi pesan antara unit komunikasi yang terdapat dalam suatu organisasi. Sebuah organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang terhubung dalam struktur hierarkis dan beroperasi di lingkungan tertentu. Komunikasi dalam hal ini mencakup komunikasi antar individu dan juga komunikasi dalam kelompok.

Robbins dan Judge (2017), mendefinisikan bahwa komunikasi melibatkan pengirim dan pemahaman pesan antara anggota organisasi melalui berbagai saluran dan media. Komunikasi dalam konteks organisasi memiliki pesan krusial dalam keseluruhan keberlangsungan organisasi. Seringkali, kegagalan organisasi dalam mencapai tujuan disebabkan oleh komunikasi yang tidak efektif. Sulitnya pemahaman dan integrasi komunikasi ke dalam program-program organisasi bukanlah masalah yang baru. Sudah lama diketahui bahwa komunikasi, sebagai pengirim pesan kepada pihak lain, tetapi juga sebagai pengikat sosio-psikologis, terutama dalam organisasi yang ingin beroperasi secara sinergi.

Siapa pun yang melakukan tindakan tertentu harus dibimbing oleh motif tertentu. Motivasi biasanya muncul dari kebutuhan yang tidak terpenuhi, tujuan yang dapat dicapai, atau harapan yang diinginkan. Motivasi dimulai dengan perubahan energi pribadi. Perubahan motif disebabkan oleh beberapa perubahan pada sistem *neurofisiologis* manusia, misalnya perubahan pada sistem pencernaan yang menyebabkan rasa lapar.

Decenzo dan Robbins (2005), menjelaskan bahwa komunikasi organisasi yang sangat mengurangi ketidakpastian, meningkatkan rasa keterlibatan, dan memperkuat mereka terhadap tujuan dan visi organisasi. Komunikasi yang baik akan melibatkan saluran komunikasi dua arah yang terbuka antara manajemen dan karyawan. Hal ini dapat, mempengaruhi motivasi karyawan dengan komunikasi organisasi yang efektif memiliki dampak yang signifikan terhadap motivasi karyawan dalam organisasi. Karyawan yang merasa terhubung dengan organisasi dan memiliki saluran komunikasi yang terbuka cenderung lebih termotivasi dan berkomitmen terhadap pekerjaannya. Selain itu, komunikasi juga dapat mempengaruhi persepsi karyawan terhadap tujuan dan visi organisasi, yang juga meningkatkan motivasi kerja mereka. Oleh karena itu, komunikasi organisasi yang baik merupakan kunci penting untuk meningkatkan motivasi karyawan dan mencapai tujuan organisasi yang efektif.

Dapat dikatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses penting dalam menciptakan hubungan antar unit organisasi dan dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Komunikasi organisasi yang efektif dapat meningkatkan ikatan karyawan dengan organisasi, memengaruhi pemahaman mereka tentang tujuan dan visi organisasi, serta meningkatkan motivasi karyawan. Oleh karena itu, penting bagi suatu organisasi untuk memiliki komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan organisasi yang efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan. Kajian teori, referensi dan literatur ilmiah dalam konteks ini merujuk pada pemahaman tentang budaya, nilai, dan norma yang berkembang dalam situasi sosial yang sesuai dengan topik penelitian yang sedang diteliti (Sugiyono, 2012). Penelitian kepustakaan dapat diartikan sebagai penelitian yang berfokus pada analisis tekstual atau wacana untuk mengkaji suatu peristiwa, perbuatan, atau tulisan yang diteliti guna memperoleh fakta-fakta yang dapat di verifikasi (Hamzah, 2020:7).

Informasi yang digunakan dalam penyusunan artikel ini berasal dari berbagai sumber literature kepustakaan berkaitan dengan topik yang dibahas. Referensi yang digunakan antara lain buku komunikasi, modul, dan publikasi jurnal ilmiah edisi *online* maupun *offline* yang berkaitan dengan pokok pembahasan artikel ini. Dalam proses pengumpulan data peneliti menggunakan literasi digital seperti *google scholar* maupun lainnya, sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam menyusun penelitian ini. Data yang telah didapatkan maka akan disortir dan dianalisis kembali. Untuk selanjutnya data yang telah didapatkan akan dikumpulkan dan disatukan, sehingga peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi melibatkan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok resmi maupun informal dalam suatu organisasi. Komunikasi resmi merujuk pada komunikasi yang diakui oleh organisasi itu sendiri dan bertujuan untuk mendukung kinerja organisasi. Isinya berkaitan dengan proses kerja dalam organisasi, produktivitas, dan tugas-tugas yang dilakukan didalamnya. Sementara itu, komunikasi informal adalah komunikasi yang terjadi secara sosial, dengan fokus tidak hanya pada organisasi tetapi juga pada individu-individu anggota organisasi (Romli, 2011:12).

Pace da Faulos (2006), mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah interaksi di dalam organisasi, atau perilaku organisasi, apa yang terjadi, dan bagaimana orang-orang yang terlibat dalam proses berperilaku dalam menghadapi apa yang terjadi, yang memberikan makna pada apa yang dilakukan. Jika R. Wayne melihat komunikasi organisasi dari dua perspektif, maka berbeda dengan Redding dan Sanborn yang dikutip dalam buku *Organizational Communication* karya Muhammad

(2007: 23), yang menurutnya “komunikasi organisasi melibatkan proses pengiriman dan penerimaan informasi dalam bentuk yang kompleks. Dalam lingkup ini, termasuklah komunikasi internal, hubungan interpersonal, komunikasi hierarkis dari atasan ke bawahan, komunikasi vertikal dari bawah ke atas, komunikasi horizontal antar individu pada tingkat yang sama dalam organisasi, keterampilan komunikasi, kemampuan mendengar, dan program evaluasi komunikasi.

Katz dan Kahn, dikutip oleh Muhammad (2017: 65), mengatakan dalam komunikasi organisasi, bahwa komunikasi organisasi adalah arus informasi, pertukaran informasi dan transfer makna dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn (dalam Rohim, 2016:124), komunikasi organisasi merujuk pada proses pertukaran informasi, simbol, atau makna antar individu dan kelompok di dalam suatu organisasi. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit yang berkomunikasi dalam satu sama lain dan bekerja dalam hubungan hierarkis. Pada saat yang sama, definisi interpretatif komunikasi organisasi cenderung menekankan aktivitas pemrosesan pesan yang diwujudkan dalam “batas organisasi”. Fitur yang paling penting dari komunikasi organisasi adalah penciptaan, interpretasi, penggunaan tindakan oleh anggota organisasi. Bagaimana komunikasi berlangsung dalam suatu organisasi dan apa artinya ditentukan oleh persepsi organisasi (Mulyana, 2010:34).

Komunikasi organisasi adalah tampilan dan interpretasi pesan antara unit komunikasi dari organisasi tertentu. Komunikasi organisasi adalah proses memahami interaksi yang diciptakan, dipertahankan, dan diubah oleh organisasi. Komunikasi organisasi juga dapat diartikan sebagai proses pembentukan dan pertukaran pesan di dalam jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain, dengan tujuan menghadapi situasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan dan konstruksi makna antar unit organisasi, baik secara formal maupun informal. Komunikasi organisasi juga mencakup pergerakan informasi, pertukaran informasi, penyampaian makna dan pemrosesan pesan yang berkaitan dengan aktivitas organisasi. Fitur terpenting dari komunikasi organisasi adalah penciptaan, interpretasi, dan penggunaan tindakan anggota organisasi. Oleh karena itu, interpretasi organisasi komunikasi sangat penting karena dapat mempengaruhi bagaimana komunikasi terjadi dan apa artinya bagi organisasi itu sendiri.

Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri (2004:64), mengemukakan bahwa komunikasi organisasi memiliki tujuan sebagai saluran untuk menerapkan mekanisme perubahan dan menerima efeknya, sebagai sarana untuk mendorong atau memperkuat motivasi para mediator, dan sebagai sarana yang memungkinkan organisasi untuk berprestasi. Tujuan komunikasi dalam proses organisasi adalah untuk menumbuhkan rasa saling pengertian (*mutual understanding*) yang mengarah pada kesetaraan dalam hal kerangka acuan (*frame of references*) dan bidang pengalaman (*field of experiences*). Liliweri (2004), mengatakan komunikasi organisasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

1. Sebagai ukuran organisasi

Tujuan komunikasi internal dalam suatu organisasi adalah untuk mengkoordinasikan, di bawah pimpinan atau atasan dan bawahan, sebagian atau seluruh pembagian tugas dan fungsi organisasi untuk mencapai visi dan misi organisasi. Tanpa komunikasi, suatu organisasi hanyalah sekelompok orang yang terbagi dalam tugas dan fungsinya serta melakukan aktifitasnya tanpa saling berkomunikasi (tanpa sinkronisasi dan harmonisasi). Organisasi yang tidak dapat berkomunikasi atau berkoordinasi sama dengan organisasi yang memiliki sisi diskrit dan tidak memiliki sisi kolaboratif.

2. Berbagai informasi (*information sharing*)

Salah satu tujuan terpenting komunikasi adalah menghubungkan semua perangkat organisasi dengan tujuan organisasi. Tujuan pertukaran informasi adalah berbagi dan kemudian mengklasifikasikan informasi tentang tujuan organisasi, arah tugas dan pencapaian hasil yang menentukan.

3. Menunjukkan emosi dan perasaan

Organisasi terdiri dari sekelompok orang yang bekerja sendiri atau bekerja sama dengan orang lain. Mereka memiliki kebutuhan dan keinginan, perasaan dan emosi yang perlu mereka ungkapkan kepada orang lain.

Robbin dan Jones (1982), menyatakan bahwa tujuan komunikasi organisasi meliputi penyediaan informasi, umpan balik, kontrol, pengaruh, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan. Mencapai keputusan membutuhkan model komunikasi yang berbeda: pertukaran informasi, pendapat, pilihan yang berbeda, nilai positif atau negatif dari alternatif keputusan. Komunikasi dalam suatu organisasi sangat diperlukan untuk mendukung proses pengambilan keputusan, memfasilitasi perubahan, membentuk kelompok, dan menjaga hubungan antar anggota kelompok.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi organisasi memiliki tujuan untuk mengkoordinasikan tugas dan fungsi dalam organisasi, membagi informasi tentang tujuan organisasi dan arah tugas, serta menampilkan perasaan dan emosi anggota organisasi. Tujuan komunikasi organisasi juga mencakup memberikan informasi, umpan balik, pengendalian, pengaruh, memecahkan persoalan, dan pengambilan keputusan. Komunikasi dalam organisasi sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi dan membantu proses pengambilan keputusan. Tanpa komunikasi, organisasi hanya merupakan kumpulan orang yang melaksanakan tugas mereka tanpa sinkronisasi dan harmonisasi, sehingga kurang menggambarkan aspek kerja sama dalam sebuah organisasi.

Motivasi

Menurut Sardiman (2011:73), motivasi memiliki asal kata dari “motif”, yang mengacu pada kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Motif juga dapat diartikan sebagai kondisi internal atau kesiapan. Terjadinya perubahan energi dalam diri seseorang ditandai dengan munculnya emosi, yang dipicu oleh motivasi untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk bertindak. Seseorang umumnya melakukan tindakan karena ada alasan yang mendorong mereka

untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini, motivasi adalah keinginan yang dipicu oleh tujuan yang jarang terjadi tanpa adanya stimulasi. Istilah seperti kebutuhan, keinginan, hasrat dan dorongan, memiliki kesamaan makna dengan motif, dan dari sinilah muncul istilah motivasi (Mathis dan Jackson, 2009: 114-115). Motivasi juga dapat diartikan sebagai kekuatan dalam diri seseorang atau faktor yang menyebabkan, mengarahkan dan mengatur tingkah lakunya (Handoko, 2002:9).

Griffin (2003:38), mengungkapkan bahwa motivasi merupakan kombinasi faktor-faktor yang mendorong individu untuk berperilaku dalam pola tertentu. Motivasi ini mencakup kekuatan internal dan eksternal yang memengaruhi semangat dan perlawanan individu dalam menjalankan serangkaian aktivitas tertentu. Sedangkan Mangkunegara (2008:93), mengatakan bahwa motivasi adalah suatu kondisi yang membuat karyawan mencapai tujuan motivasinya. Hasibuan (2008:95), motivasi kerja dapat diartikan sebagai faktor pendorong yang membangkitkan semangat kerja individu mendorong mereka untuk bekerja sama, bekerja secara efektif dan berintegrasi dalam semua aspek untuk mencapai kepuasan. Sementara itu, menurut Suryabrata (dalam Aryani dkk, 2013), motivasi merupakan kondisi dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan tindakan tertentu guna mencapai tujuan tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu kekuatan atau faktor yang memotivasi seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu untuk mencapai suatu tujuan atau memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan. Motivasi dapat timbul dari keadaan internal atau eksternal seseorang dan dapat dipicu oleh berbagai faktor seperti lingkungan, pekerjaan, kebutuhan, dan keinginan. Motivasi juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan atau keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan tindakan tertentu guna mencapai suatu tujuan atau memenuhi kebutuhan. Pertama-tama motivasi kerja adalah gaya atau tenaga pendorong yang menimbulkan semangat dalam diri seseorang untuk bekerja sama, melakukan pekerjaan yang efisien dan memadukan segala sesuatu untuk mencapai kepuasan.

Tujuan Motivasi

Secara umum tujuan motivasi adalah menggerakkan atau membangkitkan semangat dalam diri seseorang untuk menimbulkan keinginan atau hasrat untuk berbuat sesuatu guna mencapai suatu hasil atau tujuan (Purwanto, 2006: 73). Di sisi lain Hasibuan (2005: 146), menjelaskan bahwa tujuan motivasi adalah untuk:

- a. Meningkatkan semangat kerja karyawan dan kepuasan kerja
- b. Meningkatkan produktivitas tenaga kerja karyawan
- c. Menjaga stabilitas karyawan perusahaan
- d. Peningkatan disiplin pegawai
- e. Memfasilitasi perekrutan karyawan
- f. Membangun lingkungan kerja yang baik dan hubungan manusia
- g. Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan keterlibatan karyawan
- h. Meningkatkan tingkat kesejahteraan pegawai
- i. Meningkatkan akuntabilitas karyawan atas pekerjaan mereka

- j. Menggunakan lebih banyak alat dan bahan baku

Namun Mohyi (2016), juga menyebutkan tujuan motivasi sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan semangat kerja dan disiplin karyawan (meningkatkan semangat kerja)
- 2) Meningkatkan rasa memiliki, loyalitas, dan keterlibatan karyawan
- 3) Meningkatkan kreativitas dan kemampuan mengembangkan karyawan
- 4) Meningkatkan produktivitas (prestasi) karyawan
- 5) Meningkatkan kesejahteraan karyawan dan kepuasan kerja

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan motivasi adalah untuk meningkatkan semangat dan keinginan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan memotivasi konteks organisasi adalah untuk meningkatkan kinerja karyawan dan kepuasan kerja serta menciptakan lingkungan kerja yang baik dan produktif. Tujuan motivasi juga untuk meningkatkan loyalitas, kreativitas, partisipasi, tanggung jawab dan kemampuan untuk mengembangkan staf. Selain itu, tujuan motivasi termasuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dan membuat penggunaan alat dan bahan baku menjadi lebih efisien. Oleh karena itu, motivasi merupakan faktor yang sangat penting dalam mencapai tujuan dan keberhasilan organisasi.

Hubungan Komunikasi Organisasi dan Motivasi

Komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap motivasi karyawan. Karyawan yang merasa terhubung dengan organisasi dan memiliki saluran komunikasi yang terbuka cenderung lebih termotivasi dan berkomitmen terhadap pekerjaannya. Penelitian Yavas dan Babakus (2008), menunjukkan bahwa komunikasi yang terbuka, efektif, dan konsisten antara manajer dan karyawan dapat meningkatkan kepuasan kerja dan motivasi karyawan. Selain itu, penelitian lain oleh kreitner dan kinick (2013), menemukan bahwa karyawan yang merasa terhubung dengan organisasi dan merasa didukung oleh manajer dan rekan kerja cenderung memiliki motivasi kerja yang lebih tinggi.

Selain itu, komunikasi juga dapat mempengaruhi persepsi karyawan terhadap tujuan dan visi organisasi. Biasanya, karyawan yang memahami dengan jelas tentang tujuan dan visi organisasi dan merasa bahwa kontribusi mereka terhadap pencapaian tujuan tersebut penting, lebih termotivasi dalam pekerjaannya. Secara umum hubungan antara komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan sangat erat. Berkat saluran komunikasi yang terbuka dan efektif karyawan dapat merasa terhubung dengan organisasi dan memiliki pemahaman yang jelas tentang tujuan dan visi organisasi, yang meningkatkan motivasi kerja mereka.

Hubungan antara komunikasi organisasi dengan motivasi kerja sangat penting dan saling berhubungan. Komunikasi organisasi yang efektif dapat mempengaruhi motivasi karyawan. Dalam organisasi dengan komunikasi yang baik, karyawan merasa lebih terlibat dan termotivasi untuk melakukan pekerjaan mereka secara efektif dan efisien. Komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan dapat memberikan penghargaan atas kinerja yang lebih baik, memberikan umpan balik positif dan negatif

serta memberikan arahan yang jelas untuk tugas dan tanggung jawab mereka. Karyawan yang merasa dihargai dan menerima umpan balik yang konstruktif dari atasannya merasa dihargai dan termotivasi untuk terus meningkatkan kinerjanya.

Selain itu, komunikasi yang efektif dapat membantu karyawan merasa dilibatkan dalam keputusan penting yang memengaruhi pekerjaan mereka. Karyawan yang merasa terlibat dalam keputusan penting merasa lebih terlibat dan bergairah dengan pekerjaan mereka. Dalam hal ini, komunikasi dan organisasi juga berfungsi sebagai cara untuk menyampaikan visi dan misi perusahaan, sehingga karyawan dapat merasa terlibat dalam pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan. Mengetahui visi dan misi organisasi, visi dan misi karyawan perusahaan, sehingga karyawan merasakan partisipasinya dalam pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan. Dengan mengetahui visi dan misi organisasi, karyawan merasa memiliki tujuan yang jelas dan hal ini memotivasi mereka untuk bekerja lebih giat untuk mencapai tujuan tersebut.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi yang efektif berperan penting dalam memotivasi karyawan. Dengan komunikasi organisasi yang baik, karyawan merasa terlibat, lebih dihargai dan lebih termotivasi untuk melakukan pekerjaannya dengan baik dan mencapai tujuan organisasi.

SIMPULAN

Komunikasi organisasi melibatkan pertukaran pesan organisasi di dalam kelompok formal dan informal dalam suatu organisasi. Proses komunikasi organisasi mencakup penciptaan makna sebagai cara untuk memahami interaksi dan tindakan yang terjadi di dalam organisasi, serta bagaimana orang-orang yang terlibat dalam proses tersebut bertemu dan memahami apa yang terjadi. Dalam konteks ini, komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai penyampaian dan interpretasi pesan antar unit komunikasi yang dimiliki oleh suatu organisasi. Tujuan komunikasi dalam konteks organisasi adalah membangun saling pengertian (*mutual understanding*) yang menciptakan kesetaraan dalam kerangka referensi (*frame of references*) dan pengalaman (*field of experiences*). Komunikasi organisasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu: sebagai aktivitas organisasi itu sendiri, sebagai pertukaran informasi (*sharing of information*), serta sebagai ekspresi perasaan dan emosi. Motivasi adalah suatu kekuatan atau faktor yang memotivasi seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu untuk mencapai suatu tujuan atau memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan. Motivasi dapat timbul dari keadaan internal atau eksternal seseorang dan dapat dipicu oleh berbagai faktor seperti lingkungan, pekerjaan, kebutuhan, dan keinginan. Pada umumnya, tujuan dari motivasi adalah merangsang atau menginspirasi individu agar memunculkan keinginan dan hasrat untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan dan mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi yang efektif berperan penting dalam memotivasi karyawan. Dengan komunikasi organisasi yang baik, karyawan merasa terlibat, lebih dihargai dan lebih termotivasi untuk melakukan pekerjaannya dengan baik dan mencapai tujuan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, L., dkk. (2013). *Pengaruh Pemanfaatan Lingkungan Alam Sekitar dalam Proses Pembelajaran Terhadap Keterampilan Proses Sains dan Hasil belajar IPA Kelas V SD Gugus IV Kecamatan Sukasade*. E-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha. Vol 3.
- Decenzo, David dan Robbins Stephen. (2005). *Fundamental of Human Resource Management*. New Jersley: Jhon Wiley & Sons, isc.
- Griffin. (2003). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Hamzah, Amir. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Pengembangan*. Malang: Literasi Nusantara.
- Handoko, Hani T. (2002). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Melayu S.P. (2008). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinick. (2013). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Selemba Empat.
- Liliwari, Alo. (2004). *Wacana Komunikasi Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Mangkunegara, A.P. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosda.
- Mathis, Robert L dan Jhon H. Jackson. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Buku Dua*. Jakarta: Selemba Empat.
- Mohyi, Ach. (2016). *Teori dan Perilaku Organisasi*. Malang: UMM Press.
- Mulyana, Dedy. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. (2017). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pace, R. Wayne and Faules. (2006). *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbin, J. G. dan Jones, B. S. (1982). *Effective Communication For Today's*. Jakarta: Tulus Jaya.
- Rohim, Syaiful. (2016). *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Romli, Khomsahrial. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.
- Purwanto, Ngalim. (2006). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sardiman, A. M. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yavas, U & Babakus, E. (2008). "Attitudinal and Behavioral Consequences of Work Family Conflict and Family- Work Conflict: Does Gender Matter?". *International Journal of Service Industry Managemen*. Vol 19. No. 1.