

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KOMUNIKASI ATASAN
DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DI PT. X KARANGANYAR**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada jurusan Psikologi Fakultas Psikologi

Oleh :

WIDA SEPTIAN RAHARJO

F 100 130 058

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**IIUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KOMUNIKASI ATASAN
DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DI PT. X KARANGANYAR**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

WIDA SEPTIAN RAHARJO

F 100 130 058

Telah diperiksa dan disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



Susatyo Yuwono, S.Psi., M.Si, Psi

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KOMUNIKASI ATASAN
DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DI PT. X KARANGANYAR**

Yang diajukan oleh :

WIDA SEPTIAN RAHARJO

F 100 130 058

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada 24 Mei 2017

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Penguji Utama

Susatyo Yuwono, S.Psi., M.Si, Psi



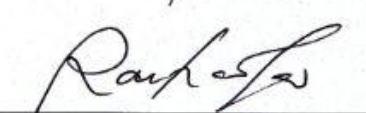
Penguji Pendamping I

Dra. Zahrotul Uyun, M.Si, Psi



Penguji Pendamping II

Permata Ashfi Raihana, S.Psi, MA




Surakarta, 24 Mei 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan




Dr. Moordiningsih, M.Si, Psi

PERNYATAAN
KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Wida Septian Raharjo

NIM : F100130058

Program Studi : S-1 Psikologi


Judul Skripsi : Hubungan Persepsi Terhadap Komunikasi Atasan dengan
Komitmen organisasi di PT. X Karanganyar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa naskah Publikasi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu atau dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti Publikasi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 24 Mei 2017

Yang membuat pernyataan




Wida Septian Raharjo

F 100 130 058

HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KOMUNIKASI ATASAN DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DI PT. X KARANGANYAR

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan positif antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan bagian *sewing* PT. X. Jumlah subjek pada penelitian ini yaitu 150 karyawan dengan metode pengambilan sampel *cluster random sampling*. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Analisis data menggunakan teknik korelasi *non parametric spearman's rho*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi, dilihat dari nilai r sebesar 0,509 dengan $p=0,000$ ($p<0,01$). Hasil kategorisasi diketahui bahwa variabel persepsi terhadap komunikasi atasan memiliki rerata empirik sebesar 87,67 dan rerata hipotetik sebesar 80 yang berarti tergolong sedang. Variabel komitmen organisasi memiliki rerata empirik sebesar 53,22 dan rerata hipotetik sebesar 60 yang berarti tergolong sedang. Sumbangan persepsi terhadap komunikasi atasan sebesar 25,9%. Sisanya sebesar 74,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar persepsi terhadap komunikasi.

Kata kunci : *Persepsi Terhadap Komunikasi Atasan, Komitmen Organisasi*

ABSTRACT

The purpose of this research that is to know correlation between perception toward superiors communication with commitment organization. Hypothesis is that there is a positive correlation between perception communication superiors with commitment organization. A subject in this study are employees part sewing PT. X. The number of subject to research is 150 employees with the methods the sample collection clusters random sampling. Research methodology uses the quantitative. Using a technique data analysis correlation non parametric the spearman's rho. The results of analysis data show that there was a positive correlation very significant between perception toward superiors communication with commitment organization, seen from value r of 0,509 with $p = 0,000$ ($p<0,01$). The result of

categorisation known that the variable perception toward superiors communication having rerata empirical of 87,67 and rerata hipotetik by 80 which means are being. Variable commitment the organisation have rerata empirical of 53,22 and rerata hipotetik of 60 which means are being. Contributions perception toward superiors communication of 25,9%. The rest of 74,1% influenced by other factors out perception toward communication.

Key word : perception toward superiors communication, commitment organization

1. PENDAHULUAN

Fenomena mengenai kepemimpinan pada perusahaan khususnya di Indonesia menjadi sebuah masalah yang menarik dan cukup pelik untuk ditelusuri dan dikaji. Kepemimpinan merupakan hal pokok dalam kehidupan politik juga bernegara. Dalam dunia bisnis, kepemimpinan berpengaruh kuat terhadap jalannya suatu organisasi dan kelangsungan hidup serta keberlangsungan jalannya suatu organisasi. Kepemimpinan bukan merupakan suatu hal yang bisa disepelekan keberadaannya dalam organisasi, peran kepemimpinan sangat strategis dan penting dalam sebuah organisasi. Salah satu peran kepemimpinan yaitu sebagai penentu keberhasilan dan kelancaran dalam pencapaian tujuan yaitu misi, serta menentukan cara untuk mencapai tujuan suatu organisasi hingga dapat berjalan lancar dan berhasil.

PT Bank "X" yang menjadi objek salah satu penelitian, memiliki kecenderungan karyawan bekerja dengan komitmen organisasi yang rendah. Tingkat karyawan yang keluar dari PT Bank "X" relatif tinggi. Pada tahun 2006, karyawan yang mengundurkan diri sebesar 6,25%. Banyak alasan yang menjadikan karyawan mengundurkan diri dari PT Bank "X" seperti masalah gaji, karir, lingkungan kerja dan kepemimpinan dalam organisasi. Hasil survei sebelum ini menjelaskan bahwa masing-masing karyawan yang berniat akan pindah kerja dari perusahaan tersebut hingga 77,8%. Selain itu, juga banyak karyawan yang mengaku tidak nyaman dengan budaya organisasi yang diberlakukan di kantor, yaitu sebanyak 66,7%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa kenyataannya masih banyak karyawan di PT Bank "X" yang memiliki komitmen rendah terhadap organisasinya. (Sakina, Desember 2009)

Berdasarkan pada hasil wawancara pada perusahaan PT Pura Baru Tama yaitu wawancara dengan HRD dan karyawan *outsourcing* yang sedang bekerja di perusahaan tersebut, dari 100 orang pegawai *outsourcing* kira-kira 70% dari mereka atau 70 orang keluar bukan karena kontraknya habis tetapi karena memang tidak betah bekerja dalam perusahaan, hal ini mengindikasikan tingkat komitmen yang rendah. (Yunanti & Prabowo, 2014).

Hasil wawancara dengan pemilik CV. X dan Kepala *Human Resource Development* (HRD), dan juga berdasarkan data yang diperoleh dari HRD pada Maret 2013, menunjukkan bahwa hampir setiap bulan ada karyawan pada bidang produksi yang memutuskan untuk keluar atau mengundurkan diri dari CV. X. Banyak hal yang menjadi penyebab karyawan mengundurkan diri. Dari hasil survei awal, 22 karyawan pada bagian produksi menjadi responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan yang mengundurkan diri karena memiliki komitmen organisasi yang rendah sebesar 45,5% hal tersebut terbilang tinggi, gaji yang tidak sesuai sebesar 27,3%, pekerjaan yang sangat banyak 13,6%, pola interaksi atasan bawahan yang kurang baik 4,5%, usia masih terlalu muda 4,5 %, dan merasa *passion* keahliannya tidak sesuai untuk bekerja di bidang yang sedang dikerjakan 4,5 %. (Sianipar & Haryanti, Januari – Juni 2014)

Masih banyak organisasi yang belum memadai mengenai komitmen organisasi karyawan sebagaimana yang terjadi di PT. X - Kartasura. Menurut hasil wawancara dengan HRD di PT. PT. X, didapati bahwa 12,9% karyawan keluar dari tempat kerja. 80 orang dari 300 karyawan bagian *sewing* setiap tahunnya mengundurkan diri. Karyawan merasa bahwa atasan mereka banyak mengeluarkan kata-kata kasar kepada bawahannya dan menggunakan nada tinggi ketika berbicara dan menjadikan karyawan merasa tidak betah. Selain itu karyawan juga merasa jam kerja terlalu panjang dan kurangnya hari libur serta jam lebur yang sering.

Uraian diatas menunjukkan adanya masalah bahwa komitmen karyawan masih banyak yang menduduki porsi yang kurang dari seharusnya yaitu karyawan memiliki komitmen terhadap organisasi yang tinggi. Hal ini merupakan masalah yang sering dihadapi oleh organisasi.

Menurut Suwardi, komitmen organisasi pada karyawan dapat dilihat dari sikap menerima, yakin terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi, serta ada keinginan bertahan dalam organisasi demi tujuan organisasi yang tercapai dengan baik (Suwardi 2011). Berdasarkan Meyer dan Allen's (1990) terdapat tiga komponen dari komitmen, yaitu Komitmen Afektif, ialah emosi attachment yang positif pada organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen akan memiliki keinginan untuk tetap bekerja dalam organisasi karena memang rasa ingin. Komitmen kontinuitas atau kesinambungan, berkaitan dengan kesadaran asosiasi dengan meninggalkan organisasi. Hal ini menunjukkan ada rasa menimbang antara untung dan rugi yang dialami karyawan berkaitan dengan keinginan untuk tetap berada di organisasi atau keluar dari organisasi. Komitmen normatif, memiliki kaitan dengan perasaan dalam diri karyawan yang merasa harus terus berada dan bekerja dalam organisasi.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap komitmen organisasi adalah Karakteristik Pribadi Individu yaitu demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, status perkawinan, jenjang pendidikan, serta lama bekerjanya seorang karyawan. Selain itu disposisional yang terdiri dari kepribadian serta nilai dalam diri karyawan, hal ini mencakup kebutuhan untuk berprestasi, etos kerja yang baik, kebutuhan interaksi dengan antar karyawan dan persepsi karyawan tentang keahliannya sendiri. Kemudian karakteristik Organisasi, yaitu antara lain struktur organisasi, desain organisasi, dan cara penjabaran kebijakan dalam organisasi tersebut. Pengalaman selama berorganisasi mencakup kepuasan dan juga motivasi karyawan organisasi tersebut, peran dan komunikasi antar karyawan dan atasan (Umam, 2012).

Komunikasi didefinisikan sebagai kegiatan untuk memahami secara umum suatu menggunakan isyarat dan simbol. Komunikasi dari atasan ke bawah memiliki acuan hal yang disampaikan atasan dikirim dari atasan kepada bawahan dengan arah ke bawah (Gibson et al, 1997). Aspek-aspek persepsi terhadap komunikasi atasan kepada bawahan, yaitu

1. Pemahaman adalah pemahaman karyawan mengenai isi komunikasi yang dilakukan oleh atasan. Dalam hal ini karyawan diharapkan faham akan pesan dari atasannya sehingga karyawan dapat bekerja sesuai perintah.
2. Perubahan sikap, komunikasi bertujuan untuk dapat memberikan pengaruh pada pendapat, sikap, dan tindakan sesuai harapan atasan untuk mencapai tujuan organisasi.
3. Hubungan sosial yang baik, komunikasi diharap dapat menjadikan hubungan sosial yang terjalin baik antar atasan dan bawahan. Atasan dapat memunculkan rasa percaya antar satu sama lain pada karyawan, tidak adanya salah paham, pola interaksi yang terjalin secara bagus, atasan dapat menghandle bawahannya dan bawahan juga mau dihandle.
4. Tindakan, komunikasi dapat memicu karyawan untuk bertindak sesuai dengan yang maksud dan keinginan atasan, tanpa ada perasaan terpaksa. Komunikasi yang efektif dapat dilihat dari tindakan real oleh karyawan. Atasan harus mampu memberikan pemahaman, meyakinkan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi dan menjalin hubungan baik dengan karyawan (Tubbs dan Moss, 1996).

Faktor-faktor komunikasi menurut Rivai dan Mulyadi (2011) yang dapat menciptakan dan memelihara otoritas yang objektif di dalam organisasi, yaitu

1. Saluran komunikasi itu harus diketahui secara pasti
2. Harus ada saluran komunikasi formal pada setiap anggota organisasi
3. Jalur komunikasi harus langsung dan pendek
4. Garis komunikasi formal hendaknya dipergunakan secara normal
5. Pengatur komunikasi harus orang yang cakap
6. Garis komunikasi tidak boleh terganggu pada saat organisasi sedang berfungsi
7. Setiap komunikasi harus disahkan

Komunikasi dipandang sebagai cara yang baik untuk karyawan dapat berpartisipasi berperan aktif dan membantu mengurangi sikap negatif atau sikap kurang baik didalam pekerjaan. karyawan yang berkomunikasi baik dengan atasan akan lebih berorientasi kepada perubahan organisasi untuk ke arah yang lebih baik. Selain karyawan menjadi merasa terlibat, namun juga ketika atasan berkomunikasi

dengan baik kepada karyawan akan menjadikan adanya masukan dari karyawan untuk organisasi dan karyawan berperan langsung membantu perubahan dan masukan untuk organisasi yang lebih baik. Secara keseluruhan, karyawan yang merasa mereka memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam perencanaan perubahan organisasi cenderung menunjukkan keterlibatan lebih besar dan dukungan lebih sering untuk perubahan organisasi (McKay, Kuntz, & Näswall, 2013).

Penelitian Varona di kota Guatemala, menjabarkan bahwa penentu kepuasan karyawan mengenai komunikasi dengan atasannya yaitu kualitas hubungan antara atasan dan bawahan yang terjalin di dalam tempat kerja. Karyawan akan menjadi puas dengan komunikasi antara dirinya dengan atasannya dan muncul persepsi yang baik apabila hubungan yang ada berunsur rasa percaya antar sesama, adanya penghargaan dan umpan balik yang membangun, serta mendukung antar karyawan dan saling mengerti keadaan (Varona, 2002).

Amstrong menjabarkan bahwa pada tahun 2001, terdapat 1.500 pekerja bank di Hongkong, mengenai penghargaan karyawan pada aspek-aspek dalam komunikasi organisasi. Armstrong menjelaskan jika komunikasi pekerja yang baik adalah hal penting yang dapat menjadikan rasa puas dalam bekerja pada karyawan (Gray, 2004).

Beberapa ahli menjelaskan ada hubungan langsung antara komunikasi atasan kepada bawahan dengan komitmen organisasi. Penelitian Hart tentang pengaruh sosialisasi dan komunikasi terhadap perubahan organisasi dengan 72 responden yang bekerja sebagai pekerja bidang asuransi di Amerika Serikat yang menguatkan penelitian sebelum bahwa dalam berkomunikasi, karyawan mempunyai rasa ingin tau tentang hal yang ada di dalam organisasinya sehingga lama kelamaan menjadi tumbuh rasa tertarik dengan organisasinya tersebut lali muncul komitmen organisasi dalam diri karyawan (Hart et al, 2003). Selain itu, Mitus juga menjelaskan penelitian yang dilakukannya yang mengungkap tentang pengaruh sosialisasi terhadap komitmen afektif. Penelitian ini menemukan bahwa

informasi dan sosialisasi mengenai hal berkaitan dengan visi, nilai, dan misi organisasi yang diberikan oleh atasan dapat memicu dan menumbuhkan komitmen organisasi dalam diri karyawan (Mitus, 2006).

Hasil penelitian Bartlett menemukan bahwa persepsi dukungan dari tempat kerja atau organisasi di mana karyawan tersebut bekerja yang meliputi atasan, keterlibatan dan praktek pekerjaan di dalam organisasi memiliki dampak kepada tingkat komitmen afektif. (Mercurio, 2015)

Berdasarkan uraian diatas, maka muncul pertanyaan “Apakah ada hubungan antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen karyawan?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui hubungan antara Persepsi Terhadap Komunikasi Atasan dengan Komitmen Organisasi.

Berdasarkan uraian yang di kemukakan di atas, maka hipotesis yang dapat di ajukan dalam penelitian ini adalah “Ada hubungan positif antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi”. Semakin baik persepsi karyawan akan komunikasi atasan akan semakin tinggi pula komitmen karyawan terhadap organisasi. Hal itupun berlaku kebalikannya, semakin buruk persepsi karyawan akan komunikasi atasan akan semakin rendah pula komitmen organisasi karyawan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini adalah persepsi komunikasi atasan dan komitmen organisasi. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan bagian *sewing* PT. X. Untuk pengambilan sampel dari populasi diambil secara *cluster random sampling*. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 150 karyawan diambil 10 *line* (*kelompok pengerjaan*) secara acak dari total 18 *line* (*kelompok pengerjaan*) yang masing-masing *line* (*kelompok pengerjaan*) terdapat 15 karyawan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala persepsi komunikasi atasan dan skala komitmen organisasi. Skala persepsi

terhadap komunikasi pada atasan dan menggunakan aspek persepsi terhadap komunikasi atasan dari Tubbs dan Moss (1996). Skala ini memiliki nilai validitas isi menggunakan formula aiken menggunakan batas nilai valid sebesar 0,6 dari penilaian relevansi butir aitem oleh 3 dosen dan memiliki nilai reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,875.

Skala komitmen organisasi adalah skala yang telah disusun oleh Puri Novianti (2011) dan telah dimodifikasi penulis. Skala ini memiliki nilai validitas isi menggunakan formula aiken menggunakan batas nilai valid sebesar 0,6 dari penilaian relevansi butir aitem oleh 3 dosen dan memiliki nilai reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,790.

Dari uji asumsi dapat diketahui bahwa variabel komitmen organisasi memiliki sebaran tidak normal dan variabel persepsi terhadap komunikasi atasan memiliki sebaran normal. Karena tidak memenuhi uji asumsi, maka penelitian ini menggunakan uji korelasi Non Parametrik *Spearman's rho*.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dengan *Spearman's rho* diperoleh koefisien $r = 0,509$ dengan $p < 0,000$ ($p < 0,01$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi terhadap komunikasi atasan maka semakin tinggi pula komitmen organisasi. Sebaliknya semakin rendah persepsi terhadap komunikasi atasan maka semakin rendah pula komitmen organisasi.

Hasil penelitian ini berarti sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu ada hubungan positif antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen organisasi karyawan di suatu perusahaan merupakan suatu hal yang mutlak harus ada karena suatu perusahaan atau organisasi tidak hanya memiliki satu atau dua orang karyawan yang masing-masing memiliki keinginan dan kebutuhan yang

berbeda-beda sehingga tindakan perbaikan perlu dilakukan sesuai kebutuhan mereka. Komitmen organisasi karyawan akan terbentuk semakin kuat seiring berjalannya waktu dan pengalaman seorang individu pada perusahaan atau organisasi. Semakin lama individu tersebut bergabung di dalam suatu organisasi atau perusahaan, semakin tinggi pula komitmen individu tersebut (Priyatama, 2008).

Hasil penelitian menunjukkan rerata empirik pada variabel persepsi terhadap komunikasi atasan sebesar 87,67 dengan rerata hipotetik sebesar 80. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap komunikasi atasan pada karyawan tergolong sedang. Dilihat dari hasil penelitian dari 150 subjek terdapat 4 subjek yang memiliki persepsi terhadap komunikasi atasan yang rendah, 84 subjek memiliki persepsi terhadap komunikasi atasan yang sedang, 60 subjek yang memiliki persepsi terhadap komunikasi atasan yang tinggi, dan 2 subjek yang memiliki persepsi terhadap komunikasi atasan rendah. Subjek yang memiliki persepsi terhadap komunikasi atasan dengan kategori sedang diartikan sebagai karyawan yang mampu memahami perintah atasan namun kurang optimal dalam pemahamannya. Begitu pula dalam hal perubahan sikap menjadi lebih baik kurang optimal. Komunikasi juga akan kurang optimal dan kurang efektif serta adanya usaha dalam mencapai tujuan organisasi namun kurang maksimal. Hal ini sesuai dengan peneliti Huselid and Day (1991) dan Fletcher (1999) menunjukkan adanya keterkaitan antara komunikasi internal dan kepemimpinan merupakan salah satu aspek untuk memperkuat kepuasan kerja dan membangun komitmen pegawai, aspek komunikasi dalam kelompok juga merupakan faktor yang penting. Komunikasi organisasi memegang peran penting untuk mendukung efektifitas operasional organisasi. Aspek penting dari komunikasi organisasi adalah potensi dari komunikasi itu sendiri sebagai alat (*tool*) yang dapat dirancang manajemen untuk pencapaian tujuan organisasi.

Sedangkan komitmen organisasi karyawan juga tergolong sedang. Dilihat dari hasil rerata empirik sebesar 53,22 dengan rerata hipotetik sebesar 60. Hasil penelitian dari 150 subjek terdapat 1 subjek yang memiliki komitmen organisasi

yang sangat rendah, 62 subjek dengan komitmen organisasi yang tergolong rendah, dan sisanya sebanyak 87 subjek memiliki komitmen organisasi yang sedang. Karyawan yang memiliki komitmen organisasi dengan kategori sedang akan menganggap organisasi adalah bagian dari dirinya namun tidak sepenuhnya. Selain itu karyawan berfikir akan rugi jika keluar dari organisasi dan menganggap kesetiaan dengan organisasi adalah baik namun juga beranggapan bahwa kerugian tidak terlalu banyak dan kesetiaan tidak sepenuhnya harus berada di organisasi tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Gaetner dan Nollen (2009) yang menyatakan komunikasi organisasi membantu karyawan yang menghadapi masalah dan meningkatkan keterlibatan karyawan dalam organisasi sehingga meningkatkan komitmen organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi dipengaruhi oleh hubungan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Reilly dan Angelo (2010) yang menyatakan bahwa manusia memiliki keinginan yang kuat untuk bekerja sama dan terlibat dalam pekerjaannya dengan orang lain. Salah satu fungsi dari komunikasi organisasi adalah untuk memungkinkan pembentukan persahabatan dan rekan kerja mendapat dukungan emosional dan psikologis.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Sigband (2004) dan Eisenberg, *et al.*, (2003) yang menyatakan adanya proses komunikasi antara pimpinan dan bawahan terhadap komitmen organisasi. Karyawan akan mencapai komitmen tinggi jika karyawan memahami apa yang diharapkan oleh organisasi, misalnya apakah tugas perlu dilakukan melalui proses komunikasi atasan dan bawahan. Selain itu, Katz dan Tushman (2003) meneliti hubungan antara proses kepemimpinan komunikasi dengan bawahan dan pengaruhnya terhadap pemindahan kerja transisi dan promosi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemimpin besar adalah pemimpin yang baik dalam membangun komunikasi, baik di dalam maupun di luar organisasi. Hal ini menyebabkan jumlah omset yang rendah dan tingginya jumlah promosi di antara karyawan bawahan. Komunikasi organisasi di antara pemimpin dan karyawan menentukan komitmen karyawan dalam memutuskan untuk bekerja atau tetap dalam organisasi. Selain itu, hasil

penelitian ini juga mendukung penelitian Nowack (2004) yang menyimpulkan bahwa efektivitas kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap komitmen organisasi. Karyawan yang menilai atasan mereka memiliki praktik kepemimpinan yang buruk menyebabkan seorang karyawan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk keluar atau penurunan komitmen karyawan terhadap organisasi.

Dari hasil koefisien determinan (R^2) yang diperoleh sebesar 0,259 menunjukkan bahwa persepsi terhadap komunikasi atasan memberikan terhadap komitmen organisasi sebesar 25,9%, sedangkan sisanya 74,1% disumbangkan oleh faktor lain misalnya faktor karakteristik individu, pengalaman selama berorganisasi, dan karakteristik organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi pada karyawan. Hal ini berarti variabel persepsi terhadap komunikasi atasan mencakup aspek-aspek yang ada didalamnya dapat dijadikan sebagai prediktor untuk memprediksi atau mengukur komitmen organisasi pada karyawan.

Setiap penelitian pasti memiliki kelemahan, begitu juga ada kelemahan dalam penelitian ini antara lain Metode pengumpulan data yang digunakan hanya skala, sehingga kurang dapat mengungkapkan secara mendalam gejala psikologis yang tidak nampak dalam diri individu-individu sampel penelitian (karyawan bagian *sewing* PT. X), Pengambilan data penelitian menggunakan skala dikoordinir seluruhnya oleh pimpinan personalia, sehingga penulis tidak bisa memastikan secara langsung proses pengisian skala oleh karyawan sesuai ketentuan, dan Hasil dari penelitian ini tidak bisa di generalisasikan pada populasi lain karena pada saat penentuan subjek penelitian, peneliti tidak melakukan random terlebih dahulu.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dari penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Ada hubungan positif antara persepsi terhadap komunikasi atasan dengan komitmen organisasi pada karyawan. Artinya semakin

tinggi persepsi terhadap komunikasi atasan maka akan semakin tinggi pula tingkat komitmen organisasinya. Sedangkan semakin rendah persepsi terhadap komunikasi atasan maka akan semakin rendah pula tingkat komitmen organisasinya. Persepsi terhadap komunikasi atasan pada subjek tergolong sedang, sedangkan komitmen organisasi pada subjek juga tergolong sedang. Peranan atau sumbangan efektif sebesar 0,259 sehingga persepsi terhadap komunikasi atasan berhubungan terhadap komitmen karyawan sebesar 25,9%, maka masih terdapat 74,1% pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk meningkatkan komitmen organisasi, maka karyawan dapat meningkatkan persepsi terhadap komunikasi atasan yang positif terhadap komunikasi yang dilakukan oleh atasan. Karyawan harus memahami bahwa pola komunikasi atau cara atasan dalam komunikasi itu memiliki tujuan dan karena kewajiban atasan untuk memberikan arahan kepada karyawannya serta sudah merupakan tanggungjawab atasan. Karyawan juga harus menyadari bahwa atasan berkomunikasi semata-mata untuk menjalin kerjasama dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Mengacu pada hasil penelitian, maka perusahaan diharapkan berkomunikasi secara transparan dan menggunakan berbagai macam media sehingga karyawan dapat mempersepsikan komunikasi atasan tersebut dengan positif supaya komitmen karyawan terbagun dengan adanya komunikasi yang baik dari atasan. Bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarankan untuk lebih memperluas populasi, melengkapi dengan teknik pengumpulan data yang lain atau menyertakan variabel dari faktor-faktor lain yang mempengaruhi disiplin kerja seperti karakteristik individu, pengalaman selama berorganisasi, dan karakteristik organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Eisenberg, E.M., Miller, K.I. & Monge, P.R. (2003). Involvement in communication networks as a predictor of organizational commitment. *Human Communication Research*, 10(2), 179-201.

- Fletcher, M. (1999). The Effects of internal communication, leadership and team performance on successful service quality implementation a South African perspective. *Team Performance Management Bradford*, 5(5), 150-160.
- Gaetner, K.N. & Nollen, S.D. (2009). Career experiences, perceptions of employment practices and psychological commitment to the organization. *Human Relations*, 42(11), 975-991.
- Gibson, J.L., Ivancevich, J.M., & Donnelly, J.H. 1997. *Organization's Behavior Structure, & Processes*. New York: McGraw Hill
- Gray, R. (2004, November-Desember). Finding The Right Direction : Internal Communication Can Add Real Value to Your Organization. *Communication World*.
- Hart, Z. P., Miller, V. D., & Johnson, J. R. (2003). Socialization, Resocialization, and Communication Relationships in The Context of An Organizational Change. *Communication Studies*.
- Huselid, M.A. & Day, N.E. (1991). Organization commitment, job involvement, and turnover: A substantive and methodological analysis. *Journal of Applied Psychology*, 76(3), 112-117.
- Meyer, J.P, Allen N.J., and Smith C.A (1990). Commitment Organizational and Occupation: Extension and Tes of Three Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*.
- Mitus, J. S. (2006, April-Juni). Organizational Socialization from A Content Persepective and Its Effect on The Affective Commitment of Newly Hired. *Journal of Rehabilitation*.
- McKay, K., Kuntz, J. R., & Näswall, K. (2013). The Effect of Affective Commitment, Communication and Participation on Resistance to Change: The Role of Change Readiness. *New Zealand Journal of Psychology Vol. 42, No. 1* , 55-66.
- Mercurio, Z. A. (2015). Affective Commitment as a Core Essence of Organizational Commitment:An Integrative Literature Review. *Human Resource Development Review, Vol. 14(4)* , 389–414.
- Novianti, P. (2011). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Karyawan Yayasan X*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nowack, K. (2004). Does leadership practices affect a psychologically healthy workplace?. *Working Paper*. Consulting Tools Inc.

- Reilly, B.J. & DiAngelo, J.A. Jr. (2010). Communication: A cultural system of meaning and value. *Human Relations*. 43(2), 129-140.
- Rivai, V & Mulyadi, D. 2008. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sakina, N. (Desember 2009). Komitmen Organisasi Karyawan Pada PT. Bank “X” di Jakarta. *Jurnal Psikologi Universitas Esa Unggul*, Vol 7 No 2, , 81-90.
- Sianipar, A. R., & Haryanti, K. (Januari – Juni 2014). Hubungan Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Dengan Intensi Turnover pada Karyawan Bidang Produksi CV. X. *Psikodimensia*, Vol. 13, No. 1, 98 -114
- Sigband N.B. (2004). What’s happened to employee commitment? *Personnel Journal*, 2, 131-135.
- Suwardi dan Utomo, Joko. 2011. Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Analisis Manajemen*. Vol 5. No. 1 Hal 75- 86.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. 1996. *Human Communication : Prinsip-prinsip Dasar*. Cetakan Ke-1. Alih Bahasa : Deddy Mulyana & Gembirasari. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Umam, K., & Nurjaman, K. (2012). *Komunikasi dan Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Varona, F. 2002. Conceptualization and Management of Communication Satisfaction and Organizational Commitment in Three Guatemalan Organizations. *American Communication Journal*, Vol.5, Issue.3.
- Yunanti, Y. D., & Prabowo, S. (Januari – Juni 2014). Komitmen Organisasi Ditinjau Dari Job Insecurity Pada Karyawan Outsourcing. *Psikodimensia Vol. 13 No.1* , 37 - 46.