

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Penyajian Data**

##### 4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

###### a. Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan

Tahun 2003 adalah tahun istimewa bagi Intrans publishing, karena pada tahun itulah Intrans publishing didirikan. Inspirasi berdirinya dimulai dari hasil “ngobrol” panjang diantara komunitas sesama relawan di Malang Corruption Watch (MCW), karena pada waktu itu banyak hasil riset dan catatan advokasi yang hanya sebatas numpuk dan tidak bisa dibaca oleh orang lain. Hanya sebatas selesai di laporan dan kemudian di jejer di rak perpustakaan MCW.

Karena itu, kemudian muncul ide untuk menyampaikan informasi kepada publik tentang hasil riset, kajian maupun catatan perjalanan advokasi sebagai bagian dari mengimplementasikan visi yaitu merebut perubahan dengan membaca. Maksudnya adalah perubahan harus diikuti dengan adanya pengetahuan yang memadai agar proses pergerakan untuk melakukan perubahan mempunyai arah yang jelas, yaitu terjadinya perubahan sosial masyarakat menuju kesejahteraan sosial yang berkeadilan.

Selain itu, perdebatan panjang akhirnya sampai pada satu titik kesepakatan untuk mendirikan sebuah unit usaha bagi MCW agar dari sisi pendanaan MCW tidak lagi kesulitan dan tidak selalu bergantung kepada

lembaga donor dan jaringan NGO yang berada di Jakarta. Dari situlah kemudian dirumuskan bagaimana posisi unit usaha ini bagi MCW. Sangat disadari bahwa gerakan-gerakan yang dilakukan oleh MCW membutuhkan pembiayaan yang tidak sedikit dan upaya ini adalah untuk membangun “kebebasan dan kemerdekaan MCW” sebagai lembaga masyarakat (Ornop) yang independen, yang harus mampu menjauhkan diri dari segala bentuk intervensi, kooptasi dari pejabat-pejabat publik di daerah baik yang di struktur-struktur negara maupun politisi dan pengusaha yang dianggap tidak pro kepada kepentingan rakyat. Dari situlah kemudian diputuskan dalam rapat pleno MCW untuk mendirikan unit usaha dengan nama intrans Publishing.

Selang tiga tahun kemudian, tepatnya pada Agustus tahun 2008, melalui sebuah rapat tim yang akhirnya telah diambil kata sepakat oleh para pendiri bahwa untuk semakin mendorong Intrans Publishing agar lebih baik dalam mengembangkan usahanya, maka didirikanlah sebuah kelompok usaha dengan nama Cita Intrans Selaras (CIS) dengan badan hukum CV. Meskipun dalam badan hukum telah menggunakan nama CV. CIS namun nama dagang tetap kami pertahankan yaitu Intrans Publishing. Hal ini dilakukan adalah tak lain untuk tetap menjaga komunikasi dengan masyarakat bahwa buku-buku yang dihasilkan oleh kelompok usaha ini tetap mengusung tentang pengembangan ilmu pengetahuan dan mendorong wacana-wacana perubahan ke hadapan publik.

Intrans Publishing sebagai penerbit yang selalu ingin menggairahkan wacana-wacana perubahan dan pengembangan ilmu pengetahuan di Indonesia maka Intrans Publishing mengajak masyarakat (pembaca) untuk secara bersama-sama melakukannya. Hal ini dilakukan karena tidak ada maksud lain yaitu Intrans Publishing telah berkomitmen menjalankan moto yaitu “Rebut Perubahan dengan Membaca” dengan sungguh-sungguh, sebagai bentuk pengabdian Intrans kepada negeri ini.

Seperti telah disampaikan diawal, intrans publishing pada awalnya hanya mampu menerbitkan buku-buku yang bertema politik dan hukum, namun dalam perkembangan selanjutnya, Intrans Publishing saat ini telah melakukan sebuah proses ikhtiar dengan melebarkan isu atau tema yang diusung agar bisa memenuhi permintaan masyarakat maka kini telah masuk pada tema-tema yang lain melalui beberapa lini penerbitannya. Adapun tema yang dimaksud adalah tentang sosial , pendidikan, sastra, ekonomi, ekonomi politik, seri antikorupsi, isu pangan, kelautan, pertanian, isu gerakan sosial, pemberdayaan masyarakat, seri gerakan advokasi rakyat, isu pertanahan maupun tentang motivasi dan gaya hidup. Kesemua isu tersebut dapat berupa buku non fiksi maupun fiksi. Itulah sekilas tentang Intrans Publishing. Dan melalui serangkaian upaya ini kami berharap dan berkomitmen bahwa melalui buku kami ingin untuk selalu belajar bersama dan berbagi demi harkat dan martabat manusia. Adapun Profil Singkat Intrans Publishing sebagaimana berikut ini:

Nama Perusahaan : Cita Intrans Selaras (CV)  
Brand : Intrans Publishing  
Tanggal Berdiri : 16 JUNI 2008  
Notaris : Suprpto Subowo, SH.  
Nomor : 385/CV/2009  
Bank : BCA an Lutfi J. Kurniawan- Hesti Puspitosari  
No. Rek 3150739054  
NPWP : 02-104-755-0-541-000  
SIUP : 517/442/35.73.407/2011  
Izin Gangguan : 530.08/1471/35.73.407/2011  
Alamat Kantor : Wisma Kalimetro Jl. Joyosuko Metro No. 42 A  
Merjosari Malang, Jawa Timur, Indonesia Telp.  
0341-7079957 Fax. 0341-573650  
Email : redaksi.intrans@gmail.com /  
Intrans\_malang@yahoo.com  
WEB : <http://intranspublishing.blogspot.com>

b. Area Distribusi

Area penjualan buku terbitan Intrans Publishing adalah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Suka Bumi, Bandung, Sumedang, Cirebon, Purwokerto, Semarang, Yogyakarta, Solo, Malang, Surabaya,

Pasuruan, Jember, Bali, Lombok, Sulawesi, dan Madura. Serta beberapa toko Gunung Agung yang tersebar di Indonesia.

*a) Jakarta:*

- TB. Gramedia Matraman, Jl. Matraman Raya No. 46-48, Jaktim,
- TB. Gramedia Mall Grand Indonesia, Grand Indonesia Shopping Town East Mall,
- TB. Gramedia Mall Kelapa Gading, Jl. Kelapa Gading Boulevard,
- TB. Gramedia Mall Pondok Indah, Jl. Metro Pondok Indah,
- TB. Gramedia Mall Ciputra/Citraland, Jl. S. Parman Grogol,
- TB. Gramedia Mall Taman Angrek, Jl. Letjen S. Parman Kav. 21
- TB. Gramedia Plaza Semanggi, Jl. Jend. Sudirman Kav. 50,
- TB. Gramedia Pejaten Village, Jl. Warung Jatibarat No. 39, Jati Padang,
- TB. Gramedia Depok, Jl. Magonda Raya Km. 4,
- TB. Gramedia Teras Kota, Teras Kota BSD Tangerang,
- TB. Gramedia Lippo Karawaci, Supermall Lippo Karawaci,
- TB. Gramedia Gandaria City,
- TB. Gramedia Central Park,
- TB. Gapura Mitra Sejati, Jl. Pal Putih No. 25, Kramat Raya, Jakpus,
- TB. Gunung Agung Group

*b) Sukabumi:*

- TB. Kurnia Agung, Sukabumi Indah Plaza Jl.Re Martadinata No.25  
Sukabumi

c) *Bandung:*

- TB. Gramedia
  - Merdeka, Jl. Merdeka No. 43,
  - Istana Plaza, Jl. Pasir Kaliki No. 121-123,
  - Bandung Supermall, Jl. Gatot Subroto No. 289,
  - Paris Van Java, Jl. Sukajadi No. 137-139,
- Bursa Buku Palasari Bandung
  - TB. Bandung Book Centre:
    - Bursa buku Palasari Bandung,
    - Jl. PHH. Mustopa No. 7 (Pahlawan),
    - Giant, Jl. Terusan Pasteur,
    - TB. Anggrek BBC, Jl. Kopo Bihbul No. 96,
  - TB. Achmad,
  - TB. Mandala
- TB. Rumah Buku, Jl. W.R. Supratman, No. 96, Bandung,
- TB. Toga Mas, Jl. Supratman No. 45, Bandung,

d) *Depok:*

- TB. Gramedia, Jl. Margonda Raya Km 4

e) *Bogor:*

- TB. Gramedia Plaza Ekalokasari Lt. 3,
- TB. Gramedia Botani Square LG.1,
- TB. Kurnia Agung , Trade Mall Jl.Ir H Djuanda No.58 Bogor

f) *Cirebon:*

- TB. Gramedia, Mall Grage, Jl. Tentara Pelajar No. 1,



g) *Purwokerto:*

- TB. Gramedia Tamura Plasa Purwokerto, Jl. Jendral Sudirman No. 447

h) *Tangerang:*

- TB. Gramedia Teras Kota, Teras Kota BSD Tangerang,
- TB. Gramedia Plasa Bintaro Jaya, Jl. Bintaro Utama Sektor III A

i) *Bekasi:*

- TB. Gramedia Mall Metropolitan Bekasi, Jl. Raya Kalimalang
- TB. Gramedia Plaza Pondok Gede 2 Lantai 2,

j) *Yogyakarta:*

- TB. Social Agency:
  - Jl. Laksda Adisucipto No. 22,
  - Jl. Herman Yohanes No. 1170,
  - Jl. Gejayan Nirican No. 43,
  - Jl. Kaliurang Km. 8,5 No. 25, Sleman,
  - Jl Taman Pintar A-3
- TB. Toga Mas, Jl. Afandi No. 5 Condong Catur,
- TB. Gramedia Sudirman, Jl. Jend. Sudirman 54-56,
- TB. Gramedia Plaza Ambarukmo, Jl. Laksda Adi Sucipto,
- TB Bangkit, Jl Taman Pintrar
- TB Pustaka Agency, Jl. Taman Pintar
- TB Raja Murah, Jl. Taman Pintar A-9



*k) Surakarta Solo:*

- TB. Gramedia, Jl. Brigjend. Slamet Riyadi 284,

*l) Semarang:*

- TB. Gramedia:
  - Jl. Pandanaran No. 122,
  - Java Supermall, Jl. MT. Haryono No. 992-994 Lt. 314,
- TB. Merbabu, Jl. Pandanaran No. 108,
- TB. Toga Mas, Jl. Singosari Raya No. 25,

*m) Surabaya:*

- TB. Gramedia EXPO, Jl. Basuki Rachmat 95,
- TB. Gramedia Tunjungan Plaza,
- TB. Gramedia, Jl Manyar Surabaya
- TB. Gramedia, Jl. Royal Plasa
- TB. Gramedia Ciputra World
- TB. Uranus, Jl. Ngagel Jaya No. 91,
- TB. Uranus, Jl. HR Muhammad,
- TB. Fenross, Jl. Kertajaya Indah Timur Gg.XVI No.12 Blok P-460,
- TB. Togamas Petra Jl. Puncang Anom Timur No. 5
- TB. Togamas Margorejo, Jl Raya Margorejo Indah A112
- TB. Togamas Diponegoro, Jl Diponegoro N0. 9
- TB. Kurnia Agung Jl. Plaza Marina Jl Raya Margorejo Indah  
No.97-99

*n) Jember:*

- TB. Gramedia, Jl. Trunojoyo No. 85,
- TB Toga Mas Campus centre unej Jl. Kalimantan kav. 1 tegal boto
- TB Toga Mas

*o) Malang:*

- TB. Gramedia, Jl. Basuki Rahmat No. 3,
- TB Gramedia Matos
- TB. Toga Mas, Jl. Raya Dieng 2-A2,
- TB UIN Bookstore I
- TB UIN Bookstore II
- TB UMM Bookstore
- TB Siswa
- CV Sibuk Maind

*p) Pasuruhan:*

- TB. Ceria Bookstore

*q) Denpasar:*

- TB. Gramedia
  - Duta Plaza, Jl. Dewi Sartika No. 1,
  - Nikita Plaza, Jl. Gatot Subroto Tengah No. 22,
  - Mall Bali Galeria, Jl. Raya By Pass Ngurah Rai, Kuta-Badung,
- TB. Toga Mas Bali Jl. Hayamuruk No. 175

*r) Makassar:*

- CV. Mega el putra jl. Banta-Bantaeng III Blok 2 No.5 Makassar

s) *Lombok:*

- TB. Airlangga, Jl. Airlangga No. 4, Mataram Lombok,

c. Lini Produk dan Proses Produksi

a) *Lini Produk*

Intrans Publishing selama ini memproduksi buku-buku yang selalu disesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan disesuaikan dengan kebutuhan bahan bacaan yang baik dan berkualitas. Dalam rangka mengikuti perkembangan tersebut Intrans selalu melakukan inovasi, kreatifitas tanpa menanggalkan idealism untuk menghadirkan buku-buku yang layak baca. Hingga saat ini untuk memenuhi kebutuhan produksi buku-buku bacaan untuk masyarakat umum dan perguruan tinggi kami menerbitkan melalui lini-lini penerbitan kami yaitu;



- Intrans Publishing

Lini Intrans Publishing menerbitkan tentang Isu-isu kontemporer dan baru baik politik, hukum maupun social



- Setara Press

Lini pernebitan ini fokus pada tema tentang politik dan hukum



- Madani

Fokus pada tema yang mengusung tentang Ke-agama-an

 Empatdua

- Empat Dua

Salah satu lini penerbitan dari Intrans Publishing adalah empatdua yang concern pada tema-tema tentang ekonomi

- Selaksa Media

 Selaksa media

Tema yang berkaitan dengan gaya hidup, motivasi hidup banyak dipublikasikan oleh lini selaksa

- Beranda

 Beranda

Beranda sebagai salah satu lini penerbitan dari Intrans Publishing memfokuskan pada tema-tema tentang sastra dan budaya.

- Intimedia

 Intimedia  
Kelompok In-TRANS Publishing

Intimedia menerbitkan buku-buku bacaan yang sifatnya umum

#### b) *Proses Produksi*

Intrans Publishing pada dasarnya menerima naskah dari siapapun baik yang berlatar akademis, catatan perjalanan dan catatan atau rekaman advokasi-pendampingan masyarakat ataupun kumpulan tulisan dengan tetap memperhatikan kelayakannya baik tentang isu atau isi yang dibahas, yang ingin disampaikan kepada khalayak

umum. Adapun alur redaksi yang dimiliki oleh Intrans Publishing adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1

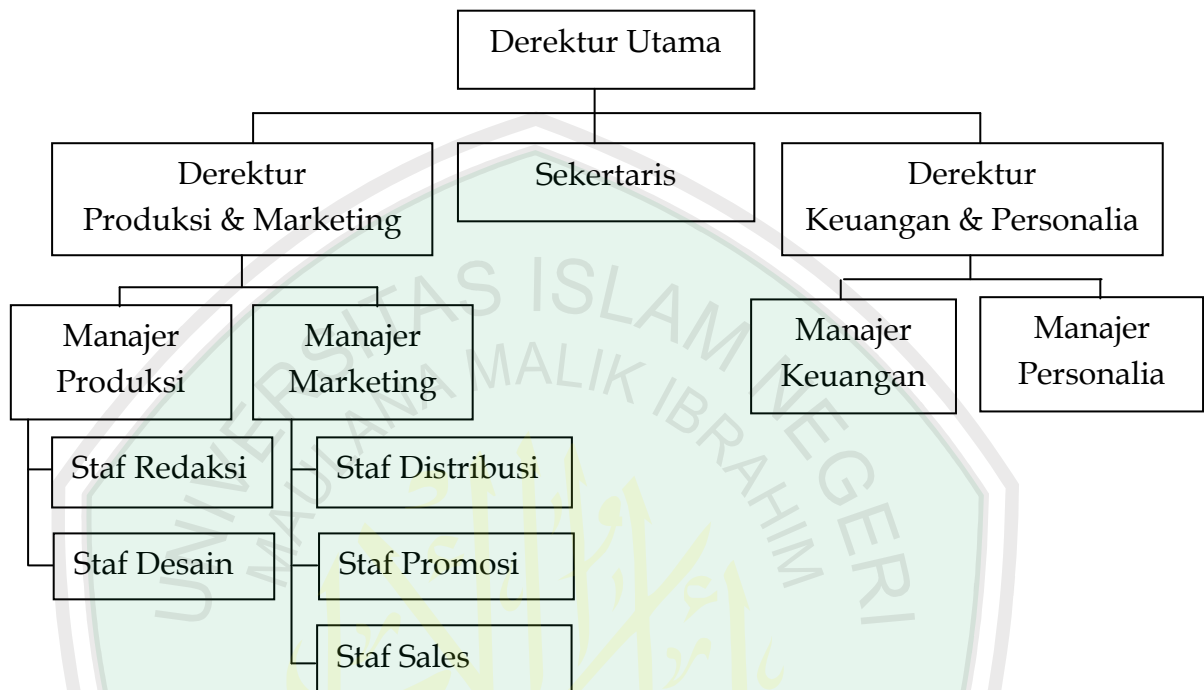


#### d. Struktur dan Standar Operasional Pekerjaan

##### a) Struktur Perusahaan

Saat ini manajemen Intrans Publishing dikelola oleh tim manajemen yang solid dan mempeunyai dedikasi secara bersama-sama untuk turut serta mengembangkan ilmu pengetahuan bagi seluruh anak bangsa, negeri Indonesia.

Gambar 4.2 Stuktur Intrans Publishing



## Keterangan:

Direktur Utama 1 Orang; Sekertaris 1 Orang; Direktur Produksi 1 Orang; Direktur Keuangan & Personalia 1 Orang; Manajer Produksi 1 Orang; Manajer Marketing 1 Orang; Manajer Keuangan 1 Orang; Manajer Personalia 1 Orang; Staf Redaksi 3 Orang; Staf Desain 2 Orang; Staf Distribusi 2 Orang; Staf Promosi 2 Orang; Staf Sales 2 Orang; dan OB & Keamanan 3 Orang

Tenaga kerja yang lain dengan system freelance/tenaga kerja lepas seperti editor, layout, perwakilan penerbit dan sales.

Untuk komposisi berdasarkan tingkat pendidikannya, jenis kelamin dan status perkawinan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1: Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	S2	3	13.63%
2.	S1	9	31.82%
3.	Diploma	3	13.63%
4.	SMA	5	22.73%
5.	SMP	2	9.09%
Jumlah		22	100.00%

Tabel: Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pria	16	72.73%
2.	Wanita	6	27.27%
Jumlah		22	100.00%

Tabel: Status Perkawinan

No.	Status Perkawinan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Kawin	5	22.73%
2.	Belum Kawin	17	77.27%
Jumlah		22	100.00%

#### *b) Standar Operasional Pekerjaan*

##### *1) Bagian Produksi*

- Penerbitan Buku Baru
  - Penulis mengajukan naskah kepada bagian produksi untuk bekerjasama melakukan penerbitan buku.
  - Naskah yang sudah masuk ke bagian produksi selanjutnya dibuatkan jadwal proses editingnya oleh para editor.
  - Setelah naskah mendapatkan komentar dari para editor maka menejer produksi mengajukan darft naskah buku yang telah mendapat opini dari editor kepada



direksi/pimpinan untuk mendapatkan persetujuan untuk dilakukan proses pra cetak.

- Setelah naskah dinyatakan disetujui untuk diterbitkan maka bagian produksi memberikan disposisi kepada sekretaris perusahaan untuk membuat surat pejanjian kerjasama (SPK).
- Setelah disposisi persetujuan cetak dari direksi/pimpinan ada, maka menejer produksi menyusun jadwal kerja pra cetak (edit naskah, ejaan, layout, grafis, koreksi dari penulis, dll) atas naskah buku yang ada.
- Setelah semua proses pra cetak selesai maka menejer produksi mengajukan persetujuan pencetakan naskah kepada direksi/pimpinan .
- Setelah ada disposisi persetujuan dari direktur/pimpinan untuk proses pencetakan maka selanjutnya menejer produksi membuat jadwal pencetakan naskah.
- Setelah naskah selesai pencetakan dari percetakan maka menejer produksi memberikan laporan kepada direksi/pimpinan bahwa buku telah selesai cetak dan sudah ada di gudang dan sudah berada di bawah kewenangan marketing.

- Menejer produksi harus dapat memastikan terhadap kinerja para editor dengan alokasi waktu editing naskah maksimal sudah harus selesai 2 minggu.
- Penerbitan dengan cara Cetak Ulang
  - Menejer Marketing meminta laporan kepada admin tentang data stok gudang maupun hasil penjualan.
  - Jika sudah diketahui berapa yang telah terjual maka admin memberikan laporan kepada menejer marketing dan pimpinan perusahaan.
  - Selanjutnya direksi/pimpinan memberikan disposisi kepada menejer produksi untuk melakukan penjadwalan cetak ulang.
  - Setelah menejer produksi melakukan Proses cetak ulang maka kemudian memberikan laporan kepada direksi/pimpinan bahwa judul buku yang habis/perlu cetak ulang sedang diproses cetak
  - Buku cetak ulang yang sudah selesai cetak masuk kembali ke bagian gudang dan marketing.
  - Selanjutnya marketing memberikan laporan kepada direksi/pimpinan bahwa buku cetak ulang telah selesai dan sudah di simpan di gudang dan akan dilakukan pendistribusian/penjualan buku ke took/perorangan/langsung, dll.

- Pengerjaan Pra Cetak

- Pra cetak adalah proses persiapan cetak yang meliputi desain, editing, layout, grafis.
- Menejer produksi memberikan disposisi kepada bagian pra cetak untuk melakukan proses pra cetak atas naskah yang telah selesai edit.
- Setelah proses pra cetak selesai maka bagian pra cetak melaporkan kepada menejer produksi untuk dilakukan proses pencetakan.
- Dalam hal tertentu bagian pra cetak dapat melakukan diskusi dengan tim editor untuk memastikan naskah, tata letak dan grafisnya.
- Dalam melakukan pekerjaan pra cetak, maka bagian pra cetak dalam setiap 1 naskah harus diselesaikan dalam waktu 6 hari kerja.

## 2) *Bagian Keuangan*

Teknis Melakukan Penagihan kepada Semua Piutang Perusahaan

- Penagihan uang dilakukan kepada seluruh toko, perorangan, distributor, lembaga yang mempunyai piutang kepada CV. Cita Intrans Selaras divisi usaha penerbitan (kelompok penerbit Intrans).

- Penagihan dilakukan oleh bagian keuangan dan bisa dibantu oleh bagian marketing dibawah koordinasi direktur internal, atau ada penunjukan tugas khusus untuk melakukan penagihan.
- Proses penagihan piutang adalah (a). dilakukan secara regular (normal) yaitu oleh menejer marketing berdasarkan laporan dari orang/lembaga yang mempunyai piutang yang ditandai dengan warna biru. (b). jika penagihan piutang secara regular bermasalah, maka dilakukan oleh bagian keuangan yang dibantu oleh direksi/pimpinan yang ditandai dengan warna hijau dengan waktu tempo penyelesaian maksimal 2 minggu. (c). jika penagihan pada poin b tetap bermasalah maka ditangani langsung oleh direksi/pimpinan untuk menagihnya dan dalam hal ini dapat membentuk tim penagih dengan tempo waktu yang terukur maksimal harus terselesaikan dalam tempo waktu 1 bulan yang ditandai dengan warna merah. (d). jika poin c ini tidak dapat diselesaikan maka direksi/pimpinan dapat melakukan tindakan hukum yang memungkinkannya piutang tertagih yang ditandai dengan warna hitam.
- Dalam prosedur penagihan semuanya dilakukan dengan prinsip-prinsip kehati-hatian, prinsip kerjasama dan saling menguntungkan.

### 3) *Bagian Marketing, Distribusi dan Sirkulasi*

#### Teknis Pengiriman Barang Baru dan Sirkulasi Barang

- Dalam setiap proses perencanaan penjualan dan distribusi barang maka manajer marketing memberikan laporan kepada direksi/pimpinan terhadap jumlah buku yang akan dijual.
- Setelah proses pengiriman barang maka manajer marketing wajib memberikan kopian faktur kirim kepada staf administrasi yang nantinya akan digunakan untuk melakukan penagihan.
- Secara rutin dan berkala minimal 2 kali dalam 1 bulan manajer marketing memberikan laporan terhadap proses pengiriman dan penjualan produk kepada direksi/pimpinan.
- Barang retur harus segera dibuat perencanaan untuk dilakukan penjualan/pengiriman ke daerah lain atau dibuat sebuah acara untuk melakukan penjualan langsung dalam bentuk pameran, buku diskon ataupun kerjasama penjualan dengan pihak lain.
- Barang retur diupayakan maksimal dalam waktu 2 bulan semenjak diterima telah dapat didistribusikan kembali.

- Bertanggungjawab dan mengelola produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan (pergudangan) untuk dilakukan pencatatan.
- Menejer marketing mempunyai kewenangan untuk menyusun program penjualan yang sifatnya khusus dengan persetujuan pimpinan.
- Marketing memberikan laporan hasil penagihan kepada mitra kerja kepada direktur internal.

#### 4) *Penggunaan Peralatan*

##### Tata Cara Pengadaan dan Penggunaan Alat/barang Inventaris Perusahaan

- Setiap barang inventaris dibawah kewenangan direktur internal, yang dapat dilaksanakan oleh sekretaris perusahaan atau staf bagian administrasi dan keuangan.
- Setiap pengajuan penggunaan dan atau peminjaman barang inventaris cukup diajukan kepada sekretaris perusahaan, selanjutnya sekretaris perusahaan memberikan laporan kepada direktur internal.
- Setiap rencana pengadaan barang inventaris perusahaan, maka setiap bagian yang membutuhkan mengajukan permohonan kepada sekretaris perusahaan yang kemudian diteruskan kepada direktur internal untuk mendapatkan persetujuannya.

- Persetujuan dari direktur internal oleh sekretaris perusahaan diteruskan kepada pemohon untuk diproses pengajuan keuangan.
- Setelah pemohon mendapatkan barang inventaris dimaksud segera memperikan laporan kepada sekretaris perusahaan untuk dicatat dalam buku daftar inventaris.

#### 5) *Pengajuan Permintaan Dana/uang*

- Semua bagian wajib membuat perencanaan kebutuhan dana dalam waktu setiap bulan.
- Pengajuan permintaan dana di sampaikan kepada direktur internal.
- Setiap pengguna dana wajib membuat laporan keuangan mingguan atau bulanan.
- Waktu pengajuan dana minimal satu hari sebelumnya dan atau jika mendadak maka menggunakan mekanisme kas bon.

#### 6) *Waktu Kerja*

Waktu kerja perusahaan diatur sebagai berikut;

- Hari kerja ditetapkan mulai hari senin – sabtu dalam setiap minggunya.
- Jam kerja kantor hari senin – juma'at dimulai pukul 09.00 wib – pukul 16.00 wib. Untuk hari sabtu dimulai pukul 09.00 wib – 15.00 wib.

- Jika tidak masuk kerja maka wajib mengajukan ijin terlebih dahulu kepada direktur internal melalui sekretaris perusahaan.
- Pemberian ijin ditentukan oleh direktur internal dan atau sesuai dengan peraturan perusahaan.
- Masa waktu pemberian ijin disesuaikan dengan peraturan perusahaan

## 4.2. Analisis Data

### 4.2.1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Intrans Publishing yang berjumlah sebanyak 21 dibawah Direktur Utama. Deskripsi Responden berdasarkan Klasifikasi kerja, Jenis kelamin, dan Pendidikan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

#### Daftar Rekapitulasi Karyawan Intrans Publishing

Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1.	S2	2	9.5%
2.	S1	9	42.9%
3.	Diploma	3	14.3%
4.	SMA	5	23.8%
5.	SMP	2	9.5%
Jumlah		21	100.00%



## Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pria	15	71.4%
2.	Wanita	6	28.6%
Jumlah		21	100.00%



Status Perkawinan

No.	Status Perkawinan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Sudah Menikah	4	19.0%
2.	Belum Menikah	17	81.0%
Jumlah		21	100.00%

#### 4.2.2. Gambaran Distribusi Item

Pada bagian ini akan diketahui distribusi item masing-masing variabel dari jawaban responden secara keseluruhan, baik dalam jumlah responden (orang) maupun dalam angka (prosentase).

##### a. Variabel Komunikasi Vertikal ( $X_1$ )

Tabel 4.3

#### VARIABEL KOMUNIKASI VERTIKAL ( $X_1$ )

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Prosentase
X <sub>1.1</sub>	Pemberian laporan kepada atasan		
	a. Selalu	5	23.8%
	b. Sering	3	14.3%
	c. Kadang-kadang	9	42.9%
	d. Jarang	4	19.0%
	e. Tidak pernah	0	0.00%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>1.2</sub>	Kesempatan menyampaikan saran, ide atau gagasan		
	a. Selalu	2	9.5%
	b. Sering	11	52.4%
	c. Kadang-kadang	2	9.5%
	d. Jarang	4	19.0%
	e. Tidak pernah	2	9.5%
Jumlah		21	100,00%

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Prosentase
X <sub>1.3</sub>	Permohonan petunjuk		
	a. Selalu	5	23.8%
	b. Sering	7	33.3%
	c. Kadang-kadang	6	28.6%
	d. Jarang	1	4.8%
	e. Tidak pernah	2	9.5%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>1.4</sub>	Pemberian petunjuk, bimbingan dan pengarahan dari atasan		
	a. Selalu	5	23.8%
	b. Sering	5	23.8%
	c. Kadang-kadang	5	23.8%
	d. Jarang	6	28.6%
	e. Tidak pernah	0	0.0%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>1.5</sub>	Instruksi dan perintah dari atasan		
	a. Selalu	3	14.3%
	b. Sering	7	33.3%
	c. Kadang-kadang	5	23.8%
	d. Jarang	6	28.6%
	e. Tidak pernah	0	0.0%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>1.6</sub>	Pemberian informasi		
	a. Selalu	4	19.0%
	b. Sering	7	33.3%
	c. Kadang-kadang	6	28.6%
	d. Jarang	3	14.3%
	e. Tidak pernah	1	4.8%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>1.7</sub>	Pemberian teguran		
	a. Selalu	0	0.0%
	b. Sering	7	33.3%
	c. Kadang-kadang	4	19.0%
	d. Jarang	6	28.6%
	e. Tidak pernah	4	19.0%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>1.8</sub>	Pemberian pujian		
	a. Selalu	1	4.8%
	b. Sering	4	19.0%
	c. Kadang-kadang	5	23.8%
	d. Jarang	6	28.6%
	e. Tidak pernah	5	23.8%
Jumlah		21	100,00%

Sumber: Data Primer diolah (2012)

Dari variabel komunikasi vertikal ( $X_1$ ) pada item penyampaian kepada atasan ( $X_{1.1}$ ), jawaban yang paling sering muncul adalah kadang-kadang sebanyak 9 orang (42.9%). Hal ini menunjukkan bahwa pada perusahaan, karyawan atau bawahan kurang diwajibkan untuk memberikan laporan kepada atasan, baik untuk laporan hasil kegiatan maupun laporan kehadiran, sehingga dengan demikian pimpinan perusahaan tidak mengetahui keadaan, dan perkembangan perusahaan dengan cepat.

Pada item memperoleh kesempatan untuk menyampaikan saran, ide atau gagasan kepada atasan ( $X_{1.2}$ ), jawaban sering mempunyai tingkat kemunculan sebanyak 11 orang (52.4%). Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan memberi kesempatan besar kepada karyawan untuk memberikan masukan-masukan yang berguna bagi kemajuan perusahaan, sehingga karyawan merasa ikut berpartisipasi dalam perkembangan perusahaan.

Untuk item permohonan petunjuk kepada atasan apabila mengalami kesulitan dalam melaksanakan tugas, jawaban yang sering muncul adalah sering yaitu sebanyak 7 orang (33.3%). Maka dapat disimpulkan bahwa pimpinan sering membantu para karyawan apabila mereka mengalami kesulitan. Sehingga dengan demikian kesalahan-kesalahan dalam bekerja dapat diperkecil.

Untuk item pemberian petunjuk, bimbingan dan pengarahan dari atasan ( $X_{1.4}$ ) jawaban Jarang mempunyai tingkat kemunculan yaitu 6 orang (28.6%). Hal ini membuktikan bahwa pimpinan tidak jarang memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga pelaksanaan tugas sehari-hari tidak dapat berjalan dengan baik dan juga hubungan antara atasan dan bawahan semakin tidak erat.

Pada item pemberian instruksi atau perintah dari atasan ( $X_{1.5}$ ), jawaban yang sering muncul adalah sering (33.3%) sebanyak 7 orang. Berdasarkan jawaban responden terbanyak, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi vertikal dalam perusahaan yaitu antara pimpinan dengan bawahan berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dengan adanya instruksi atau perintah yang diberikan pimpinan kepada karyawan.

Untuk item pemberian informasi dari atasan ( $X_{1.6}$ ), jawaban yang sering muncul adalah sering, sebanyak 7 orang (33.3%). Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan menghargai peran karyawan dalam perusahaan dengan selalu memberikan informasi-informasi, terutama informasi-informasi baru, sehingga diharapkan dengan pemberian informasi tersebut maka karyawan mengerti tentang kebijakan perusahaan dan bisa turut andil di dalamnya.

Pada item pemberian teguran dari atasan bila telah dilakukan suatu kesalahan/kekhilafan ( $X_{1.7}$ ), jawaban sering mempunyai tingkat kemunculan sebanyak 7 orang (33.3%). Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan sering dalam memperhatikan kinerja karyawannya, sehingga

apabila karyawan melakukan kesalahan, pimpinan menegur karyawan dengan harapan kesalahan tersebut tidak akan terulang lagi.

Untuk item pemberian pujian dari atasan untuk bawahan berprestasi ( $X_{1,8}$ ), jawaban yang sering muncul adalah jarang sebanyak 6 orang (28.6%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pimpinan sangat jarang menghargai hasil kerja /prestasi karyawannya karyawan kurang merasa bangga terhadap diri karyawan tersebut, sehingga semangat kerja mereka menurun.

b. Variabel Komunikasi Horisontal ( $X_2$ )

Tabel 4.4  
DISTRIBUSI FREKUENSI ITEM  
VARIABEL KOMUNIKASI HORIZONTAL ( $X_2$ )

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Prosentase
X <sub>2.1</sub>	Komunikasi dan Interaksi dengan teman sekerja		
	a. Selalu	3	14.3%
	b. Sering	8	38.1%
	c. Kadang-kadang	4	19.0%
	d. Jarang	4	19.0%
	e. Tidak pernah	2	9.5%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>2.2</sub>	Saling membantu dalam melaksanakan tugas		
	a. Selalu	0	0.0%
	b. Sering	8	38.1%
	c. Kadang-kadang	8	38.1%
	d. Jarang	5	23.8%
	e. Tidak pernah	0	0.0%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>2.3</sub>	Membagi informasi		
	a. Selalu	3	14.3%
	b. Sering	7	33.3%
	c. Kadang-kadang	5	23.8%
	d. Jarang	5	23.8%
	e. Tidak pernah	1	4.8%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>2.4</sub>	Memecahkan masalah bersama		
	a. Selalu	2	9.5%
	b. Sering	13	61.9%
	c. Kadang-kadang	0	0.0%
	d. Jarang	5	23.8%
	e. Tidak pernah	1	4.8%

Jumlah		21	100,00%
X <sub>2.5</sub>	Koordinasi tugas antar bagian/departemen		
	a. Selalu		
	b. Sering	10	47.6%
	c. Kadang-kadang	3	14.3%
	d. Jarang	2	9.5%
	e. Tidak pernah	6	28.6%
		0	0.00%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>2.6</sub>	Frekuensi pertemuan (rapat bersama) antar bagian/departemen		
	a. Selalu	4	19.0%
	b. Sering	9	42.9%
	c. Kadang-kadang	3	14.3%
	d. Jarang	4	19.0%
	e. Tidak pernah	1	4.8%
Jumlah		21	100,00%

Sumber: Data Primer diolah (2012)

Dari variabel komunikasi horisontal ( $X_2$ ) pada item komunikasi dan interaksi dengan teman sekerja ( $X_{2.1}$ ), jawaban yang muncul adalah sering yaitu sebanyak 8 orang (38.1%). Berdasarkan jawaban responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keadaan interaksi karyawan sangat baik, sehingga diantara karyawan memiliki rasa kebersamaan yang tinggi.

Untuk item saling membantu dalam melaksanakan tugas ( $X_{2.2}$ ), jawaban yang sering muncul adalah sering dan kadang-kadang sebanyak 8 orang (38.1%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara sesama karyawan berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dengan saling membantu diantara sesama karyawan dalam bekerja.

Pada item saling membagi informasi ( $X_{2.3}$ ), jawaban sering mempunyai tingkat kemunculan yang tinggi yaitu sebesar 7 orang (33.3%), dimana ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup baik antar karyawan yang ditunjukkan dengan saling memberikan informasi

sehingga masing-masing karyawan mengetahui tentang keadaan dan perkembangan yang terjadi dalam perusahaan.

Untuk item memecahkan masalah bersama ( $X_{2.4}$ ), jawaban sering merupakan jawaban yang sering muncul yaitu sebanyak 13 orang (61.9%). Hal ini menunjukkan bahwa setiap ada masalah yang harus dipecahkan bersama, karyawan sering memberikan kemampuannya untuk menyelesaikan masalah tersebut. Sehingga masalah yang ada bisa cepat selesai dan selain itu hubungan antar karyawan juga semakin erat.

Pada item koordinasi tugas antar bagian/departemen ( $X_{2.5}$ ), jawaban yang sering muncul adalah selalu sebanyak 10 orang (47.6%). Ini menunjukkan bahwa perusahaan menetapkan antar bagian harus sering mengadakan koordinasi tugas sehingga tidak terjadi tumpang tindih (overlapping) antar bagian tentang tugas yang dilakukan sehingga dalam pelaksanaannya bisa berjalan dengan baik.

Untuk item frekuensi pertemuan (rapat bersama) antar bagian/departemen ( $X_{2.6}$ ) jawaban sering yang muncul sebanyak 9 orang (42.9%). Hal ini menunjukkan bahwa sering dilakukan rapat bersama antar bagian untuk membicarakan tentang rencana ataupun masalah yang sedang terjadi. Sehingga antar bagian bisa saling mengisi dan memberikan saran untuk perbaikan dan perkembangan perusahaan.

c. Variabel Komunikasi Diagonal ( $X_3$ )

Tabel 4.5  
DISTRIBUSI FREKUENSI ITEM  
VARIABEL KOMUNIKASI DIAGONAL ( $X_3$ )



Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Prosentase
X <sub>3.1</sub>	Mencari informasi kepemimpinan bagian lain		
	a. Selalu	0	0.0%
	b. Sering	8	38.1%
	c. Kadang-kadang	7	33.3%
	d. Jarang	6	28.6%
	e. Tidak pernah	0	0.0%
Jumlah		21	100,0%
X <sub>3.2</sub>	Peran antar staf bagian lain dalam membantu melaksanakan tugas		
	a. Selalu	1	4.8%
	b. Sering	8	38.1%
	c. Kadang-kadang	7	33.3%
	d. Jarang	2	9.5%
	e. Tidak pernah	3	14.3%
Jumlah		21	100,0%
X <sub>3.3</sub>	Mengeluhkan pekerjaan kepada karyawan bagian lain		
	a. Selalu	0	0.0%
	b. Sering	7	33.3%
	c. Kadang-kadang	7	33.3%
	d. Jarang	6	28.6%
	e. Tidak pernah	1	4.8%
Jumlah		21	100,0%

Sumber: Data Primer diolah (2012)

Dari variabel komunikasi diagonal (X3) pada item Mencari informasi kepemimpinan bagian lain (X<sub>3.1</sub>), jawaban yang paling muncul adalah sering sebanyak 8 orang (38.1%). Hal ini menunjukkan bahwa pada perusahaan, karyawan atau bawahan dekat dan terbuka dalam mencari informasi kepada atasan bagian lain, sehingga dengan demikian karyawan dengan mudah mengetahui keadaan, dan perkembangan perusahaan dengan cepat.

Pada item Peran antar staf bagian lain dalam membantu melaksanakan tugas (X<sub>3.2</sub>), jawaban sering mempunyai tingkat kemunculan sebanyak 8 orang (38.1%). Hal ini menunjukkan bahwa kedekatan antar karyawan tinggi, sehingga pekerjaan semakain cepat terselesaikan.

Untuk item mengeluhkan pekerjaan kepada karyawan bagian lain ( $X_{3.3}$ ), jawaban kadang-kadang dan sering mempunyai tingkat sama yaitu 7 orang (33.3%). Hal ini membuktikan bahwa ketika karyawan mendapatkan permasalahan tentang pekerjaan, mereka tidak tertutup dengan karyawan lain di bagian yang berbeda. Karyawan juga cenderung dekat dan terbuka dengan pimpinan mereka sendiri, hal ini dapat dilihat di item permohonan petunjuk kepada atasan apabila mengalami kesulitan dalam melaksanakan tugas ( $X_{1.3}$ ), jawaban yang muncul adalah sering yaitu sebanyak 7 orang (33.3%) dan jawaban selalu menempati angka 5 orang (23.8%).

d. Variabel Komunikasi Informal ( $X_4$ )

Tabel 4.6

DISTRIBUSI FREKUENSI ITEM  
VARIABEL DESAS-DESUS ( $X_4$ )

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Prosentase
X <sub>4.1</sub>	Berbincang saat istirahat		
	a. Selalu	2	9.5%
	b. Sering	14	66.7%
	c. Kadang-kadang	0	0.0%
	d. Jarang	5	23.8%
	e. Tidak pernah	0	0.0%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>4.2</sub>	Memecahkan masalah keluarga dengan rekan kerja		
	a. Selalu	10	4.6%
	b. Sering	3	14.3%
	c. Kadang-kadang	3	14.3%
	d. Jarang	4	19.0%
	e. Tidak pernah	1	4.8%
Jumlah		21	100,00%
X <sub>4.3</sub>	Melakukan kegiatan bersama rekan kerja diluar jam kerja		
	a. Selalu	4	19.0%
	b. Sering	9	42.9%
	c. Kadang-kadang	4	19.0%
	d. Jarang	3	14.3%
	e. Tidak pernah	1	4.8%

Jumlah	21	100,00%
--------	----	---------

Sumber: Data Primer diolah (2012)

Untuk item berbincang saat istirahat ( $X_{4.1}$ ), jawaban yang sering muncul adalah sering, sebanyak 14 orang (66.7%). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan ketika waktu istirahat mereka selalu berbincang-bincang, baik membicarakan informasi-informasi pekerjaan maupun isu-isu terkini diluar kontek pekerjaan. Diharapkan informasi tersebut akan lebih mendekatkan lagi dengan karyawan lain dan termotivasi untuk lebih giat bekerja.

Pada item Memecahkan masalah keluarga dengan rekan kerja ( $X_{4.2}$ ), jawaban selalu mempunyai tingkat kemunculan sebanyak 10 orang (47.6%). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan juga sangat terbuka dengan rekan sekerja ketika mendapatkan permasalahan pribadi. Berkaitan dengan masalah pribadi cenderung setiap orang sedikit tertutup, akan tetapi dilihat dari hasil data diatas karyawan intrans publishing sudah dikategorikan sangat terbuka dengan rekan sekerja.

Untuk item Melakukan kegiatan bersama rekan kerja diluar jam kerja ( $X_{4.3}$ ), jawaban yang muncul adalah sering sebanyak 9 orang (42.9%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa para karyawan intrans publishing sangat sering melakukan kegiatan diluar jam kerja, seperti olahraga futsal, nonton pertandingan AREMA, camping dll.

Secara keseluruhan komunikasi informal ini diharapkan mampu menciptakan loyalitas karyawan terhadap perusahaan semakin tinggi dan mampu menciptakan kerjasama yang lebih tinggi pula. Dan dilihat dari

data keseluruhan komunikasi informal ini, perusahaan sudah menerapkannya dengan baik. Akan tetapi perusahaan belum mampu menerapkannya dengan maksimal, terbukti data diatas yang mendominasi di jawaban “selalu” hanya satu.

e. Variabel Lingkungan Kerja (Y)

Tabel 4.7

DISTRIBUSI FREKUENSI ITEM  
VARIABEL LINGKUNGAN KERJA (Y)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Orang	Prosentase
Y <sub>1</sub>	Struktur sesuai dengan keinginan karyawan		
	a. Sangat setuju	2	9.5%
	b. Setuju	13	61.9%
	c. Netral	0	0.0%
	d. Tidak setuju	3	14.3%
	e. Sangat tidak setuju	3	14.3%
Jumlah		21	100,00%
Y <sub>2</sub>	Fasilitas sudah menunjang produktifitas kerja		
	a. Sangat setuju	10	47.6%
	b. Setuju	3	14.3%
	c. Netral	2	9.5%
	d. Tidak setuju	4	19.0%
	e. Sangat tidak setuju	2	9.5%
Jumlah		21	100,00%
Y <sub>3</sub>	Kebijakan perusahaan meningkatkan produktifitas		
	a. Sangat setuju	4	19.0%
	b. Setuju	9	42.9%
	c. Netral	3	14.3%
	d. Tidak setuju	0	0.0%
	e. Sangat tidak setuju	5	23.8%
Jumlah		21	100,00%

Sumber: Data Primer diolah (2012)

Dari variabel lingkungan kerja (Y) pada item Struktur sesuai dengan keinginan karyawan (Y<sub>1</sub>) jawaban yang sering muncul adalah setuju yaitu sebanyak 13 orang (61.9%). Sehingga dapat disimpulkan

bahwa sebagian besar karyawan sudah faham terhadap struktur yang diterapkan oleh perusahaan.

Untuk item Fasilitas sudah menunjang lingkungan kerja (Y.2), jawaban yang sering muncul adalah sangat setuju sebanyak 10 orang (47.6%). Ini menunjukkan bahwa karyawan sudah mendapatkan fasilitas yang sangat layak, sehingga para karyawan dapat bekerja dengan baik. Akan tetapi kelayakan ini masih belum maksimal karena jawaban “sangat setuju” tidak mendominasi.

Untuk item Kebijakan perusahaan meningkatkan produktifitas (Y.3), sebanyak 9 responden (42.9%) menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan perusahaan sudah baik. Akan tetapi melihat peringkat data diatas perusahaan ini masih kurang maksimal, dikarenakan jawaban “sangat tidak setuju” memposisikan peringkat dua dengan jumlah 5 orang yang menjawab. Hal ini dikarenakan kebijakan internal bagian sering berubah dan tidak tertransformasikan dengan baik.

#### 4.2.3. Pengujian Data

- a. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

**Tabel 4.8**

#### **Uji Validitas Variabel X**

<b>Variabel X</b>	<b>Item</b>	<b>Sig.(2-Tailed)</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Komunikasi Vertikal (X <sub>1</sub> )	X1.1	0,000	0,9300	Valid dan Reliabel
	X1.2	0,000		
	X1.3	0,000		
	X1.4	0,000		
	X1.5	0,000		
	X1.6	0,000		

	X1.7	0,000		
	X1.8	0,000		
Komunikasi Horisontal (X <sub>2</sub> )	X2.1	0,000	0,9376	Valid dan Reliabel
	X2.2	0,000		
	X2.3	0,000		
	X2.4	0,000		
	X2.5	0,000		
	X2.6	0,000		
Komunikasi Diagonal (X <sub>3</sub> )	X3.1	0,000	0,9048	Valid dan Reliabel
	X3.2	0,000		
	X3.3	0,000		
Desas-desus (X <sub>4</sub> )	X4.1	0,000	0,9135	Valid dan Reliabel
	X4.2	0,000		
	X4.3	0,000		

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 1)

Berdasarkan table 4.8 maka dapat disimpulkan semua instrumen sampai X yang terdiri dari X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, dan X<sub>4</sub> dapat dikatakan valid dan reliable sehingga dapat dipergunakan untuk pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.9**

**Uji Validitas Variabel Y**

Variabel Y	Item	Sig.(2-Tailed)	Alpha	Keterangan
Lingkungan Kerja	Y1	0,000	0,9468	Valid dan Reliabel
	Y2	0,000		
	Y3	0,000		

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 2)

Berdasarkan table 4.9 maka dapat disimpulkan semua instrumen Y yakni kinerja karyawan dapat dikatakan valid dan reliable sehingga dapat dipergunakan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Asumsi Klasik

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi, maka harus

dilakukan uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.



### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi yang diteliti distribusi normal atau tidak.

**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,99724097
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,069
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,485
Asymp. Sig. (2-tailed)		,973

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 3)

Berdasarkan table 4.10 normalitas uji Kolmogorov-Smirnov Z Sig. (2-tailed)  $0.973 > 0,05$ . Maka asumsi normalitas terpenuhi.

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinier bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang sempurna (pasti) antar variabel bebas.



Tabel 4.11

**Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.340	.975		-3.426	.003		
	Kom Vertikal	.041	.053	.077	.774	.450	.389	2.570
	Kom Horisontal	.433	.125	.642	3.462	.003	.111	9.005
	Kom Diagonal	-.195	.208	-.129	-.937	.363	.202	4.944
	Kom Informal	.510	.164	.408	3.111	.007	.222	4.502

Sumber: Data primer diolah, 2012 (lampiran 4)

Dari tabel 4.11 diperoleh *Varian Inflation Factor* (VIF) semua variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$ ) bernilai tidak lebih melebihi angka 10. Serta mempunyai nilai *Tolerance* mendekati angka 1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi yang digunakan.

### 3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya).

**Tabel 4.12  
Uji Autokorelasi  
Model Summary(b)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.969(a)	.939	.924	1.115	1.376

a Predictors: (Constant), Kom Informal, Kom Vertikal, Kom Diagonal, Kom Horisontal

b Dependent Variable: Lingkungan kerja produktif

Sumber : Data primer diolah, 2012 (lampiran 5)

Dari tabel 4.12 diperoleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1.376. Nilai tersebut mendekati angka 2 (baik diatas atau dibawah mendekati angka 2). Hal ini menunjukkan tidak ada Autokorelasi pada model regresi yang digunakan.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis dengan menggunakan model regresi berganda yang telah memenuhi uji asumsi klasik antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara kedua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 11.5 for windows diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keputusan
	B	Std. Error	Beta			
	1 (Constant)	-3.340	.975		-3.426	.003
Kom. Vertikal X1	.041	.053	.077	.774	.450	Tidak Signifikan
Kom. Horisnt X1	.433	.125	.642	3.462	.003	Signifikan
Kom. Diagonl X1	-.195	.208	-.129	-.937	.363	Tidak Signifikan
Desas-desus	.510	.164	.408	3.111	.007	Signifikan

R	: .969
R Square	: .939
Adjusted R Square	: .924
F <sub>hitung</sub>	: 61.389
Sig. F	: .000
$\alpha$	: 5%/0.05

Sumber : Data primer diolah, 2012 (lampiran 6)

Berdasarkan data hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.13 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -3.340 + 0.041X_1 + 0.433X_2 - 0.195X_3 + 0.510X_4$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diartikan bahwa :

- Nilai konstanta dengan nilai sebesar -3.340, ini menunjukkan tingkat lingkungan kerja dianggap ada pengaruh dengan ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) maka besarnya variabel komunikasi adalah sebesar 3.340 kali

- Koefesien Variabel  $X_1$  (komunikasi vertikal)

Nilai dari koefesien regresi  $X_1$  sebesar 0.041 menyatakan bahwa apabila komunikasi vertikal naik 1 kali maka lingkungan kerja akan naik sebesar 0.041 kali, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi lingkungan kerja dianggap konstan.

- Koefesien Variabel  $X_2$  (komunikasi horisontal)

Nilai dari koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0.433 menyatakan bahwa apabila komunikasi horisontal naik 1 kali maka lingkungan kerja akan naik sebesar 0.433 kali, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi lingkungan kerja dianggap konstan.

- Koefisien Variabel  $X_3$  (komunikasi diagonal)

Nilai dari koefisien regresi  $X_3$  sebesar -0.195 menyatakan bahwa apabila komunikasi diagonal naik 1 kali maka lingkungan kerja akan turun sebesar 0.195 kali, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi lingkungan kerja dianggap konstan.

- Koefisien Variabel  $X_4$  (desas-desus)

Nilai dari koefisien regresi  $X_4$  sebesar 0.510 menyatakan bahwa apabila desas-desus naik 1 kali maka lingkungan kerja akan naik sebesar 0.510 kali, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi lingkungan kerja dianggap konstan.

### 1) Uji Hipotesis

Berdasarkan penelitian Isprandono 2004 bahwa komunikasi dapat mempengaruhi struktur, kebijakan dan fasilitas yang terdapat diperusahaan.

#### a) Uji t (Parsial)

Untuk memperjelas pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, dapat dilihat hasil regresi pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14

## Hasil Regresi untuk Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.340	.975		3.426	.003		
	Kom Vertikal	.041	.053	.077	.774	.450	.389	2.570
	Kom Horisontal	.433	.125	.642	3.462	.003	.111	9.005
	Kom Diagonal	-.195	.208	-.129	-.937	.363	.202	4.944
	Desas-desus	.510	.164	.408	3.111	.007	.222	4.502

Sumber: Data primer diolah peneliti (2012)

Dari hasil uji t pada tabel 4.14, dapat disimpulkan bahwa secara individual (parsial) variabel yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan adalah Variabel komunikasi horizontal dan komunikasi desas-desus. Hal ini disebabkan nilai signifikansi dengan tingkat  $\alpha = 5\%$  pada signifikansi  $p < 0,05$ . Sedangkan variabel komunikasi vertikal dan komunikasi diagonal tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan karena pada signifikansi  $p > 0,05$ .

## Uji F (Simultan)

Untuk memperjelas pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, dapat dilihat hasil regresi pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Regresi untuk Uji F (Simultan)**

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.253	4	76.313	61.389	.000(a)
	Residual	19.890	16	1.243		
	Total	325.143	20			

Sumber: Data primer diolah peneliti (2012)

Dari hasil uji F pada tabel 4.15 di dapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 61.389 sedangkan  $F_{tabel}$  yaitu  $F_{(4,16)}$  sebesar 3.01. Maka dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  signifikansi pada tingkat 0,000 pada taraf 5% ( $p > 0,05$ ). Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara bersama-sama signifikan terhadap lingkungan kerja.

b) Uji Dominan

Pengujian hipotesis yang kedua untuk menentukan variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi kinerja karyawan. Pengujian ditentukan dengan melihat pada nilai *standartdized Coefficients* atau beta pada masing-masing variabel bebas yang diteliti.

**Tabel 4.16**

Variabel	r	r <sup>2</sup>	Kontribusi (%)
Komunikasi vertical	0.784	0.614656	61.46
Komunikasi horizontal	0.941	0.885481	88.55
Komunikasi diagonal	0.807	0.651249	65.12
Desas-desus	0.927	0.859329	85.93

Sumber: Data primer diolah peneliti (2012)

Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa variabel komunikasi horisontal mempunyai nilai dominan sebesar 88.55% atau yang tertinggi di antara variabel bebas lainnya.

c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk melihat hubungan pengaruh antara dua variabel yaitu variabel independent (komunikasi vertikal, komunikasi horisontal, komunikasi diagonal dan desas-desus) dan variabel dependent (lingkungan kerja), dapat dilihat hasil Koefisien Determinasi pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.17  
Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.969(a)	.939	.924	1.115	1.376

Sumber: primer diolah peneliti (2012)

Dari tabel 4.17 dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* (Koefisien Determinan) menunjukkan nilai sebesar 0.924 atau 92.4%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen (komunikasi vertikal, komunikasi horisontal, komunikasi diagonal dan desas-desus) terhadap variabel dependent (lingkungan kerja) sebesar 92.4%. Disini dapat disimpulkan bahwa ada 7.6% variabel lain diluar 4 variabel bebas tersebut berpotensi untuk menjelaskan.

### 4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

#### 4.3.1. Variabel Secara Parsial

Komunikasi yang digunakan oleh karyawan Intrans Publishing memakai berbagai macam bentuk komunikasi dalam kesehariannya, yaitu :

a. Komunikasi Formal, meliputi :

1) *Komunikasi Vertikal*

Komunikasi antara pimpinan dengan bawahan secara dua arah (timbang balik) dilaksanakan dalam bentuk :

a) Rapat umum, yang dihadiri oleh seluruh karyawan membahas tentang segala hal, misalnya permasalahan yang dihadapi, rencana-rencana yang akan diterapkan, pemberian informasi, pemberian laporan, dan juga saran/ide. Rapat umum ini dilaksanakan tiap akhir bulan.

b) Pemberian laporan harian kepada atasan dan kemudian pimpinan memberikan tanggapannya, jika sudah benar maka disetujui, namun jika salah akan dikembalikan dan diperbaiki. Laporan harian ini berupa :

- Laporan kehadiran, berupa kehadiran waktu dinas (jam masuk dan jam pulang) yang kebenarannya perlu diperiksa oleh para manajer sebagai bahan untuk memberikan premi kehadiran.



- Laporan kegiatan pada hari itu, terutama terikat pada bagian-bagian tertentu, misalnya bagian Sales dan desain.

Dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, bahwa secara parsial ternyata komunikasi ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap lingkungan kerja produktif dengan sig 0.450. Hal ini dikarenakan menurut pengamatan peneliti bahwa indikator komunikasi vertikal telah didesign sedemikian rupa, artinya telah menjadi tugas dan tanggung jawab pada masing-masing posisi. Dan menjadikan rutinitas yang harus dijalankan, sehingga menjadikan komunikasi ini terlihat kaku dan formalistic.

Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mencermati item pertanyaan tentang komunikasi ini untuk menyatakan lebih pada penting tidaknya adanya komunikasi ini dan seberapa jauh kepentingannya.

## 2) *Komunikasi Horisontal*

Komunikasi antar rekan sekerja dan antar bagian dilaksanakan dalam bentuk :

- a) Rapat manager yang diadakan tiap hari Sabtu minggu ketiga. Membahas tentang segala hal yang dianggap perlu, misalnya pemberian laporan, usul/gagasan penyelesaian masalah, koordinasi tugas termasuk juga mengkaji kembali

hasil rapat umum akhir bulan untuk disikapi lebih lanjut.

- b) Rapat koordinasi untuk tiap-tiap bagian (*sharing day*), yang dilaksanakan minimal satu minggu sekali dan waktunya dan tempatnya biasanya di luar jam kerja dan diluar kantor.

Dalam hal ini akan dibahas segala permasalahan intern tiap-tiap bagian dan selanjutnya bila dianggap perlu maka manajer akan membawa hasilnya ke rapat manager.

Berdasarkan penelitian, penulis menerangkan bahwa secara parsial ternyata komunikasi ini berpengaruh secara signifikan terhadap lingkungan kerja produktif dengan sig 0.003. Hal ini dikarenakan indikator komunikasi horisontal tidak hanya dilakukan dilingkungan kantor saja akan tetapi juga dilakukan diluar kantor dan tingkat pertemuannya terbilang sering.

Dari pengamatan survai, penulis dapat mengklaim bahwa disaat mereka berkumpul (rapat) diluar kantor mereka terlihat lebih terbuka dan informal, dalam artian mereka terlihat seperti keluarga yang sedang berlibur dan tidak ada ketegangan diantara mereka. Penulis dapat mencontohkan seperti mereka disaat rapat banyak bergurau dan saling curhat.

Oleh karena itu penulis menyimpulkan bahwa komunikasi ini dapat berpengaruh terhadap lingkungan kerja produktif karena adanya kekuatan emosional yang menjadikan mereka lebih semangat bekerja, sehingga terciptalah lingkungan kerja yang

produktif.

### 3) *Komunikasi Diagonal*

Komunikasi Diagonal adalah komunikasi yang melibatkan antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Contohnya adalah komunikasi *formal* antara manajer pemasaran dengan bagian promosi, antara manajer produksi dengan bagian akuntansi dan seterusnya. Dalam hal ini perusahaan intrans publishing tidak memberikan kebijakan tertentu kepada karyawan, akan tetapi secara perilaku kesehariannya sering dilakukan oleh karyawan. Biasanya dilakuka dalam bentuk:

- a) Mencari informasi kebagian lain; contohnya bagian redaksi meminta informasi kepada manajer marketing terkait isu-isu yang terbaru dikalangan masyarakat untuk dijadikan bahan acuan dalam menetapkan judul buku atau naskah-naskah yang akan diterbitkan. Dan biasanya manajer produksi juga mencari informasi tentang perkembangan buku-buku yang telah mereka terbitkan kepada staf marketing.
- b) Ikut membantu menyelesaikan masalah; contohnya manajer marketing meminta bantuan kepada staf produksi untuk membantu bagian distribusi dalam ngepak buku. Agar supaya pekerjaan tersebut biar terselesaikan dengan cepat.

Dalam menyelesaikan masalah ini biasanya orang atau individu yang dimintai membantu tersebut dalam keadaan

tidak ada aktifitas pekerjaan (nganggur).

Dilihat dari hasil penelitian, bahwa komunikasi ini secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap lingkungan kerja produktif dengan sig 0.363. Hal ini dikarenakan menurut pengamatan peneliti bahwa indikator komunikasi diagonal dilakukan pada saat tertentu saja dan tidak tersistem dengan baik.

Penulis juga mengamati bahwa jika komunikasi ini dijalankan dengan baik cenderung akan memberikan dampak yang buruk terhadap sistem yang sudah ditetapkan, artinya perusahaan tidak lagi terlihat profesional dalam memberikan tanggung jawab kepada karyawan.

Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mencermati lagi item pertanyaan tentang komunikasi ini untuk menyatakan lebih pada penting tidaknya adanya komunikasi ini dan seberapa jauh kepentingannya.

b. Komunikasi Informal, meliputi

Bentuk komunikasi informal yang sering digunakan adalah komunikasi lisan informal, yaitu berupa desas-desus yang disampaikan oleh karyawan kepada karyawan lain dan mereka cenderung tidak melihat jabatan mereka, hal ini biasanya dilakukan pada saat istirahat dan diluar jam kerja. Adapun tema yang disampaikan adalah terkait dengan isu-isu

yang beredar pada saat itu, baik isu lingkungan internal mereka maupun isu yang lain semisal dunia politik, hukum, sampai hal pribadi mereka.

Komunikasi informal cenderung luwes atau fleksibel dan tidak ketat, mereka membawanya dengan santai dan penuh rasa persaudaraan. Sehingga komunikasi ini dapat menciptakan suatu dampak yang jelas. Seperti dalam pengamatan penulis bahwa komunikasi ini (desas-desus) berpengaruh signifikan terhadap lingkungan kerja dengan nilai sig 0.007.

Dalam komunikasi ini sebetulnya ada dua dampak yang harus terkontrol oleh perusahaan, pertama; dampak produktivitas kerja, jika tema yang beredar dalam komunikasi ini tentang motivasi, kritik konstruktif, dan mimpi bersama, maka komunikasi akan berdampak yang luar biasa terhadap perusahaan. Kedua, dan sebaliknya jika komunikasi ini cenderung ke-negatif (ngobrol kejelekan teman sekerja dan ketidakadilan perusahaan), maka tidak menutup kemungkinan karyawan akan melakukan kecurangan dan mengakibatkan kehancuran dilingkungan perusahaan. Oleh karena itu penulis menyarankan perusahaan harus lebih tanggap dan cepat mengatasi dampak yang kedua tersebut.

#### **4.3.2. Variable Secara Simultan dan Dominan**

Dari hasil uji F didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 61.389 sedangkan  $F_{tabel}$  yaitu  $F_{(4,16)}$  sebesar 3.01. Maka dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  signifikansi pada tingkat 0,000 pada taraf 5% ( $p > 0,05$ ). Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara bersama-sama signifikan terhadap lingkungan kerja. Dan variabel

komunikasi horisontal mempunyai nilai dominan sebesar 88.55% atau yang tertinggi di antara variabel bebas lainnya

#### 4.3.3. Implementasi dan Pembahasan Hasil Penelitian dalam Perspektif Islam

Terkait komunikasi ini, penulis belum menemukan penjelasan dalam kajian keislaman yang menjelaskan secara rinci tentang komunikasi vertical, horizontal, diagonal dan informal. Yang penulis dapatkan adalah penjelasan komunikasi secara umum seperti orang muda berkomunikasi dengan orang yang lebih tua, orang tua berbicara dengan anak mudan dan bagaimana cara berkomunikasi dengan sesama.

Dalam hal ini penulis juga mengutip tulisannya Ahmad Ridwan Jurusan Ilmu Agama Islam FIS UNJ tentang komunikasi efektif dalam perspektif al-qur'an yang disajikan pada tanggal 30 Desember 2009, tulisan beliau juga hasil kutipan dari buku Harun Yahya, "Nilai-Nilai Moral Al-Qur'an", Senayan Abadi Publishing, Jakarta, tahun 2003. Dalam tulisan tersebut menerangkan Al-Quran memberikan enam prinsip atau model dalam berkomunikasi dengan orang lain, yaitu:

a) **Qaulan Sadida** (QS. An-Nisa ayat 9, Al-Ahzab ayat 70)

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا  
خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

*“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang*

*mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (QS. An-Nisa: 9)*

Perkataan Qaulan Sadida diungkapkan Al-Quran dalam konteks pembicaraan mengenai wasiat. Menurut beberapa ahli tafsir seperti Hamka, At-Thabari, Al-Baghawi, Al-Maraghi dan Al-Buruswi bahwa Qaulan Sadida dari segi konteks ayat mengandung makna kekuatiran dan kecemasan seorang pemberi wasiat terhadap anak-anaknya yang digambarkan dalam bentuk ucapan-ucapan yang lemah lembut (halus), jelas, jujur, tepat, baik, dan adil. Jika diartikan dalam kontek lingkungan pekerjaan lemah lembut artinya cara penyampaian menggambarkan kasih sayang yang diungkapkan dengan kata-kata yang lemah lembut seperti seorang pimpinan menegur atau member peringatan kepada bawahan.

Jelas mengandung arti terang sehingga ucapan itu tak ada penapsiran lain. Jujur artinya transparan, apa adanya, tak ada yang disembunyikan. Tepat artinya kena sasaran, sesuai yang ingin dicapai, dan sesuai pula dengan situasi dan kondisi. Baik sesuai dengan nilai-nilai, baik nilai moral-masyarakat maupun ilahiyah. Sedangkan adil mengandung arti isi pembicaraan sesuai dengan kemestiannya, tidak berat sebelah atau memihak.

- b) **Qaulan Ma'rufa** (QS An-Nisa ayat 5 dan 8, QS Al-Baqarah ayat 235, QS Al-Anfal ayat 32)

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا  
وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

*“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akal nya [268], harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”. (QS. An-Nisa: 5)*

Secara bahasa arti ma'rufa adalah baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat (Shihab, 1998:125). Ucapan yang baik adalah ucapan yang diterima sebagai sesuatu yang baik dalam pandangan masyarakat lingkungan penutur.

Dengan kata lain menurut beberapa ahli baik ahli tafsir seperti Hamka dan Al-Buruswi maupun pendapat ahli lainnya bahwa qaulan ma'rufa mengandung arti perkataan yang baik, yaitu perkataan yang sopan, halus, indah, benar, penuh penghargaan, dan menyenangkan, serta sesuai dengan kaidah dan hukum dan logika.



c) **Qaulan Baligha** (QS An-Nisa ayat 63)

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ  
وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”. (QS. An-Nisa: 63)*

Qaulan Baligha diartikan sebagai pembicaraan yang fasih atau tepat, jelas maknanya, terang, serta tepat mengungkapkan apa yang dikehendakinya atau juga dapat diartikan sebagai ucapan yang benar dari segi kata. Dan apabila dilihat dari segi sasaran atau ranah yang disentuhnya dapat diartikan sebagai ucapan yang efektif.

d) **Qaulan Maysura** (QS Al-Isra ayat 28)

وَإِمَّا تَعْرِضْ عَنْهُمْ أْبْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ  
لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

*“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas”. (QS. Al-Isra: 28)*

Dalam Terjemahan Departemen Agama, ditafsirkan apabila kamu tidak dapat melaksanakan perintah Allah seperti yang tersebut dalam ayat 26, Maka Katakanlah kepada mereka perkataan yang baik agar mereka tidak kecewa lantaran mereka belum mendapat bantuan dari kamu. Dari pada itu kamu berusaha untuk mendapat rezki (rahmat) dari Tuhanmu, sehingga kamu dapat memberikan kepada mereka hak-hak mereka.

Menurut bahasa qaulan maysura artinya perkataan yang mudah. Adapun para ahli tafsir seperti At-Thabari dan Hamka mengartikan bahwa qaulan maysura sebagai ucapan yang membuat orang lain merasa mudah, bernada lunak, indah, menyenangkan, halus, lemah lembut dan bagus, serta memberikan rasa optimis bagi orang yang diajak bicara. Mudah artinya bahasanya komunikatif sehingga dapat dimengerti dan berisi kata-kata yang mendorong orang lain untuk tetap mempunyai harapan. Ucapan yang lunak adalah ucapan yang menggunakan ungkapan dan diucapkan dengan pantas atau layak. Sedangkan yang lemah lembut adalah ucapan yang baik dan halus sehingga tidak membuat orang lain kecewa tau tersinggung.

e) **Qaulan Layyina** (QS Thaha ayat 44)

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ﴿٤٤﴾

*“maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (QS Thaha:44)*

Qaulan layyina dari segi bahasa berarti perkataan yang lemah lembut. Secara lebih jelas bahwa qaulan layyina adalah ucapan baik yang dilakukan dengan lemah lembut sehingga dapat menyentuh hati yang diajak bicara. Ucapan yang lemah lembut dimulai dari dorongan dan suasana hati orang yang berbicara. Apabila berbicara dengan hati yang tulus dan memandang orang yang diajak bicara sebagai saudara yang dicintai, maka akan lahir ucapan yang bernada lemah lembut.

Dengan kelemahlembutan itu maka akan terjadi sebuah komunikasi yang akan berdampak pada tercerapnya isi ucapan oleh orang yang diajak bicara sehingga akan terjadi tak hanya sampainya informasi tetapi jua akan berubahnya pandangan, sikap dan prilaku orang yang diajak bicara.

**f) Qaulan Karima (QS Al-Isra ayat 23)**

Dari segi bahasa qaulan karima berarti perkataan mulia. Perkataan yang mulia adalah perkataan yang memberi penghargaan dan penghormatan kepada orang yang diajak bicara.

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عِنْدَكَ  
 الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا  
 قَوْلًا كَرِيمًا ﴾

*“Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu*

*bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”. (QS. Al-Isra: 23)*

Dalam hal ini bisa juga diartikan mengucapkan kata kasar kepada pimpinan atau rekan sekerja tidak dibolehkan oleh agama apalagi memperlakukan mereka dengan lebih kasar dari pada itu.

Dari sekian pengertian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa dalam lingkungan kerja komunikasi yang baik menurut enam prinsip adalah ucapan yang memiliki nilai: kebenaran, kejujuran, keadilan, kebaikan, lurus, halus, sopan, pantas, penghargaan, khidmat, optimis, indah, menyenangkan, logis, fasih, terang, tepat, menyentuh hati, selaras, mengesankan, tenang, efektif, lunak, dermawan, lemah lembut, rendah hati.

Lebih lanjut apabila kita tinjau dari segi derajatnya, maka akan kita urutkan menjadi karima atau mulia, ma'rufa atau baik, layyina atau lemah lembut, baligha atau tepat, maysura atau mudah, dan sadida atau benar

Dengan adanya komunikasi seperti itu, **insyaAllah** akan tercipta suatu lingkungan kerja yang produktif. Dan mudah-mudahan karyawan

perusahaan intrans publishing dan kita semua dapat menjalankan komunikasi tersebut dengan maksimal. **Amin ya Robbal ‘alamin...**

