

# Peran Efektifitas Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan

Ni Kadek Suryani <sup>(1)</sup>

Umaimah Wahid <sup>(2)</sup>

Ahmad Toni <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup> Magister Ilmu Komunikasi, FKDK, Universitas Budiluhur Jakarta  
Email: [nksuryani@gmail.com](mailto:nksuryani@gmail.com)

Diterima: 17 Februari 2023

Direvisi: 29 Maret 2023

Disetujui: 3 April 2023

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to see the similarity between the effectiveness of communication within the organization on employee motivation and the overall impact on employee performance. This study focuses on the fact that communication in the workplace can take many forms and has long-term effects on employee motivation, especially in the relationships between people in the organization. The method used in this study is a descriptive qualitative method with data collection techniques through literature studies using books, literature, scientific articles or library materials. The results of the study shown that the effectiveness of organizational communication is carried out through several stages which have a significant influence on employee motivation. The conclusion of the research is that a leader pays attention to important communication in the organization and minimizes the obstacles that occur so that communication goals and organizational goals can be achieved from increasing employee performance through the work motivation.*

**Keyword: communication; organizational communication; communication effectiveness; employee motivation**

## ABSTRAK

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengeksplorasi keterkaitan antara efektifitas komunikasi dalam organisasi terhadap motivasi kerja karyawan dan dampak keseluruhannya terhadap kinerja karyawan. Studi ini berfokus pada fakta bahwa komunikasi di tempat kerja dapat dilakukan dalam berbagai bentuk dan memiliki efek jangka panjang pada motivasi karyawan khususnya dalam hubungan antara orang-orang yang ada dalam organisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif (*descriptive qualitative method*) dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur menggunakan buku, literatur, artikel ilmiah atau bahan pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektifitas komunikasi organisasi dilaksanakan melalui beberapa tahapan dimana memiliki peran dan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Kesimpulan penelitian bahwa seorang pemimpin penting memperhatikan efektifitas komunikasi dalam organisasi dan meminimalisir hambatan yang terjadi sehingga tujuan komunikasi dan tujuan organisasi dapat dicapai dari meningkatnya kinerja karyawan melalui motivasi yang diterimanya.

**Keyword : komunikasi; komunikasi organisasi; efektifitas komunikasi; motivasi kerja karyawan**

## Pendahuluan

Pada era industri yang penuh tantangan, manajemen perusahaan membutuhkan *talent-talent* yang efektif untuk mengoperasikan perusahaan agar bisa tetap bertahan dan bersaing. Namun demikian ssetiap organisasi tidak hanya mengharapkan karyawan yang memiliki kemampuan, kompeten, dan terampil dalam pekerjaannya, tetapi yang terpenting adalah mereka memiliki motivasi dan semangat untuk bekerja keras dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Sehingga dibutuhkan seorang pimpinan diharapkan memiliki strategi khusus guna mendorong karyawan memiliki motivasi tinggi dalam melaksanakan tugasnya (Suryani *et al.*, 2020;23).

Keberlangsungan jalannya usaha sebuah organisasi membutuhkan dukungan kerja dari seluruh level karyawan yang ada didalamnya karena seorang pemimpin saja tidak cukup dapat menyelesaikan sendiri masalah yang dihadapi organisasi. Organisasi membutuhkan pemimpin yang mampu membimbing, memotivasi dan memberikan jalan keluar setiap masalah yang dihadapi karyawan (Suryani & FoEh, 2019). Oleh karenanya diperlukan pemimpin yang dapat memotivasi dan membina hubungan yang baik antara atasan dan bawahan melalui berbaai jalur yang salah satunya melalui komunikasi dan penerapan komunikasi yang efektif.

Efektifitas komunikasi dapat dinilai dari hasil kerja yang dilakukan karyawan dalam organisasi melalui kualitas dan produktifitas yang tinggi, dan mampu memberikan pelayanan maksimal untuk pelanggan perusahaan (Ramadhana & Sudrajat, 2020). Untuk menciptakan iklim tersebut, organisasi membutuhkan koordinasi yang tepat melalui komunikasi yang efektif sehingga dapat memotivasi kerja karyawan.

Komunikasi organisasi merupakan alat efektif yang diperlukan oleh organisasi dalam memotivasi karyawan karena didalamnya terjadi proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dapat diterima dan dimengerti oleh mereka yang terlibat guna menyelesaikan tugas dan tanggung jawab mereka (Badu & Djafri, 2017;63). Artinya ditekankan bahwa fektivitas komunikasi organisasi dapat membantu meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan perusahaan. Ddemikian halnya ditegaskan dari hasil penelitian Rajhan (2009) menemukan bahwa komunikasi dalam organisasi memegang peranan yang sangat penting dalam semua proses kegiatan memotivasi karyawan.

Kegagalan membangun komunikasi yang harmonis dalam organisasi akan dapat menimbulkan kegagalan mencapai tujuan perusahaan. Mengingat komunkasi yang tidak efektif dapat menyebabkan kesalahan persepsi yang dapat menjadi faktor perpecahan dalam suatu organisasi, terhambatnya pekerjaan, terjadinya konflik antar individu, antar kelompok atau antar

organisasi. Ini mengidentifikasi bahwa faktor utama penyebab konflik dalam organisasi adalah faktor komunikasi yang tidak efektif (Anwar, 2015). Oleh karenanya dibutuhkan alur komunikasi yang berjalan efektif untuk memotivasi karyawan dalam bekerja. Melalui penyampaian pesan tepat sasaran yang berdampak maksimal dan sesuai dengan tujuan pesan maka komunikasi dapat dikatakan berlangsung secara efektif (Mukarom, 2020;17).

Namun dalam proses komunikasi, tidak dapat dipungkiri dapat ditemui banyak hambatan didalamnya, seperti terjadinya perbedaan persepsi yang menjadi tantangan tersulit untuk mencapai komunikasi yang efektif. Hal ini disebabkan oleh berbagai hal seperti ketidakjelasan pesan, kurang dimengertinya informasi yang dikirimkan, penggunaan saluran yang salah atau kurang tepat disamping hambatan dari penerima pesan (Badu & Djafri, 2017;64).

Ansen & Norman (2016) menguraikan hambatan-hambatan komunikasi yang dapat terjadi dalam prosesnya, diantaranya hambatan dari pengirim pesan, hambatan dari penerima pesan, hambatan media, dan hambatan dalam memberikan umpan balik. Disamping itu hambatan lainnya yang sering terjadi diantaranya hambatan fisik (seperti gangguan cuaca, gangguan alat komunikasi), hambatan *semantic* (seperti menggunakan kata dengan dua pemaknaan atau berbelit-belit), hambatan psikologis (seperti perbedaan nilai-nilai atau harapan yang berbeda antara pemberi pesan dan penerima pesan).

Seperti halnya yang dihadapi oleh Lubis (2006) yang melakukan penelitian pada perusahaan multinasional dengan *core business* bidang komunikasi, membutuhkan intensitas komunikasi antarpribadi yang tinggi diantara karyawan mancanegara, namun hal itu seringkali tidak dapat diwujudkan sepenuhnya karena adanya perbedaan dari keinginan individu karyawan dalam hal harapan, kebutuhan, keinginan, dan selera masing-masing yang menyebabkan gagalnya hasil kerja yang mereka lakukan yang jika diabaikan akan menyebabkan penurunan motivasi kerja mereka.

Berdasarkan hal tersebut dipandang penting mengkaji kembali efektifitas komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga penelitian ini dilakukan dengan hipotesis yang diajukan adanya pengaruh positif signifikan efektifitas komunikasi dalam organisasi terhadap motivasi kerja karyawan. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran efektifitas komunikasi organisasi berdampak pada peningkatan motivasi kerja karyawan. Penelitian ini dikaji berdasarkan *literature review* dari buku-buku dan artikel ilmiah penelitian sebelumnya. Pertanyaan penelitian ini dapat diajukan bagaimanakah peran efektifitas komunikasi organisasi dalam memotivasi kerja karyawan.

Komunikasi merupakan bentuk sebuah gagasan dari seseorang untuk orang lain atau proses penyampaian pesan dari komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Pada sebuah organisasi komunikasi merupakan bentuk tindakan manajerial yang sangat dibutuhkan agar dapat menyampaikan tujuan yang akan dicapai dalam sebuah organisasi. Badu & Djafri, (2017;63) memberikan definisi komunikasi organisasi merupakan hubungan dalam bentuk komunikasi yang terjadi di dalam organisasi. Ciri-ciri komunikasi organisasi ini adalah memiliki struktur dan jenjang hirarki yang sangat jelas, yang terdiri dari komunikasi formal (berjalan sesuai dengan struktur yang berlaku) dan informal (berjalan sesuai dengan kepentingan dan kemauan antara pelaku komunikasi).

Lebih lanjut Everett (1997) yang dikutip oleh (Mukarom, 2020;149) menyebutkan beberapa jenis dan proses komunikasi yang ada dalam organisasi, yaitu : (1) Komunikasi lisan dan tertulis. Bentuk proses komunikasi ini dapat dilihat dari pesan yang disampaikan apakah secara langsung (percakapan) atau berbentuk tulisan, sering terjadi pada komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*). (2) Komunikasi *verbal* dan *non-verbal*. Komunikasi jenis ini terjadi antar dua orang mengirimkan dan menerima pesan yang menimbulkan percakapan. Orang yang melakukan komunikasi melalui berbagai isyarat atau signal, dalam bentuk gerakan (*gesture*), ekspresi wajah, pandangan, kontak fisik dan stimulasi lain secara *non-verbal* sama pentingnya dengan komunikasi melalui percakapan. (3) Komunikasi ke bawah, ke atas, dan ke samping. Jenis komunikasi ini mengalir dari atasan ke bawahan, dari bawahan ke atasan, dan sesama kelompok yang ada dalam organisasi. (a) Komunikasi ke bawah merupakan komunikasi yang mengalir dari manajemen puncak ke manajemen menengah atau manajemen bawah hingga ke karyawan paling bawah. Contoh komunikasi ini berupa perintah, pengarahan, inspirasi ataupun evaluasi. (b) Komunikasi ke atas adalah komunikasi yang mengalir dari hirarki bawah ke atasan. Contoh komunikasi ini berupa pelaporan kegiatan kerja operasional dan komunikasi yang berfungsi untuk mendapatkan informasi tentang keputusan, kebijakan atau peraturan (c) Komunikasi ke samping yaitu komunikasi yang mengalir diantara kelompok kerja seperti antara pejabat, karyawan, divisi dalam tingkatan hirarki yang sama (komunikasi *horizontal*) atau pada alur kegiatan berbeda yang tidak memiliki wewenang langsung terhadap pihak lainnya (komunikasi *diagonal*). (d) Komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal mengalir antara karyawan melalui garis wewenang resmi dalam organisasi. Komunikasi informal terjadi dalam interaksi antar orang-orang dalam organisasi secara bebas terlepas dari garis wewenang atau fungsi jabatan masing-masing.

Dalam menjalankan sebuah organisasi, pemahaman tentang peristiwa-peristiwa komunikasi menjadi inti proses yang terjadi setiap hari, seperti apakah instruksi atau tugas yang diberikan pimpinan sudah dijalankan dengan benar, atau proses bawahan menyampaikan laporan kepada atasan. Peristiwa tersebut akan menjawab terkait tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat tercapai atau tidak sesuai dengan rencana yang sudah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi merupakan aspek penting terjadi di setiap organisasi, baik organisasi profit ataupun non-profit.

Guna pencapaian tujuan organisasi maka dibutuhkan alur komunikasi yang berjalan efektif. Melalui penyampaian pesan tepat sasaran yang berdampak maksimal dan sesuai dengan tujuan pesan maka komunikasi dapat dikatakan berlangsung secara efektif (Mukarom, 2020;17). Efektifnya suatu kegiatan komunikasi dapat dikatakan berjalan baik apabila tujuan dari kegiatan komunikasi tersebut tercapai. Pace, Peterson, dan Burnett (Uchyana, 2002;32) menyebutkan bahwa tujuan utama dari dilakukannya kegiatan komunikasi adalah untuk memastikan penerima pesan memahami dan mengerti makna dari informasi yang diterimanya (*to secure understanding*), selanjutnya dapat membina dan memelihara penerimaan pesan tersebut (*to establish acceptance*), dan selanjutnya dapat memotivasi penerima pesan agar dapat melakukan kegiatan sesuai dengan pesan yang disampaikan (*to motive action*).

Menurut (Indrianto, 2021) komunikasi yang efektif memiliki peranan penting bagi manajemen diantaranya untuk meningkatkan produktifitas karyawan, menghindari atau mengatasi konflik, membantu meningkatkan potensi yang dimiliki karyawan dan membentuk suasana kerja yang profesional dan kondusif. Disamping itu komunikasi yang efektif juga memiliki peranan penting dalam penyampaian pesan atau informasi yang harus dipahami dan dimengerti oleh seluruh karyawan. Informasi tersebut dapat berupa instruksi kerja, target kerja, tugas dan tanggungjawab, hingga masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh organisasi untuk bersama-sama mencapai tujuan organisasi. Dengan kata lain penerapan proses komunikasi yang efektif ini akan dapat mencapai keberhasilan pencapaian rencana kerja organisasi.

Sehingga penting untuk diketahui apabila komunikasi organisasi berjalan efektif maka pimpinan dapat mengerti kebutuhan karyawan sehingga karyawan akan bekerja nyaman dan maksimal dalam mencapai tujuan bersama. Demikian pula sebaliknya jika komunikasi organisasi berjalan tidak efektif maka pencapaian tujuan organisasi akan terhambat (Rahman & Prasetya, 2018).

Agar komunikasi organisasi dapat berjalan efektif, perlu memperhatikan beberapa hal yang dapat dilakukan oleh komunikator dalam menentukan tujuan komunikasi, yaitu : (a)

komunikator mampu menentukan tanggapan atau efek yang diharapkan dari komunikasi yang dilakukan, (b) komunikator mampu memahami dan mengetahui komunikan yang disasar baik internal maupun internal organisasi, (c) komunikator mampu menggerakkan komunikan untuk mengerti dan mengambil keputusan dari hasil komunikasi yang berlangsung. Idealnya informasi yang disampaikan melalui tahap AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decission, Action*), (c) komunikator mampu mengambil keputusan tentang isi pesan, format pesan dan struktur pesan yang disampaikan sehingga pesan yang tersebut memiliki daya tarik maksimal (rasional, emosional dan moral), (d) komunikator mampu memilih media komunikasi yang sesuai (melalui telpon, surat atau internet, media massa, reklame, *poster, media on line*), dan (e) komunikator mampu mengetahui suasana lingkungan atau suasana penerima pesan (Nurrohimi & Anatan, 2009).

Kemampuan komunikator dibutuhkan oleh organisasi mengingat mempengaruhi keberhasilan sebuah komunikasi agar dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan untuk mencapai tanggapan dan efek yang diharapkan. Hal ini sangat tergantung pada kehandalan, daya tarik dan kredibilitas komunikatornya. Keberhasilan organisasi mengelola karyawan mereka dapat dilakukan dengan berbagai upaya yang salah satunya dengan menciptakan lingkungan pekerjaan yang nyaman yang membuat karyawan bahagia untuk mendorong keefektifan organisasi. Tentang bagaimana mengarahkan potensi bawahan agar mau bekerja lebih produktif untuk mewujudkan visi dan misi organisasi dilakukan melalui proses motivasi karyawan.

Motivasi kerja terkait dengan keinginan kerja karyawan didefinisikan sebagai seperangkat kekuatan energik yang berasal dari dalam dan di luar diri seorang karyawan untuk membangun perilaku yang berhubungan dengan pekerjaan. Karyawan yang termotivasi sadar akan tujuan yang harus dicapai dan upaya mereka untuk mencapai tujuan tersebut (Pinder, 2015).

Aworemi *et al.*, (2011) dalam studinya telah menegaskan pentingnya faktor motivasi untuk mendapatkan yang terbaik dari karyawan. Mereka menyebutkan pentingnya motivasi karyawan dalam organisasi yang akan memberikan banyak manfaat diantaranya (1) mewujudkan sumber daya manusia (2) meningkatkan efisiensi kerja karyawan (3) mendorong pencapaian tujuan organisasi (4) membangun hubungan persahabatan antara orang-orang yang ada dalam organisasi (5) mengarah pada stabilitas tenaga kerja dan retensi karyawan.

Ada banyak teori motivasi yang mempengaruhi cara organisasi dalam mengelola *talent* mereka untuk mendapatkan karyawan yang termotivasi. Teori motivasi tersebut menjelaskan mengapa seseorang berperilaku seperti yang mereka lakukan. Penerapan strategi yang baik akan bisa mendorong karyawan dalam berkomitmen terhadap bekerja (Ramadanty & Martinus, 2016).

Pada teori motivasi Maslow menguraikan lima tingkat kebutuhan manusia dalam hirarki teori ini yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Teori tersebut menyebutkan seseorang bekerja untuk memenuhi kebutuhan mereka secara hirarki atau berjenjang. Berjenjang maksudnya jika satu tingkat kebutuhan dipenuhi, maka tingkat tersebut tidak memotivasi lagi atau jika kebutuhan sebelumnya telah dipenuhi maka satu kebutuhan lain akan timbul selanjutnya (Luthan, 2006;280).

Teori motivasi Vroom yang dipakai pada studi empiris faktor motivasi karyawan di Nigeria, sebagaimana dikutip dalam (Aworemi *et al.*, 2011) mendefinisikan motivasi sebagai suatu proses dalam mengatur pilihan di antara bentuk-bentuk alternatif aktivitas sukarela, dan dikendalikan oleh individu. Vroom juga menyatakan bahwa orang akan termotivasi untuk mengejar tujuan yang diinginkan jika: (1) Mereka percaya pada nilai tujuan, dan (2) Mereka percaya bahwa tindakan mereka akan menjamin tercapainya tujuan tersebut.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif (*descriptive qualitative method*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur (*literature review*) dengan metode observasi. Metode ini dilakukan melalui teknik pengumpulan data menggunakan buku, literatur, artikel ilmiah atau bahan pustaka.

Langkah-langkah proses *literature review* penelitian ini dilakukan melalui (1) pengumpulan artikel, pencarian dan pengunduhan dari sumber *online* di google.com dan google.scholar dengan kata kunci komunikasi organisasi terhadap kinerja, komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan, (2) penyortiran artikel (reduksi dengan pengurangan artikel sesuai dengan variabel yang diteliti), (3) pengorganisasian artikel sesuai dengan masing-masing topik variabel yang diteliti, (4) menetapkan artikel yang dipilih dan mereview, ada sejumlah 25 artikel yang ditetapkan dan dipilih (5) pengambilan kesimpulan akhir (Rosari et al., 2022).

### **Karakteristik literatur**

Literatur yang telah ditelaah sebanyak 25 artikel. Seluruh artikel menggunakan lebih dari 1 variable. Sebanyak 64% literature menggunakan variable yang diteliti pada penelitian ini yaitu komunikasi organisasi, kinerja karyawan dan motivasi karyawan. Sebanyak 36% menggunakan variable pemediasi seperti etos kerja, manajemen konflik, iklim organisasi, kepemimpinan dan strategi manajemen sumber daya manusia. Dari 25 artikel tersebut penulis menggolongkan menjadi 2 kategori yaitu :

- (1) Literatur dengan hasil berpengaruh langsung positif signifikan

Pada literatur tersebut ditemukan adanya hubungan yang positif signifikan antara komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan dan pengaruh positif signifikan antara komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan. Ada sebanyak 16 artikel yang menemukan hasil tersebut.

(2) Literatur dengan hasil melalui variable mediasi

Terdapat 9 artikel yang menemukan adanya pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan dan pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan melalui variable pemediasi. Variable yang ditemukan sebagai pemediasi pada artikel tersebut yaitu menggunakan variable pemediasi seperti etos kerja, manajemen konflik, iklim organisasi, kepemimpinan dan strategi manajemen sumber daya manusia

### Hasil dan Pembahasan

Keterkaitan komunikasi organisasi dan motivasi karyawan telah banyak diteliti sebelumnya. Motivasi kerja dapat dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah melalui penerapan komunikasi yang efektif dalam organisasi. Komunikasi organisasi dalam penelitian ini mempengaruhi secara langsung kinerja organisasi dan motivasi kerja karyawan didukung oleh sebanyak 64% artikel dengan hasil yang senada. Berpengaruh langsung artinya bahwa komunikasi organisasi mempengaruhi kinerja karyawan atau komunikasi organisasi mempengaruhi motivasi kerja karyawan secara langsung tanpa adanya variable lain atau variable antara diantara pengaruh langsung tersebut.

Keterhubungan variable tersebut dari hasil penelitian literatur-literatur yang direview menurut Pistol *et al.*, (2009) menyebutkan komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang paling dominan dan penting dalam organisasi untuk memotivasi karyawan mereka. (Mutuku & Mathooko, 2014) dalam studinya menemukan efektifitas komunikasi dalam organisasi sangat penting diterapkan karena dapat mempengaruhi motivasi karyawan dan kepuasan kerja mereka. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya kompetensi yang harus dimiliki seorang pemimpin dalam berkomunikasi yang baik. Mengingat komunikasi yang dilakukannya dapat membuat karyawan termotivasi untuk mengembangkan tugas yang dibebankan kepadanya. Hal tersebut dapat membuat karyawan ingin meningkatkan kemampuannya berupa keahlian dan keterampilan, tenaga dan waktu untuk melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan memenuhi kewajibannya guna mencapai tujuan organisasi.

Dari 25 literatur yang direview ditemukan ada 36% menggunakan variable mediasi. Variable mediasi adalah variable yang berada diantara komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan atau antara komunikasi organisasi dan kinerja karyawan. (Meilita & Perbawaningsih,



2014) menggunakan variable mediasi iklim organisasi menemukan bahwa iklim komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan, semakin efektif iklim komunikasi organisasi yang diterapkan maka motivasi kerja karyawan akan semakin meningkat.

Yulianto *et al.*, (2014) dan (Herman, 2020) menggunakan variable mediasi kepemimpinan dan etos kerja melakukan penelitian di sector pendidikan menemukan hasil yang sama yaitu komunikasi yang dilakukan oleh Kepala Sekolah dan penerapan etos kerja berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan motivasi kerja dan prestasi para guru. Semakin baiknya komunikasi yang dilakukan dengan gaya kepemimpinan kepala sekolah semakin mendorong motivasi para guru untuk menyelesaikan pekerjaannya secara efektif.

Ansen & Norman, (2016) meneliti budaya organisasi sebagai variable mediasi menyebutkan kebiasaan-kebiasaan organisasi termasuk etika dan gaya komunikasi mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, untuk mengelola kinerja karyawan dan memotivasi mereka untuk berkinerja lebih baik, maka praktik komunikasi yang sesuai menjadi lebih penting diterapkan di semua lini dalam organisasi (Mutuku & Mathooko, 2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Femi, (2014) juga mendapati adanya hubungan antara komunikasi dan kinerja karyawan melalui motivasi. Disebutkan bahwa komunikasi yang efektif menciptakan saling pengertian antara manajemen dan pekerja yang dapat membantu dalam membangun hubungan yang tulus antara kedua belah pihak dalam organisasi. Juga, penelitian ini mengungkapkan bahwa komunikasi yang buruk dapat mempengaruhi motivasi mereka dalam bekerja.

Berdasarkan uraian tersebut membuktikan bahwa efektifitas komunikasi organisasi terhadap motivasi karyawan secara signifikan memiliki pengaruh yang besar sehingga menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Fungsi ini bekerja ketika pimpinan ingin meningkatkan kinerja karyawan melalui motivasi melaksanakan penerapan komunikasi yang efektif, atasan dapat menjelaskan atau memberikan informasi tentang seberapa baik kinerja karyawan dan bagaimana mereka dapat meningkatkan kinerjanya. Komunikasi organisasi tidak hanya mampu mempengaruhi kinerja karyawan melalui motivasi, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap kinerja mereka. Sehingga penerapan komunikasi yang baik dengan karyawan, akan memotivasi mereka bekerja semakin produktif yang akan mendorong peningkatan kinerja organisasi.

## Kesimpulan dan Saran

Penelitian terkait efektifitas komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan dan terhadap kinerja karyawan telah banyak diteliti pada penelitian sebelumnya. Dari 25 artikel yang direview menemukan bahwa komunikasi organisasi yang efektif mampu meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Hasil *literature review* tersebut telah memberikan bukti bahwa penerapan komunikasi organisasi yang efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan di berbagai industri. Komunikasi yang dilakukan atasan memiliki peran penting dalam upaya manajemen untuk mengarahkan kembali karyawan dalam bekerja serta mempermudah proses memotivasi mereka agar lebih efektif dan beradaptasi terhadap pekerjaannya.

Berdasarkan hasil *literature review* ini dapat memberikan beberapa saran, bagi organisasi, agar dapat meningkatkan pengetahuan pimpinan dalam penerapan komunikasi organisasi yang efektif agar dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Untuk penelitian kedepan, disarankan dapat mengkaji lebih dalam dan lebih luas dengan menggunakan variabel komunikasi lainnya, seperti variabel komunikasi antar pribadi, budaya organisasi dan lainnya guna dapat mengetahui lebih lanjut pengaruh komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan.

## Daftar Pustaka

- Agus Budi Yulianto, Nengah Bawa Atmadja, & Made Yudana. (2014). Kontribusi Komunikasi Interpersonal kepala sekolah, Budaya Organisasi dan Etos Kerja Terhadap Motivasi Kerja Guru. *E Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Administrasi Pendidikan*, 5.
- Asamu Festus Femi. (2014). The Impact of Communication on Workers' Performance in Selected Organisations in Lagos State, Nigeria. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 19(8), 75–82.
- Aworemi, J. R., Abdul-Azeez, I. A., & Durowoju, S. T. (2011). An Empirical Study of the Motivational Factors of Employees in Nigeria. *International Journal of Economics and Finance*, 3(5), 227–233.
- Choerul Anwar. (2015). Manajemen Konflik untuk Menciptakan Komunikasi yang Efektif (Studi Kasus Di Departemen Purchasing PT. Sumi Rubber Indonesia). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 148–157.
- Claire Katunge Mutuku, & Petronilla Mathooko. (2014). Effects of organizational communication on employee motivation: A case study of Nokia Siemens Networks Kenya. *International Academic Journal of Information Sciences and Project Management (IAJISPM)*, 1(3), 28–62.
- Craig C. Pinder. (2015). *Work Motivation in Organizational Behavior* (2nd Edition). Psychology Press.
- Dina Artika Lubis. (2006). Hubungan antara Efektifitas Komunikasi Antarpribadi dengan Motivasi Kerja Karyawan. *Jurnal Komunikologi*, 3(2), 71–86.
- Effendy Onong Uchyana. (2002). *Ilmu Komunikasi, teori dan praktek*. Bandung. Remaja Rosda Karya.
- Fred Luthan. (2006). *Perilaku Organisasi* (Edisi 10). Andi.

- Gheorghe Pistol, Gardan Daniel, & Geangu Petronela. (2009). The Importance of Managerial Communication in Establishing The Company Marketing Communication. *The International Conference on Administration and Business*, 316–322.
- Hassa Nurrohim, & Lina Anatan. (2009). Efektifitas Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 1–9.
- Herman. (2020). Perilaku Komunikasi Kepala Sekolah dalam Peningkatan Kinerja Guru. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 4(1), 59–72.
- Justinus Benni Indrianto. (2021, April 19). *Pentingnya Komunikasi Efektif di dalam Suatu Organisasi*. KPKNL Pangkalan Bun
- Kirti Rajhans. (2009). Effective Organizational Communication: a Key to Employee Motivation and Performance. *Interscience Management Review (IMR)*, 2(2), 145–149.
- Maulana Rezi Ramadhana, & Ratih Hasanah Sudrajat. (2020). Pelatihan Komunikasi Efektif dalam meningkatkan Pelayanan Prima di Instansi Pemerintahan Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 693–700.
- Mery Meilita, & Yudi Perbawaningsih. (2014). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Transaksi Energi PT. PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat Area Sanggau). *E-Journal Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1(4), 1–14.
- Moh Ainur Rahman, & Arik Prasetya. (2018). Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi Organisasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT. Jatim Times Network di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 63(1), 82–89.
- Renya Rosari, Pandu Adi Cakranegara, Irsyad Kamal, & Chitra Indah Sari. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Keuangan BUMDES di Era Digitalisasi. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3040–3049.
- Sari Ramadanty, & Handy Martinus. (2016). Organizational communication: Communication and motivation in the workplace. *Humaniora*, 7(1), 77–86.
- SQ Badu, & N Djafri. (2017). *Kepemimpinan dan perilaku organisasi*. Ideas Publishing.
- Suryani NK, & FoEh John EHJ. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Tinjauan Praktis Aplikatif*. Nilacakra Publisher.
- Suryani NK, Sugianingrat I.A.P.W., & Laksemini K.D.I.S. (2020). *Kinerja Sumber Daya Manusia, Teori, Aplikasi dan Penelitian*. Nilacakra Publisher.
- Yopines Ansen, & Edwin Norman. (2016). Hambatan Komunikasi Dan Budaya Guna Meningkatkan Produktivitas Kerja. *Jurnal Study and Management Research*, 13(3), 28–36.
- Zaenal Mukarom. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. UIN Sunan Gunung Djati .