

---

---

## PENGARUH INFORMASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN

**Author:**  
Syafriadi<sup>1</sup>

**Affiliation:**  
Universitas Budi  
Dharma

**Corresponding email**  
syafriadi\_45@  
yahoo.com



*This is an Creative Commons  
License This work is licensed  
under a Creative Commons  
Attribution-NonCommercial 4.0  
International License*

**Abstrak:**

Menyusun artikel ini berarti memutuskan kecukupan penyampaian data dari atasan ke bawahan berdasarkan inspirasi pekerja. Metode penelitian kepustakaan digunakan dalam metode penulisan. Dari akibat percakapan tersebut cenderung beralasan bahwa kelangsungan penyampaian data dari atasan ke bawahan mempengaruhi inspirasi kerja. Pemimpin memiliki kemampuan untuk menerapkan metode komunikasi karyawan dan penyebaran informasi yang efisien. Motivasi karyawan dapat dipengaruhi oleh seberapa baik supervisor berkomunikasi dengan bawahan. Selain itu, faktor-faktor seperti gaji yang cukup dan harga diri dari pemimpin dan lainnya mempengaruhi motivasi kerja.

**Kata kunci:** *Informasi, Kepemimpinan, Dan Motivasi*

---

### Pendahuluan

Dalam masa kemajuan sekarang ini, persaingan yang ekstrim terjadi di tingkat negara, namun juga menjangkau ke tingkat organisasi. Situasi seperti ini menuntut peningkatan setiap bisnis di negara ini. Mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia dengan cara yang paling efektif dan efisien adalah salah satu strategi untuk berhasil bersaing. SDM merupakan sesuatu yang penting yang harus diperhatikan oleh organisasi karena kemajuan suatu organisasi tidak sepenuhnya ditentukan oleh kegiatan penggunaan SDM yang terlibat di dalamnya. Akibatnya, sangat penting untuk memahami bahwa memotivasi karyawan adalah salah satu cara untuk membuat mereka tetap berkomitmen pada perusahaan. “Motivasi adalah proses mencoba mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita inginkan,” tegas Husnan. (1997:197)

Lebih lanjut Hasibuan mencirikan bahwa “Inspirasi adalah susunan dorongan utama yang menimbulkan semangat bagi karya seseorang, sehingga mereka perlu bekerja sama, bekerja secara nyata dan menyatu dengan setiap usaha mereka untuk mencapai kepuasan”. Hasibuan, (2001:219)

Mengingat hal ini, cenderung dianggap bahwa inspirasi diberikan kepada bawahan atau perwakilan untuk memberdayakan atau memberi energi untuk bekerja bagi seseorang untuk mengatasi masalah mereka. Seseorang akan termotivasi untuk bekerja keras jika kebutuhannya

terpenuhi, yang pada akhirnya akan mengarah pada hasil yang diinginkan. Selain itu, karyawan didorong untuk melakukan yang terbaik untuk melayani bisnis dan diri mereka sendiri.

Bisnis ini mutlak membutuhkan motivasi kerja yang tinggi. Komunikasi berdampak pada motivasi kerja ini. Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain, kata Hovland. Effendy, (1997:10)

Jadi berdasarkan hipotesis Hovland, cenderung beralasan bahwa korespondensi adalah alat untuk meneruskan data dari bos ke individu kelompok untuk mengubah perilaku dan memacu individu.

Karyawan pada level paling bawah dari suatu organisasi merupakan titik operasional yang memainkan peran penting dalam operasi organisasi, dan informasi selalu berpindah dari manajemen puncak ke karyawan. Dibutuhkan waktu dan upaya untuk mendapatkan informasi sampai ke tingkat operasi dari manajemen atas. Karena pemimpin hanya memberikan instruksi atau perintah, seringkali tugas yang dianggap paling mudah adalah menyampaikan informasi kepada bawahan dari atasan. Namun, hal ini dapat menjadi masalah yang signifikan karena seringkali terjadi kesalahan komunikasi yang mengakibatkan ketidaksepakatan dan perbedaan pendapat antara atasan dan bawahan, seperti mogok kerja, yang tentunya akan merugikan pimpinan.

Seperti dapat dilihat dari contoh ini, komunikasi manajerial, yang fokus utamanya adalah memberikan informasi kepada anggota kelompok operasional, sering menjadi pusat perhatian dalam komunikasi organisasi. Masalah untuk situasi ini adalah jenis data seperti arahan, penalaran kerja, strategi, evaluasi kerja, dan pengaturan misi organisasi yang disebarkan oleh tingkat eksekutif ke perwakilan dan bagaimana kelangsungan hidup data ini diteruskan oleh atasan ke bawahan. .

Sesuai Davis (1976), "penyampaian data yang layak harus terlihat dari adanya kejelasan dan konsistensi, banyaknya pesan, pembagian data yang diperlukan, saluran korespondensi, peluang ideal, jalur korespondensi dan kepercayaan dari atasan kepada bawahannya". Muslim, (2004: 112)

Untuk menggerakkan kegiatan organisasi, khususnya pengembangan motivasi kerja, diperlukan pemberian informasi kepada atasan dan bawahan secara efisien. Inspirasi kerja merupakan hal pokok yang tidak bisa diabaikan, karena menyangkut pembenaran mengapa orang menghabiskan waktu untuk melakukan satu pekerjaan.

## **TUJUAN PENULISAN**

Penulisan artikel ini bertujuan untuk mengetahui begitu besarnya peranan informasi dari atasan kepada bawahan sehingga dapat membangun suatu motivasi kerja bagi karyawan.

## **URAIAN TEORITIS**

"Komunikasi adalah istilah yang tidak jelas dengan banyak arti." Kata Latin *communicatio* dan kata bahasa Inggris *communis*, yang keduanya berarti hal yang sama, keduanya berasal dari kata Latin *communicatio*. Di sini, yang sama mengacu pada arti yang sama. Effendy, (1997:9) Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain dengan mengirimkan pesan dengan simbol, makna, dan rangsangan tertentu. Dalam sebuah organisasi atau organisasi, korespondensi merupakan sumber kehidupan dan dinamika bisnis karena

korespondensi merupakan sarana yang menghubungkan semua orang yang ada di dalam organisasi atau kantor untuk mencapai tujuannya.

Seperti yang ditunjukkan oleh Hovland, “Korespondensi adalah cara paling umum untuk mengubah cara berperilaku orang lain (pertukaran adalah siklus untuk mengubah cara berperilaku orang lain)”.

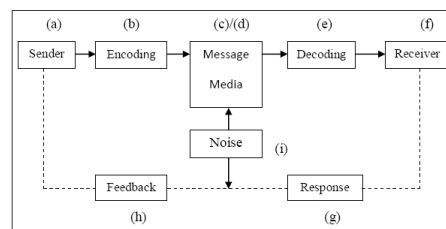
(Moekijat mengutip perkataan Wether dan Keith Davis, “Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain.” (Effendy, 1997:10) Moekijat, 1993:3). Sementara itu, menurut Bernard Berelson dan Garry A Stainer dalam bukunya *Human Way of Behaving* yang dikutip oleh Rosady Ruslan mencirikan bahwa “korespondensi adalah penyampaian data, pikiran, perasaan, kemampuan, dll dengan memanfaatkan gambar atau kata-kata, gambar, angka. , desain, dan kata-kata dan sebagainya. Gerak atau interaksi penyampaian itu lazim disebut korespondensi sebagai” (Ruslan, 2000:17).

Menurut definisi tersebut, komunikasi adalah tindakan menyampaikan pesan atau simbol dari satu orang ke orang lain dengan maksud mendidik, mempengaruhi perilaku, atau keduanya. Media atau komunikasi tatap muka keduanya dapat digunakan untuk menyampaikan pesan.

### Proses Komunikasi

Interaksi korespondensi adalah “cara paling umum penyampaian pesan oleh satu orang ke orang lain dengan melibatkan alat atau sarana sebagai media selanjutnya setelah melibatkan gambar sebagai media utama”. Effendy, (1997, : 16)

Berikut ini adalah model interaksi korespondensi yang dibuat oleh Stephens P. Robbins yang dapat menggambarkan rangkaian tindakan korespondensi:



Gambar 1. Rangkaian Proses Komunikasi

Aspek terpenting dari komunikasi yang efektif ditekankan dalam model komunikasi di atas. Komunikator harus sadar akan audiens yang dituju dan respons yang diinginkan. Hubungan dengan eksplorasi ini adalah bahwa atasan memberikan data kepada bawahan tanpa henti mengirimkan masukan, dan meneruskan data dari atasan ke bawahan adalah penyampaian data yang layak.

### KOMUNIKASI ORGANISASI

Istilah "komunikasi organisasi" dapat digunakan untuk menggambarkan komunikasi internal dalam perusahaan. “Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang berlangsung dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama”, maka jika memperhatikan arti kata “komunikasi” dan “organisasi”, Soemirat Ardianto, Suminar, (1999:11).

Kegiatan organisasi didorong oleh komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efisien diperlukan oleh setiap anggota organisasi. Korespondensi hierarkis sangat berharga untuk menentukan arah berkelanjutan pengiriman pesan-pesan otoritatif di dalam dalam mencapai tujuan melalui cara-cara yang dapat bekerja pada sifat kehidupan kerja. Saat berkomunikasi, diharapkan semua komponen organisasi akan saling memahami dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam sebuah organisasi, korespondensi diperlukan dalam mencapai tujuan organisasi seperti yang dikatakan oleh James G. Robbins dan Barbara S. Jones: Sebuah struktur yang kompleks dari berbagai aktivitas khusus adalah organisasi. Hanya dengan menyampaikan dapatkah latihan-latihan ini pada titik mana pun dikoordinasikan dan diikat bersama untuk mencapai tujuan yang otoritatif. Tanpa korespondensi, sebuah asosiasi tidak akan berhasil dan tidak ada kemajuan nyata yang dapat dibuat. Sirait ( 1986:236-237).

Menurut pernyataan tersebut di atas, komunikasi dan organisasi saling bergantung. Korespondensi tanpa asosiasi seperti pesan atau data tanpa struktur. Namun, untuk menunjukkan koordinasi terstruktur, organisasi yang merupakan sistem membutuhkan komunikasi internal. Jika tidak ada korespondensi dalam asosiasi, cara penyampaian pesan dan data yang paling umum terhambat.

Menurut Pace dan Faules, komunikasi organisasi merupakan komponen kehidupan internal organisasi yang menentukan pesan atau informasi yang dapat diterima oleh seluruh bagian penyusun organisasi. mendapatkan dan mengartikan pesan antar individu dari asosiasi sebagai unit korespondensi yang penting bagi dari asosiasi. Organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi yang berinteraksi satu sama lain secara hierarkis dan bekerja dalam konteks lingkungannya. Pertukaran informasi dalam suasana formal, seperti antara atasan dan bawahan (komunikasi ke bawah), antara atasan dan bawahan (komunikasi ke atas), dan antara rekan kerja (komunikasi horizontal), termasuk dalam komunikasi organisasi. 2001, Pace dan Faules, hal. 20).

Penulis menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi formal diatur oleh jaringan komunikasi organisasi yang terstruktur dengan tingkat birokrasi dan skema internal organisasi bagaimana komunikasi dapat dilakukan berdasarkan pendapat di atas.

Dengan mendeskripsikan komunikasi organisasi, memahami kehidupan organisasi, dan menemukan bagaimana kehidupan diwujudkan melalui komunikasi, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami organisasi. Strategi ini menekankan pada proses komunikasi sebagai sarana untuk membangun dan memelihara organisasi. Bagaimana mendapatkan informasi dari manajemen atas ke semua tingkatan organisasi merupakan kendala utama dalam komunikasi organisasi. Interaksi ini terhubung dengan perkembangan data yang biasanya terjadi di dalam sebuah asosiasi.

## **MOTIVASI KERJA**

Karena kegiatan perusahaan yang melibatkan pemanfaatan sumber daya manusia sebagian besar bertanggung jawab atas keberhasilannya, sangat penting untuk mengetahui strategi mempertahankan loyalitas karyawan dengan memberikan motivasi.

Kata "motivasi" berasal dari kata Latin "movre", yang berarti "dorongan" atau "kekuatan". Hanya manusia, khususnya bawahan atau pengikut, yang dapat dimotivasi. Motivasi menanyakan bagaimana membekali bawahan dengan kemampuan dan keterampilan untuk mencapai tujuan perusahaan guna mendorong semangat mereka terhadap pekerjaannya dan memotivasi mereka untuk bekerja keras. Hasibuan, 2003:92).

Sementara itu, menurut Ermaya Suradinata dalam bukunya yang berjudul *Aset Manusia Para Pelaksana*, mengemukakan: Konsep motivasi sebagai tindak lanjut dari motif, yaitu tindakan atau gerak baik berupa ucapan maupun perbuatan dan tingkah laku dengan cara tertentu. yang dilakukan seseorang berasal dari kata motif yang berarti dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk berbuat baik berupa gerak atau ucapan (Suradinata, 1996:129-130).

Berikut ini adalah tujuan mendasar dari motivasi karyawan:

a. Meningkatkan loyalitas karyawan

Kebijakan perusahaan yang efektif yang mendorong karyawan untuk mengembangkan seluruh keterampilan dan kemampuannya serta pengakuan karyawan yang tinggi akan mendorong karyawan untuk berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan.

b. Meningkatkan kedisiplinan pegawai

Pegawai yang memiliki tingkat disiplin kerja yang tinggi akan tepat waktu dan patuh terhadap semua peraturan. Hal ini dipisahkan oleh penilaian para perintis sendiri selama sebulan terakhir yang menunjukkan bahwa ketidakhadiran dapat mempengaruhi perilaku dan pelaksanaan kerja, dan mereka menganggap bahwa pekerjaan itu penting dan signifikan bagi mereka dan signifikan untuk kemajuan organisasi.

c. Meningkatkan Loyalitas Karyawan

Karyawan yang menikmati pekerjaannya karena keterampilan, keahlian, dan latar belakang pendidikan yang berhubungan dengan pekerjaan yang dihadapi. Mereka memperhatikan pekerjaan mereka. Mereka akan dapat menyelesaikan pekerjaan yang mereka lakukan dengan benar, seperti yang diharapkan, dan dengan hasil yang baik.

d. Meningkatkan pemenuhan pekerjaan yang representatif

Pemenuhan pekerjaan merupakan kondisi ke dalam dan ke luar individu dalam menjalankan usahanya. Meskipun ukuran setiap orang berbeda-beda, dapat diasumsikan bahwa hak untuk bertindak secara mandiri, praktik kerja yang bervariasi, kesempatan untuk berkontribusi, dan kesempatan untuk menerima umpan balik atas hasil kerja berkontribusi terhadap kepuasan kerja.

e. Meningkatkan kreativitas karyawan

Kreativitas kerja menunjukkan kemampuan karyawan untuk melakukan pekerjaan yang berkualitas tinggi, dan karyawan dengan kualitas diri yang tinggi memiliki kreativitas kerja yang tinggi. Menciptakan kualitas yang representatif berarti memberi pekerja kesempatan seluas mungkin untuk mempelajari hal-hal baru, mencoba memberikan informasi dan ide, dan kembali ke ide masing-masing pekerja. (Hasibuan, 2003:92)

Bisnis akan mendapatkan banyak keuntungan jika seorang pemimpin dapat meningkatkan motivasi dan semangat kerja. Pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat, kerusakan dapat dikurangi, ketidakhadiran dapat dikurangi, dan perputaran karyawan dapat diminimalkan dengan meningkatkan motivasi dan semangat kerja. Perusahaan tidak akan dapat mencapai tujuan perusahaan jika terjadi penurunan semangat atau motivasi karyawan dalam bekerja.

Abraham Maslow dan Herzberg, yang banyak menerima umpan balik positif di bidang organisasi, adalah dua ahli yang memberikan penjelasan tentang model yang mendasari munculnya motivasi.

## **PEMBAHASAN**

Korespondensi atau cara paling umum untuk menyampaikan data di dalam suatu asosiasi adalah salah satu kebutuhan penting. Munculnya suatu efek merupakan hasil akhir yang diinginkan dari proses transfer informasi, dan efek tersebut diharapkan dapat memberikan umpan balik yang diinginkan. Hasil yang paling menantang untuk dicapai saat mengomunikasikan informasi adalah membuat orang lain bertindak sesuai dengan harapan kita. Mencoba membuat informasi kita dapat dipahami lebih penting daripada mencoba membuat pesan kita diterima, terutama sampai pesan itu diterapkan.

Pemberian atau penyampaian instruksi kerja berupa perintah, arahan, atau uraian tugas merupakan kegiatan penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan. Diharapkan karyawan akan mampu melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Namun, bawahan harus termotivasi dalam bekerja agar dapat mencapai tujuan dan mencapai hasil yang maksimal.

Tinggi rendahnya inspirasi kerja bawahan dapat diketahui dengan berhasilnya penyampaian data dari atasan kepada bawahannya. Selain berfungsi sebagai instruksi, transmisi informasi dari manajemen atas ke manajemen yang lebih rendah memiliki tujuan tambahan untuk mempengaruhi atau memotivasi karyawan. Konsekuensinya, atasan perlu mengetahui jauh-jauh hari hal-hal yang bisa membangun inspirasi bawahannya.

Kelangsungan penyampaian data dari atasan ke bawahan harus terlihat dari adanya kejelasan dan konsistensi, kecukupan data, sebaran data yang dibutuhkan, saluran surat menyurat, kesempatan yang tepat, jalur surat menyurat yang diteruskan oleh atasan kepada bawahannya sampai pada tingkat yang kuat, itu akan meningkatkan inspirasi representatif.

Dengan asumsi bahwa perwakilan terinspirasi untuk bekerja, pekerjaan akan lebih cepat dan hasilnya akan lebih baik. Perusahaan dapat mengambil sejumlah pendekatan berbeda untuk menghasilkan dan meningkatkan motivasi karyawan. Pendekatan tersebut dapat bersifat material maupun non material, seperti dengan memberikan gaji yang memadai dan menempatkan bawahan pada posisi yang sesuai. Oleh karena itu, pada hakikatnya motivasi pegawai akan dihasilkan dari penyampaian pesan yang efektif.

Efektifitas penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan yang rendah mencerminkan bahwa penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan efektif, karena secara umum penyampaian pesan dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang di tangkap dan dipahami oleh penerima. Selain itu informasi yang diberikan oleh atasan jelas dan konsisten, atasan memberikan informasi kepada bawahannya apabila dibutuhkan mereka, atasan membagi informasi yang dibutuhkan oleh bawahannya, atasan dapat memilih media dan saluran komunikasi yang tepat dalam setiap pemberian informasi, atasan melakukan penyampaian informasi pada waktu dan saat yang tepat, atasan membuat garis komunikasi yang langsung dan

sependek mungkin dengan bawahannya, dan atasan berusaha membentuk kepercayaan terhadap bawahannya. Atasan dan bawahan menyadari bahwa penting sekali keefektifan penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan demi lancarnya sebuah pekerjaan.

Faktor efektifitas penyampaian informasi ini mempengaruhi tingkat motivasi kerja karyawan. Sedangkan sebagian pengaruh terhadap motivasi kerja yang berasal dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti faktor gaji yang mencukupi, faktor penghargaan diri dari pimpinan, faktor kenyamanan dan lain-lain. Hal ini berarti efektifitas penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan cukup berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.

## **PENUTUP**

Motivasi kerja dipengaruhi oleh seberapa efektif atasan berkomunikasi dengan bawahan. Pemimpin memiliki kemampuan untuk menerapkan metode komunikasi karyawan dan penyebaran informasi yang efisien. Motivasi karyawan dapat dipengaruhi oleh seberapa baik supervisor berkomunikasi dengan bawahan. Selain itu, faktor-faktor seperti gaji yang cukup dan harga diri dari pemimpin dan lainnya mempengaruhi motivasi kerja.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arep, Ishak & Hendri Tanjung, 2003. *Management of Motivation*, Grasindo, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 1997. *Communication Science Theory and Practice*, PT. Rosdakarya Youth, Bandung.
- Ghozali, I., 2006. *Application of Multivariate Analysis with the SPSS Program*, Publishing Agency, Diponegoro University, Semarang.
- Handoko, T. Hani, 1991. *Management Edition II*, BPFE, Yogyakarta.
- Hasan, M. I., 2002. *Research Methodology and Its Applications*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P., 2001. *Organization and Motivation*, PT. Earth Script, Jakarta.
- Kriyantono, R., 2006. *Practical Techniques of Communication Research*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Moekijat, 1993. *Communication Theory*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- Muhammad, A., 2004. *Organizational Communication*, PT. Earth Script, Jakarta.
- Pace, R. Wayne, and Faules, Don F. 2001. *Organizational Communication: Strategies to Improve Company Performance*, PT. Rosdakarya Youth, Bandung.
- Ruslan, R, 2000. *Tips and Strategies for Public Relations Campaign*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2003. *Public Relations and Communication Research Methods*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sirait, 1986. *Human Resource Management*, PT. Youth Rosda Karya, Bandung.
- Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto & Yenny Ratna Suminar, 1999. *Organizational Communication*, Open University, Jakarta.
- Suradinata, E., 1996. *Human Resource Management*, CV. Ramadan, Bandung.
- Umar, H., 2002. *Organizational Communication Research Methods*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Widjaya, A.W., *Communication and Public Relations*, PT. Earth Script, Jakarta, 1999.