

# HUBUNGAN KEGIATAN *EMPLOYEE RELATIONS* TERHADAP KEPUASAN KOMUNIKASI KARYAWAN COLUMBIA KOTA PADANGSIDIMPUAN

Silviana Batubara

[batubarasilviana@gmail.com](mailto:batubarasilviana@gmail.com)

Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan

## ABSTRAK

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi, yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidimpuan. Untuk mengetahui Sejauh mana Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Teknik statistik yang digunakan dalam analisa korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson untuk menghitung koefisien korelasi. Dari penjelasan perhitungan menggunakan *Pearson product moment* apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka hipotesa diterima, dan apabila sebaliknya maka hipotesa ditolak. Berdasarkan analisa korelasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut: besar  $r_{XY}$  adalah 0,88 dan apabila dibandingkan dengan nilai interpretasi 0,88 terletak antara  $0,80 < r < 1,00$  yang artinya korelasi sangat tinggi. 77,4% Hubungan Kegiatan *Employee Relations* dapat dijelaskan oleh Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidimpuan. Sisanya 22,6% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dibahas dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan dapat dianalisis nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,43, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 55$  sebesar 2,00 yang terdapat pada lampiran. Dengan demikian  $t_{hitung}$  sebesar  $13,48 > t_{tabel} 2,00$  dari hasil tersebut keputusannya yang dapat diambil yaitu menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , maka Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidimpuan.

Kata kunci : *Employee Relations*, Kepuasan, Komunikasi.

## ABSTRACT

*Communication has a very important role in human life, both individually, in groups, and in organizations. Communication in organizations has a high complexity, namely how to convey information and receive information is not easy, and a challenge in the communication process. This study aims to determine the relationship between Employee Relations Activities and Columbia Satangsidimpuan Employee Communication Satisfaction. To find out the extent of the Relationship*

between Employee Relations Activities and Columbia Satangsidimpuan Employee Communication Satisfaction. This research was conducted using quantitative descriptive analysis methods. The statistical technique used in correlation analysis in this study uses Pearson Product Moment correlation, which is one of the techniques developed by Karl Pearson to calculate correlation coefficients. From the explanation of calculations using the Pearson product moment if  $r > r_{table}$  then the hypothesis is accepted, and if the reverse is then the hypothesis is rejected. Based on the analysis of the correlation can be described as follows: the magnitude of  $r_{XY}$  is 0.88 and when compared with the interpretation value of 0.88 lies between  $0.80 < r < 1.00$  which means the correlation is very high. 77.4% Relationship Employee Relations Activities can be explained by Columbia Satangsidimpuan Employee Communication Satisfaction. The remaining 22.6 %% was caused by other variables not included discussed in this study. From the calculation results, the  $t$ -value of 2.43 can be analyzed, while the value of  $t_{table}$  with  $df = 55$  of 2.00 is contained in the appendix. Thus the  $t_{count}$  of 13.48  $> 2.00$  table of the results of the decision that can be taken is to reject  $H_0$  and accept  $H_a$ , then the Relationship of Employee Relations Activities to the Communication Satisfaction of Columbia Employees in Padangsidimpuan City.

**Keywords:** Employee Relations, Satisfaction, Communication.

## I. PENDAHULUAN

Setiap organisasi, baik organisasi non-profit ataupun organisasi profit tentunya memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Dalam upaya mencapai tujuan-tujuan tersebut maka dibutuhkan kerjasama yang baik di antara sumber daya yang terdapat dalam organisasi. Salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi adalah karyawan. Karyawan merupakan salah satu anggota organisasi yang dapat menentukan keberhasilan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Tanpa adanya dukungan yang baik dari para karyawan maka organisasi akan sulit dalam mencapai tujuan-tujuannya. Karyawan dapat berkerja dengan baik apabila di dalam organisasinya terdapat bentuk hubungan dan komunikasi yang baik antara perusahaan yang diwakili oleh pihak manajemen dan para karyawan sebagai bawahannya.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi, yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya. Dalam komunikasi organisasi, aliran informasi merupakan proses yang rumit, karena melibatkan seluruh bagian yang ada dalam organisasi. Informasi tidak hanya mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga sebaliknya dari bawah ke atas dan juga mengalir diantara sesama karyawan.

Untuk membentuk kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggota, maka dibutuhkan bentuk hubungan serta komunikasi yang baik antara para anggota organisasi. Organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi. Apabila tidak ada komunikasi, koordinasi kerja tidak mungkin dilakukan. Komunikasi dalam organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota organisasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Dalam fungsi *public relations* terdapat berbagai macam bentuk hubungan yang dapat dilakukan. Diantaranya yang umum dilakukan adalah, *community relations*, *government relations*, *consumer relations*, *investor relations*, *media relations* dan *employee relations*. Semua bentuk hubungan-hubungan tersebut diatur oleh *public relations*, dengan tujuan untuk mencapai pengertian public (*public understanding*), kepercayaan publik (*public confidence*), dukungan public (*public support*), dan kerjasama publik (*public cooperation*).

Salah satu bentuk hubungan dalam *public relations* yang mengatur hubungan antara perusahaan dan para karyawannya adalah *employee relations*. *Employee relations* dilakukan antara lain adalah untuk menciptakan bentuk hubungan atau

komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis di antara keduanya.

Dengan kata lain, *employee relations* bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kerjasama (*relationship*) serta loyalitas diantara pihak manajemen dengan para karyawannya.

Aktivitas *employee relations* yang berlangsung dalam organisasi akan berdampak langsung terhadap iklim komunikasi dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi yang di dalamnya terdapat komunikasi yang merupakan hasil dari persepsi karyawan terhadap kegiatan komunikasi yang berlangsung di dalam perusahaan.

Dengan demikian apabila karyawan mempersepsikan bahwa aktivitas *employee relations* yang berlangsung dalam organisasi tidak menciptakan iklim komunikasi dalam kondisi yang baik di dalam organisasi, tentunya hal tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku dan partisipasi karyawan dalam perusahaan. Sehingga hal tersebut mempengaruhi usaha organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Iklim komunikasi tertentu memberi pedoman bagi keputusan dan perilaku individu. Keputusan-keputusan yang diambil oleh karyawan untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikat diri mereka dengan organisasi, untuk bersikap jujur dalam berkerja, untuk mendukung para rekan sekerja lainnya untuk melaksanakan tugas secara kreatif, dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif organisasi, semua ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi.

Kegiatan *employee relations* bertujuan untuk menciptakan iklim komunikasi yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, yaitu iklim komunikasi yang dapat

berkembang dengan baik, iklim komunikasi yang dapat meningkatkan saling keterbukaan dan hubungan baik antara pihak manajemen dan setiap karyawan, iklim komunikasi yang berorientasi pada kepentingan karyawan, dan dapat membangkitkan minat dan semangat kerja yang mengarahkan pada produktivitas kerja karyawan. Pembahasan mengenai iklim komunikasi maka tidak lepas dari kepuasan komunikasi yang merupakan hasil dari iklim organisasi yang terdapat dalam organisasi.

Kepuasan komunikasi ini cenderung menyoroti tingkat kepuasan individu dalam lingkungan komunikasinya. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa iklim komunikasi tertentu memiliki pengaruh terhadap keputusan dan

perilaku karyawan di dalam organisasinya. Maka setiap organisasi harus dapat melakukan kegiatan *employee relations* yang dapat menciptakan kepuasan komunikasi karyawan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dengan ini penulis tertarik untuk mengangkat judul ” **Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan**”.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Tentang *Public Relations*

Menurut M LInggar Anggara (2002: 2), Perusahaan atau lembaga dalam melaksanakan kegiatannya selalu melakukan interaksi dengan publiknya dan berusaha menjalin hubungan yang baik dengan publiknya. Publik yang dimaksud adalah *public internal* maupun eksternal. Hubungan yang dijalin ini untuk membentuk *goodwill*, mencapai pengertian yang baik dan mempertahankan eksistensinya dalam masyarakat.

Menurut Danan Djaja (2005: 26-27) Dalam membina hubungan tersebut, perusahaan membutuhkan suatu fungsi atau badan yang dapat menjalankan komunikasi yang efektif dengan public. Fungsi yang memenuhi tinjauan diatas adalah *public relations* yang berfungsi menciptakan , memelihara dan meningkatkan hubungan baik antara komponen dalam suatu lembaga untuk memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan opini public yang menguntungkan dalam mencapai kerjasama yang baik.

Praktek *public relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalm rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Upaya yang perencanaan dan berkesinambungan ini berarti *public relations* adalah suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semua itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Jadi, *public relations* sama sekali bukanlah kegiatan yang sifatnya sembarangan atau dadakan. Tujuan utamanya adalah “ menciptakan dan memelihara saling pengertian” maksudnya untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya satupenggal kata “saling” maka

organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengannya (istilah yang umum adalah “khalayak” atau *public*) (Jenkins, 2002 : 8)

Menurut Siswanto (2002 : 25), tahap-tahap atau proses public relations adalah:

1. *Fact Finding* ( Pengumpulan Data)
2. *Planning* (Perencanaan)
3. *Communicating* ( komunikasi)
4. *Evaluating* (Evaluasi)

*Public relations* merupakan suatu bidang memerlukan segi perencanaan yang matang (*planned*), sama dengan bidang periklanan yang melakukan “ komunikasi” yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk (*persuasive*). Penyandang profesi *public relations officer* (pejabat humas), dalam menjalankan tugas dan fungsinya harus selalu berusaha memenuhi keinginan perusahaan atau lembaga yang diwakilinya, apa dan bagaimana aktivitas dan kegiatan organisasi tersebut harus diinformasikan, temanya apa, untuk berapa lama, sejauh mana dukungan dana, manajemen dan fasilitas, serta dapatkah memenuhi atau mencapai target (Ruslan, 2007 : 6).

Hal yang teramat penting bagi seorang *public relations officer* adalah harus mahir dalam berkomunikasi agar tujuan bisa dicapai secara efisien dan efektif komunikasinya dengan sasaran khalayak, dapat menjamin opini public dengan baik. Publikasi atau publisitas merupakan salah satu relasi komponen-komponen yang cukup berperan banyak untuk menunjang keberhasilan dalam publikasi, khususnya dalam kampanye public relations. Peranan pokok atau tanggung jawab *public relations* adalah bagaimana menciptakan kepercayaan, *goodwill*, dan kejujuran dalam menyampaikan pesan atau informasi, serta publikasi yang positif kepada khalayak yang didukung dengan kiat-kiat dan taktik serta teknik dalam berkampanye untuk memperoleh citra. Disamping itu *public relations* harus proaktif, dinamis, kreatif dan antisipatif untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi dengan tepat baik dibidang komunikasi, informasi, politik, ekonomi dan social baik didalam maupun diluar negeri. Oleh karena perusahaan, lembaga atau organisasi tidak akan lepas dari pengaruh dan persaingan serta kemungkinan adanya persoalan dan perubahan yang cepat yang ditunjang dengan teknologi serba canggih dalam era globalisasi (Ruslan, 2007 : 57).

### **Pengertian *Internal Relations***

Di dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan akan berhadapan dengan publik yang beraneka ragam. Publik atau *stakeholder* perusahaan tersebut dapat digolongkan ke dalam dua bagian yaitu *stakeholder internal* dan *stakeholder external*. *Stakeholder internal* adalah stakeholder yang berada di dalam perusahaan sedangkan *stakeholder external* adalah stakeholder yang berada di luar perusahaan.

*Internal relations* dapat didefinisikan bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan cara menjalin kerjasama dengan seluruh lingkungan kerja, baik itu pemegang saham, manajer, atasan dan seluruh karyawan yang ada. Menurut Ruslan (2007:252), hubungan publik internal tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait satu sama lain.

*Internal public relations* yang salah satu bagian perusahaan serta biro konsultan yang berdiri sebagai perusahaan jasa yang secara eksklusif di bidang kehumasan. Besar kecilnya departemen *Internal Public Relations* dari suatu perusahaan bergantung pada tiga hal utama yaitu:

1. Ukuran atau skala perusahaan itu sendiri.
2. Nilai atau arti penting fungsi-fungsi humas di mata pihak manajemen atau pimpinan perusahaan yang bersangkutan.
3. Karakteristik khas kehumasan yang memang berbeda-beda bagi masing-masing perusahaan ( Anggoro, 2001:211-212).

Tingkat efektivitas *Internal Public Relations* juga dapat dipengaruhi tiga hal pokok yaitu:

1. Keterbukaan pihak manajemen.
2. Kesadaran dan pengakuan pihak manajemen akan nilai dan arti penting komunikasi dengan para karyawan.
3. Keberadaan seorang manajer komunikasi yang tidak hanya ahli dan berpengalaman, tetapi juga didukung oleh sumber-sumber daya teknis yang modern.

*Internal Relations* menempatkan karyawan atau anggota perusahaan sebagai komponen yang penting dalam kerja humas. Karyawan yang

mempunyai semangat kerja yang tinggi merupakan salah satu tujuan dari *Internal Public Relations*. Hubungan pimpinan dan bawahan akan berjalan dengan baik bila kedua belah pihak saling membutuhkan satu sama lainnya. Untuk menciptakan suasana yang harmonis seorang pimpinan harus berkomunikasi dengan bawahan baik secara vertical maupun horizontal.

Dalam usaha-usaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dalam perusahaan itu terutama bagi keuntungan perusahaan itu sendiri, komunikasi yang bersifat *two way communications* penting sekali dan mutlak harus ada yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan yang merupakan *feed back* yang berdasarkan *good human relations* (Abdurahman, 2005:34). Hubungan masyarakat internal (*internal public relations*) dalam sebuah perusahaan terdiri dari beberapa tingkatan yaitu:

- a. Hubungan dengan pekerja atau karyawan (*employee relations*) pada umumnya, beserta keluarga karyawan khususnya.
- b. Hubungan dengan pihak jajaran pimpinan dalam manajer perusahaan (*management relations*) baik di level korporat atau level sebagai pelaksana.
- c. Hubungan dengan pemilik perusahaan atau pemegang saham (*stakeholder relations*) (Ruslan,2007:254).

### **Pengertian *Employee Relations***

Karyawan didalam perusahaan merupakan aset yang sangat penting dan dalam dunia *public relations* dikenal dengan hubungan masyarakat internal (*employee relations*) yaitu publik yang terdiri dari para pekerja (karyawan) menjadi bagian utama dari unit usaha perusahaan itu sendiri.

*Employee relations* (hubungan dengan kepegawaian) atau disebut *Publik Internal* atau juga hubungan masyarakat *internal* adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya. (Ruslan, 2007:279).

*Employee relations* ( hubungan kepegawaian) tersebut bukanlah dilihat dalam pengertian sempit yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses produksi dan upah yang terkait

dengan lingkungan kerja, tetapi pengertiannya lebih dari itu yang dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya atau hubungan karyawan dengan manajemen perusahaan yang efektif (Ruslan, 2007:275)

Efektifitas hubungan *internal* tersebut akan memerlukan suatu kombinasi antara lain:

1. Sistem manajemen yang sifatnya terbuka (Open Management).
2. Kesadaran pihak manajemen terhadap nilai dan pentingnya memelihara komunikasi timbal balik dengan para karyawannya.
3. Kemampuan manajer humas yang memiliki keterampilan manajerial serta berpengalaman atau mendapatkan dukungan kualitas sumber manusianya, pengetahuan, media dan teknis komunikasi yang dipergunakan (Ruslan,2007:271-272).

Manajemen humas dalam mengelola *employee relations* merupakan salah satu sarana manajemen yang bersifat teknis dan praktis, yaitu berupaya melakukan hubungan komunikasi yang efektif melalui suri tauladan yang dimulai dari atasan dan termasuk adanya komitmen bersama untuk melaksanakan budaya perusahaan baik di tingkat manajemen korporat maupun tingkat pelaksanaan.

*Employee relations* sendiri sebenarnya merupakan bagian dari kegiatan humas internal. Hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi lebih fokus pada aspek-aspek manusiawi. Sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi di kalangan pegawai atau karyawan.

Maksud dan tujuan kegiatan internal relations yang dilaksanakan melalui kegiatan *employee relations*, antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi atau perusahaan.
- b. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan dalam komunikasi antara manajemen perusahaan dengan karyawannya.

- c. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi atau perusahaan.
- d. Sebagai sarana media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemn perusahaan (pimpinan).

Kegiatan *employee relations* dalam suatu perusahaan atau organisasi dapat dilaksanakan dalam bentuk :

- a. Program Pendidikan dan Pelatihan
 

Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yakni dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (skill) karyawan dan kualitas maupun kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya.
- b. Program Motivasi Kerja Berprestasi
 

Program ini diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan itu keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.
- c. Program Penghargaan
 

Dimaksudkan adalah upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini, penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.
- d. Program Acara Khusus
 

Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesame karyawan dan pimpinan.
- e. Program Media Komunikasi Internal
 

Membentuk program media komunikasi internal melalui bulletin, news release, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau

perusahaan dengan pimpinan (Ruslan, 2007:283-284).

Melalui kegiatan *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki, motivasi, kreativitas yang tinggi dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Disamping itu akan mengurangi timbulnyadampak negatife terhadap manajemen suatu perusahaan seperti akan timbulnya rasa kejenuhan, kebosanan, bagi para pekerjanya yang nantinya akan berakibat pada rendahnya loyalitas dan produkrivitas karyawan kepada perusahaan.

### Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan Latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang berarti sama; sama disini maksudnya sama makna atau sama arti.

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Effendy, 2000:25)

Menurut Harnack dan Fest seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat menganggap komunikasi sebagai " proses interaksi di antara orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal". (Rakhmat, 2003 :8)

Edwin Neuman juga seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi sebagai " proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi". (Rakhmat, 2003 : 8)

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. (Effendy, 2000:26)

Dalam "bahasa" komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicatee*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jadi analisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan selalu menyatu secara terpadu; secara teoritis tidak mungkin hanya pikiran saja atau perasaan saja, masalahnya mana diantara pikiran dan perasaan yang dominan. Yang paling sering adalah pikiran yang dominan; jika perasaan yang mendominasi pikiran hanyalah dalam situasi tertentu, misalnya suami sebagai komunikator ketika sedang marah mengucapkan kata-kata yang menyakitkan.

Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Jika tidak terjadi kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi (*communication actor*), yakni komunikator dan komunikan itu, dengan kata lain komunikan tidak mengerti pesan yang diterimanya maka komunikasi tidak akan terjadi. Dengan rumusan lain, situasi tidak komunikatif.

Schramm menyatakan bahwa *field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila pengalaman komunikator sama dengan pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, jika pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain; dengan perkataan lain situasi menjadi komunikatif; atau dengan rumusan lain disebut *misscommunication* (miskomunikasi). Dan masih banyak lagi faktor-faktor lain yang menyebabkan terjadinya miskomunikasi atau komunikasi yang salah itu.

## Proses Komunikasi

Agar lebih jelas membahas mengenai proses komunikasi maka proses komunikasi dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif.

### 1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Komunikasi terdiri dari dua aspek yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah bahasa. Isi pesan itu *picture in our head*, sedangkan yang lain menamakannya *das Bewusstseininhalte*. Proses 'mengemas' atau 'membungkus' pikiran

dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian ia transmisikan atau dikirimkan kepada komunikan. Proses dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi bungkusan tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

### 2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau melemparkan dengan lisan atau tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan.

Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Adakalanya komunikannya seorang, maka komunikasi dalam situasi seperti ini dinamakan komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi, kadang-kadang komunikannya sekelompok orang yang disebut dengan komunikasi kelompok; acapkali komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi ini disebut komunikasi massa.

Untuk jelasnya proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi :

#### a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau salurannya.. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (*gesture*) yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna dan lain sebagainya.

#### b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai

media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikasi yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya. Kalau komunikasi jauh menggunakan surat atau telepon, apabila banyak dipergunakan penguat suara, apabila jauh dan banyak maka menggunakan surat kabar, radio atau televisi.

Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi.

c. Proses komunikasi secara linear

Istilah linear mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal.

Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face to face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Proses komunikasi secara linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui media telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, melainkan dialogis, tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d. Proses komunikasi secara sirkular

Sirkular sebagai terjemahan dari kata *circular* secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling sebagai lawan dari perkataan linear yang bermakna lurus. Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses secara sirkular itu adalah terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu adakalanya *feedback* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah *response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan baliknya itu positif atau negatif. Bila positif ia patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga ia harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif. (Effendy, 2000:28)

### III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam mencapai suatu tujuan dalam penelitian. Dalam melakukan sebuah penelitian memerlukan suatu pendekatan atau metode penelitian. Metode penelitian adalah suatu cara yang akan menentukan langkah – langkah yang akan ditempuh pada saat kegiatan penelitian. Metode penelitian dapat diartikan sebagai rangkaian cara atau kegiatan pelaksanaan penelitian yang didasari oleh asumsi – asumsi dasar, pandangan – pandangan filosofis dan ideologis, pertanyaan dan isu – isu yang dihadapi.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam bukunya “Metode Penelitian Bisnis” (2012:14) menyatakan bahwa :“Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.”

Jadi berdasarkan pengertian di atas metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat melalui pendekatan kuantitatif dan tes statistik, sehingga hasil akhir penelitian merupakan verifikasi dari suatu teori, apakah teori tersebut diterima atau ditolak. Hasil penelitian berupa generalisasi, untuk kesimpulan umum yang dibuat atas dasar fakta empiris tentang sampel penelitiannya. Sedangkan desain penelitian yang digunakan oleh penulis di dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang melihat unit sosial sebagai suatu keseluruhan, apakah unit tersebut adalah perseorangan ataupun kelompok sosial lainnya.

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, baik berupa manusia, benda, peristiwa maupun gejala yang terjadi. Populasi ini sangat penting karena hal ini merupakan variabel yang diperlukan untuk memecahkan masalah sehingga tujuan penelitian dapat dicapai.

Populasi ini sangat penting sebab dengan mengetahui populasi maka dapat ditetapkan

pengambilan data yang diperlukan. Sejalan dengan hal itu Nurul Zuriah (2009:116) mengatakan bahwa: “Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan”.

Berdasarkan pendapat tersebut populasi penelitian ini adalah Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan berjumlah 55 orang.

Sampel adalah suatu proses penarikan sebagai subjek, gejala atau objek yang ada pada populasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Anas Sudjono (2009:20) mengatakan bahwa: ”Sampel adalah bagian terkecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Berdasarkan pendapat di atas, maka penulis mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel penelitian yaitu 55 Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan.

Instrumen yang baik dalam suatu penelitian sangat penting sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Penyusunan instrumen dilakukan berdasarkan kepada kedua variabel, Variabel bebas (*independent Variabel*) adalah Kegiatan *Employee Relations* (X) dan Variabel terikat (*dependent Variabel*) adalah Kepuasan Komunikasi Karyawan (Y).

Untuk menjangkau data yang dibutuhkan pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan dua cara. Mengenai pentingnya ketetapan memilih alat pengumpul data yaitu kualitas data ditentukan oleh alat pengambil data atau alat pengukurannya. Kalau alat datanya cukup reliabel dan valid, maka datanya juga akan cukup reliabel dan valid. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh berbagai informasi yang dapat membantu dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung objek dalam penelitian ini yaitu karyawan yang berada di Columbia Kota Padangsidempuan yang digunakan dalam memperoleh data dan informasi adalah :

- a. Wawancara, dalam hal ini penulis secara langsung mengadakan wawancara dengan pihak karyawan yang berada di Columbia Kota Padangsidempuan atau bagian yang dianggap lebih mengetahui informasi yang dibutuhkan.
- b. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan yang dilakukan.
- c. Angket/Kuesioner, teknik ini dilakukan dengan cara menyebar angket/kuesioner kepada responden.

Untuk melakukan analisa data mengenai hubungan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik statistik dengan menggunakan analisa korelasi. Bilamana kenaikan nilai variabel X selalu disertai kenaikan nilai variabel Y, dan sebaliknya, turunnnya nilai variabel X selalu diikuti oleh turunnnya nilai variabel Y, maka hubungan seperti itu disebut hubungan yang positif. Akan tetapi sebaliknya, bilamana nilai variabel X yang tinggi selalu disertai oleh variabel Y yang rendah nilainya, dan sebaliknya, bilamana nilai variabel X yang rendah selalu diikuti oleh nilai variabel Y yang tinggi, hubungan antara kedua variabel itu disebut hubungan negatif.

Teknik statistik yang digunakan dalam analisa korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson untuk menghitung koefisien korelasi. Kegunaan uji *Pearson Product Moment* atau analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan variabel.

Sedangkan analisa data statistik adalah untuk mendapatkan gambaran seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Adapaun rumus yang digunakan adalah “r” Product Moment dari Pearson, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum x_i y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

$R_{xy}$  : Angka indeks korelasi “r” product moment

$\sum X$  : Jumlah skor distribusi X

$\sum Y$  : Jumlah skor distribusi Y

- $\sum X^2$  : Jumlah kuadrat skor distribusi X
- $\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat skor distribusi Y
- N : Jumlah responden
- $\sum XY$  : Jumlah perkalian skor X dan Y

Sedangkan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari koefisien korelasi variabel independen terhadap variabel dependen maka dapat menggunakan uji statistik diantaranya :

1. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (desain usaha) terhadap variabel dependen (tingkat pengujung). Koefisien Determinan ( $R^2$ ) pada intinya mengukur kebenaran metode korelasi. Dimana analisisnya adalah apabila nilai  $R^2$  mendekati angka 1, maka variabel independen semakin mendekati hubungan dengan variabel dependen sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan metode tersebut dapat dibenarkan.

Menurut Arikunto (2002:128) yaitu,

“Metode yang baik adalah metode yang meminimumkan residual berarti variasi variabel independen dapat menerangkan variabel dependennya sehingga diperoleh korelasi yang tinggi antara variabel dependen dan variabel independen.”

Akan tetapi ada kalanya dalam penggunaan koefisien determinasi terjadi bisa terhadap satu variabel independen yang dimasukkan dalam metode.

Setiap tambahan satu variabel independen akan menyebabkan peningkatan  $R^2$ , tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (memiliki nilai t yang signifikan).

2. Uji Statistik t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata. Untuk mengkaji pengaruh variabel independen terhadap dependen secara individu dapat dilihat hipotesis berikut:

Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima (signifikan) dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima (tidak signifikan). Uji t digunakan untuk membuat keputusan apakah hipotesis terbukti atau tidak, dimana tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5%.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa korelasi *Product’s Moment* digunakan untuk menganalisa apakah Pengaruh Siklus Hidup Organisasi terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Padangsidempuan. Berdasarkan dari analisis korelasi *Product’s Moment* antara variabel dependen dengan variabel independen dengan rumus yang telah dilakukan terlihat di bawah ini:

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

$$r_{xy} = \frac{55.14288 - (777)(829)}{\sqrt{\{55.13547 - (777)^2\} \{55.15785 - (829)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{785840 - 644133}{\sqrt{\{745085 - (603729)\} \{868175 - (687241)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{141707}{\sqrt{\{141356\} \{180934\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{141707}{\sqrt{25576106504}}$$

$$r_{xy} = \frac{141707}{159925,31}$$

$$r_{xy} = 0,88$$

Berdasarkan analisa korelasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut: besar  $r_{XY}$  adalah 0,88 dan apabila dibandingkan dengan nilai interpretasi 0,88 terletak antara  $0,80 < r < 1,00$  yang artinya korelasi sangat tinggi sesuai dengan tabel di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Interpretasi**

Nilai	Interpretasi
$0,80 < r < 1,00$	Sangat tinggi
$0,60 < r < 0,79$	Tinggi

Nilai	Interpretasi
$0,40 < r < 0,59$	Sedang
$0,20 < r < 0,39$	Rendah
$0,00 < r < 0,19$	Sangat rendah(Hadi, 2000)

Dari penjelasan perhitungan di atas apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka hipotesa diterima, dan apabila sebaliknya maka hipotesa ditolak. Sebagaimana hasil analisa data ternyata diperoleh  $r_{hitung}$  0,88 dan  $r_{tabel}$  0,22 ( $0,88 > 0,22$ ) pada taraf signifikan 95% dengan  $df = N-2 = 55-2=53$  yang terlampir. Dengan demikian hipotesa yang ditegaskan yakni: Ada Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan dan dapat diterima.

**Uji statistik melalui analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>):**

Besarnya persentase semua variabel independen dapat menjelaskan terhadap nilai variabel independen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Pada hasil perhitungan diperoleh besarnya koefisien determinasi adalah (KD = 0,774). Hal ini menyatakan 77,4% Hubungan Kegiatan *Employee Relations* dapat dijelaskan oleh Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan. Sisanya 22,6% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dibahas dalam penelitian ini.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,88^2 \times 100\%$$

$$KD = 77,4\%$$

**Uji statistik melalui uji statistik t:**

Pengujian terhadap Kegiatan *Employee Relations* dapat diartikan sebagai pengujian signifikan yang berpengaruh Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan. Dengan kriteria pengujian apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak, sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima.

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

$$t = \frac{0,88\sqrt{55-2}}{\sqrt{1-0,88^2}}$$

$$t = \frac{0,88.7,28}{\sqrt{1-0,774}}$$

$$t = \frac{6,4064}{\sqrt{0,226}}$$

$$t = \frac{6,4064}{0,475}$$

$$t = 13,48$$

Dari hasil tabel diatas dapat dianalisis nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,43, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 55$  sebesar 2,00 yang terdapat pada lampiran. Dengan demikian  $t_{hitung}$  sebesar  $13,48 > t_{tabel}$  2,00 dari hasil tersebut keputusannya yang dapat diambil yaitu menolak Ho dan menerima Ha, maka Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan.

Untuk menghadapi Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan dapat menggunakan insentif positif untuk mendorong para pegawai agar menerima perubahan tersebut.

Karyawan didalam perusahaan merupakan aset yang sangat penting dan dalam dunia *public relations* dikenal dengan hubungan masyarakat internal (*employee relations*) yaitu publik yang terdiri dari para pekerja (karyawan) menjadi bagian utama dari unit usaha perusahaan itu sendiri.

*Employee relations* (hubungan dengan kepegawaian) atau disebut *Publik Internal* atau juga hubungan masyarakat *internal* adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya.

*Employee relations* sendiri sebenarnya merupakan bagian dari kegiatan humas

internal. Hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi lebih fokus pada aspek-aspek manusiawi. Sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi di kalangan pegawai atau karyawan.

Berdasarkan analisa korelasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut: besar  $r_{XY}$  adalah 0,88 dan apabila dibandingkan dengan nilai interpretasi 0,88 terletak antara  $0,80 < r < 1,00$  yang artinya korelasi sangat tinggi. Dengan demikian hipotesa yang ditegakkan yakni: Ada Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan dan dapat diterima. Besarnya persentase semua variabel independen dapat menjelaskan terhadap nilai variabel independen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Pada hasil perhitungan diperoleh besarnya koefisien determinasi adalah (KD = 0,774). Hal ini menyatakan 77,4% Hubungan Kegiatan *Employee Relations* dapat dijelaskan oleh Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan. Sisanya 22,6%% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dibahas dalam penelitian ini.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari penjelasan perhitungan menggunakan *Pearson product moment* apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka hipotesa diterima, dan apabila sebaliknya maka hipotesa ditolak. Berdasarkan analisa korelasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut: besar  $r_{XY}$  adalah 0,88 dan apabila dibandingkan dengan nilai interpretasi 0,88 terletak antara  $0,80 < r$

$< 1,00$  yang artinya korelasi sangat tinggi, Dengan demikian hipotesa yang ditegakkan yakni: Ada Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan dan dapat diterima.

2. Besarnya persentase semua variabel independen dapat menjelaskan terhadap nilai variabel independen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Pada hasil perhitungan diperoleh besarnya koefisien determinasi adalah (KD = 0,774). Hal ini menyatakan 77,4% Hubungan Kegiatan *Employee Relations* dapat dijelaskan oleh Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan. Sisanya 22,6%% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dibahas dalam penelitian ini.
3. *Employee relations* sendiri sebenarnya merupakan bagian dari kegiatan humas internal. Hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi lebih fokus pada aspek-aspek manusiawi. Sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi di kalangan pegawai atau karyawan.
4. Dari hasil perhitungan dapat dianalisis nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,43, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 55$  sebesar 2,00 yang terdapat pada lampiran. Dengan demikian  $t_{hitung}$  sebesar  $13,48 > t_{tabel}$  2,00 dari hasil tersebut keputusannya yang dapat diambil yaitu menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , maka Hubungan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Columbia Kota Padangsidempuan.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Pimpinan agar terus meningkatkan hubungan employee relation ini untuk tujuan dapat mempertahankan komunikasi dan interaksi dengan para karyawan Columbia Padangsidempuan.
2. Diharapkan kepada pimpinan untuk melakukan hubungan komunikasi yang efektif melalui suri tauladan yang dimulai dari atasan dan termasuk adanya komitmen bersama untuk melaksanakan budaya perusahaan baik di tingkat manajemen maupun tingkat pelaksanaan.
3. Kepada Pimpinan kantor kiranya meningkatkan kinerja pegawai, karena berdasarkan hasil penyebaran angket ternyata menurut pegawai apabila kinerja dapat ditingkatkan maka siklus hidup organisasi akan berjalan dengan baik pula.
4. Kepada pimpinan kantor agar memperhatikan proses komunikasi terhadap karyawan hal ini amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan baliknya itu positif atau negative.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro.2001. . Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis. Balai Pustaka, Jakarta
- Anggara, M Linggar. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) “*Institute of Public Relations (IPR)*,”. Salemba Empat : Jakarta
- Abdurahman.2005. Karakteristik Komunikasi Massa. Salemba Empat : Jakarta
- Arikunto Suharsimi Prof. Dr., 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi, Rineka Cipta, Jakarta.
- Djaja, Danan. Hubungan Karyawan (*Employee Relations*). Salemba Empat : Jakarta
- Effendy.2000. Kredibilitas Komunikator. Rineka Cipta, Jakarta
- Jefkins.2002. motivation in the workplace: Theory, research, and application. Newbury Park, CA: Sage
- Rakhmat.2003. Pengertian Komunikasi Formal dan Non Formal. Edisi keempat, Jakarta : Salemba, 40 - 99
- Ruslan.2007. Praktek *public relations*. Balai Pustaka : Jakarta
- Siswanto.2002. tahap-tahap atau proses public relations. Salemba Empat : Jakarta
- Sudjono, Anas.2009. Metode Penelitian. Rineka Cipta, Jakarta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian dan Statistika. Salemba Empat : Jakarta
- Zuriah, Nurul.2009.Metode Penelitian : Teori dan Aplikasi. Balai Pustaka, Jakarta