PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTAR PEGAWAI TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI DI PT. TASPEN (Persero) Cabang Malang

Disusun Oleh:

Elly Zuhana

(06410035)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Derajat Sarjana Psikologi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2010

PENGARUH *KOMUNIKASI INTERPERSONAL* ANTAR PEGAWAI TERHADAP *KOMITMEN ORGANISASI* PEGAWAI PT TASPEN (Persero) CABANG MALANG

SKRIPSI

Oleh:
ELLY ZUHANA
NIM. 06410035

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2010

PENGARUH *KOMUNIKASI INTERPERSONAL* ANTAR PEGAWAI TERHADAP *KOMITMEN ORGANISASI* PEGAWAI PT TASPEN (Persero) CABANG MALANG

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
Memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:
ELLY ZUHANA
NIM. 06410035

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2010

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *KOMUNIKASI INTERPERSONAL* ANTAR PEGAWAI TERHADAP *KOMITMEN ORGANISASI* PEGAWAI PT TASPEN (Persero) CABANG MALANG

SKRIPSI

Oleh:
ELLY ZUHANA
NIM. 06410035

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,

Retno Mangestuti M.Si
NIP 19750220 200312 2 004

Pada tanggal, 18 Oktober 2010

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang

Dr.H.Mulyadi, M.Pd.I
NIP.19550717 198203 1 005

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *KOMUNIKASI INTERPERSONAL* ANTAR PEGAWAI TERHADAP *KOMITMEN ORGANISASI* PEGAWAI PT TASPEN (Persero) CABANG MALANG

SKRIPSI

Oleh:
ELLY ZUHANA
NIM. 06410035

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)
Pada tanggal, 18 Oktober 2010

SUSUNAN DEWAN PENGUJI		**TANDA TANGAN**
Penguji Utama	: Dr. Yuswianto, M. Kes.	_____
Ketua Penguji	: Endah Kurniawati, M.Psi NIP. 19750514 200003 2 003	_____
Sekretaris/Pembimbing	: Retno Mangestuti, M.Si NIP. 19750220 200312 2 004	_____

Mengetahui dan Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang

Dr.H.Mulyadi, M.Pd.I
NIP. 19550717 198203 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elly Zuhana

NIM : 06410035

Alamat : Jl.Merapi RT 01/04 Babadan, Wlingi, Blitar

Menyatakan bahwa Skripsi yang dibuat sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang berjudul:

"Pengaruh *Komunikasi Interpersonal* Antar Pegawai Terhadap *Komitmen Organisasi* Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang "

Adalah murni hasil karya penulis dan bukan duplikasi dari karya orang lain,-

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, adalah bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, melainkan sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian, surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa intervensi dari pihak manapun.

Malang, 18 Oktober 2010
Penulis,

Elly Zuhana

MOTTO

Sari umar hum
Mar mar ke jee liye
Ek pal to ab humein, jeene do…jeene do

Give me some sunshine
Give me some rain
Give me another chance
I wanna grow up once a gain

Bachpan too gaya
Jawani bhi gayi
Ek pal to ab humein, jeenedo…jeenedo
(song of 3 idiot, Bombay)

Hidup bagai sebuah jahitan yang terus menusuk
Penderitaan tak akan hilang dengan mudah
Tapi hati yang teguh ini akan bisa menemukan jalan dan mengatasinya
Bunga bermekaran hanya untuk mereka yang menyirami tamannya
Kewajiban dari pengelana untuk berjalan dan terus berjalan
mengarunginya.....

Manfaatkan setiap pengalaman burukmu untuk meningkatkan kekuatan,keberanian, dan kepercayaan dirimu. Dan katakana pada dirimu sendiri, "Aku masih sanggup menghadapi apa yang akan terjadi setelah ini"
(Eleanor Roosevelt)

PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur yang teramat dalam ku persembahkan karya ini kepada:

Abi_q tersayang (Alm. Abdul Ghofur) dan Ummi_q tercinta (Sa'adatul Fitriyah) Kalian yang membimbing_q untuk tahu tentang dunia, yang selalu mendoakan, dan memberikan bantuan material, dan immaterial sehingga penulis bisa melanjutkan keperguruan tinggi dan bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.. Semoga Allah memberikan ridho bagi keduanya. Amin...Ya Robb

Kakak-kakakku (Yuni Rahmawatidan Dasto Utomo, Fifin Choiriah dan Lukito Aris) yang selalu memberi matovasi dan membantu penulis dalam segala hal. Hanya satu pesan dari adek_u yang tersayang untuk kalian para orang tua dari keponakan-keponakan_q, "Banda Dekho Kausa Hai" dalam mendidik mereka.

Tak lupa untuk keponakan-keponakan_q *Novi'i Rosyidah Indarti, A'lina Lailatul Zukiya*, atas segala tawa n candanya yang selalu membuat_q bersemangat,n pesen tante buat kalian, raihlah impian n cita-cita kalian, tak lupa untuk *Mazia Nurazalina*, kuucapkan "Welcome in our family".

Serta tak lupa kepada adek-adek_q, *Nauval Muzzaki Hibatullah* dan *Ndaru Saiful Anwar*, bersemangtlah kalian dalam meraih impian n cita-cita u, kelak q n orang tua_kalian akan selalu berdo'a agar kalian bias menjadi apa yang mereka inginkan.

Kepada yang tersayang, kau sudah bagaikan seperti orang tua_q, q mengenang_u disetiap langkah kaki_q kelak, segala pesan-pesan yang kau berikan pada_q, Sukriya *bulek Ni'mah* atas segala kesabaran yang kau tampakkkan disaat q bersamamu, disaat kau menjadi orang tua_q, n disaat q menjadi putri tersayang_u, kau didik aku hingga kini q berada pada sedikit apa yang kau inginkan, meski tak semua yang kau harapkan, q tak

dapat melakukannya, namun q tau inilah yang kau inginkan. Karena kau q disini sekarang, n q terus berharap agar segala impian n cita-cita yang kau inginkan q terus bisa lakukan. Amin....

Kepada *Om Taufik n Tante Endah,* Sukron Katsir atas bantuan materiil dan do'anya, yang tak henti-hentinya kau panjatkan untuk_q. Kelak q akan terus berjuang demi impian n cita-cita_q karena q tau kalian selalu ada untuk_q.

Serta Keluarga Besar Bani Aba Syakur Ghoni our
Bani Aba Burhanuddin, "Sukriya Doa Hai"

Kepada orang tersayang_q, meski kau belum tau q, tapi q selalu tau_u, kau bagaikan penyemangat dalam hidup_q, kau hibur q dalam setiap kesedihan_q dengan segala canda dan tawa_u. kau menyemangati_q disaat q jatuh, hingga q dapat bangun kembali. Kelak apa yang kualami akan menjadi sebuah crita untuk u, bahwa takkan pernah menyerah untuk menjadi seperti diri_u. Tum....The King Of Bollywood_q
Perkenankan q mengejar u, agar kita bisa berbagi cerita dalam dunia nyata_q. Q tau meski tak q sadari kau juga ikut mendo'akan_q disana, untuk semua orang-orang yang menggemari_u. "Sukriya Doa Hai"

Semua guru-guruku yang telah mengantarkan_q kepada jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan dosen-dosenku yang telah memberikan ilmunya dengan penuh ikhlas dan penuh kesabaran.
"Mujhe Maaf Karo" atas segala sikap dan tingkah laku_q.

Sahabat-sahabatku PMII Rayon Penakhluk Al Adawiyah tak heti- hentinya kuucapkan terimakasih atas sgala rasa yang selalu dapat kucurahkaan bersama sahabat-sahabati q disana. Tanpa q sadari bahwa bersama kalian q bisa menjadi lebih seseorang yang lebih matang dalam menghadapi kehidupan.Smua sahat-sahabati_q yng tak bisa kusebutkan satu persatu,
" *Sukriya....*" Tangan Terkepal dan Maju Kemuka

Segenap rekan2 di Wisma Catalonia yang memrikan tawa, canda, tangisnya, serta tak lupa akan segala keluh kesahnya hidup bersama satu atap dan seperjuangan. Q berharap kalian takkan pernah melupakan_q. karena q takkan mulapakan kalian semua.

Para rekan-rekan kerja di Laboratorium Psikologi UIN Maliki Malang, trimakasih atas smua yang diberikan kepada_q. kalian adalah rekan-rekan Asissten Laboratorium yang selalu memberikan motivasi kepada_q untuk selalu bersemangt dalam segala hal.
Sukriya for, Bunda Iin Tri Rahayu, yang selalu memberikan motivasi, pengetahuan baru, atau segala informasi yang diberiakan, berupa ilmu pengetahuan dan segala pesan-pesan penting dalam menjalankan amanat sebagai seorang mahasiswa, assisten, dan organisator.
Tak lupa untuk Mbak Eka n Mbak Ana yang chubi abis hahaha... q senang berbagi tawa dan canda bersama kalian Laboran laboran_q Jangan pernah melupakanku ya....

Segenap rekan-rekan di UKM SR, meski kebersamaan kita hanya sebentar tapi q takkan pernah lupa bahwa q pernah menjadi bagian dari kalian. Maaf q tidak bias berjuang bersama kalian bagi rekan-rekan di devisi Qosidah karena segala keterbatasan_q. untuk rekan-rekan Qiro'an, ana akan terus belajar agar bakat yang sudah ada pada diri ana ini tidak akan pernah hilang, n dapat terus dikembangkan. Thanks...

Teman-teman_q d BEM Fakultas Psikologi, thanks atas segala ilmu yang diberikan kepada_q. Q selalu berharap kelak untuk bisa selalu menggunakan ilmu yang telah diberikan kepada_q. Amin...
Teman-teman fakultas psikologi UIN maliki Malang yang seperjuangan dengan_q. Trimakasih telah mengenal_q, n q akan selalu mengenal kalian.
Teman-teman seperjuangan dalam mengerjakan tugas akhir ini, di Ma'had Al Ghozali, Fakultas Psikologi, Wisma catalonia, pokoe all Kabeh. Sukriya

atas bantuannya, ayo kita berjuang bersama meraih impian n cita-cita yang lebih tinggi lagi. Chayyo...

Mere Dosti "Ayu Geng" q selalu berharap persahabatan qita yang takkan pernah pudar ditelan oleh waktu. Bahwa q selalu merindukan kalian semua...
Sobat-sobat "Punk n Under groud" meski q sudah tak menempuh jalan seperti kalian, tp q selalu berharap bahwa q selalu di hati kalian dan akan selalu mengingat_q, mungkin kelak q berharap akan menyaksikan kalian menjadi lebih baik lagi. Amin...

"Geng motor track" salam semangat selalu, meski kita takkan pernah berkumpul kembali namun q ingin selalu berpesan agar apa yang telah kita bina takkan pernah terhapuskan dari hidup kita. "Salam satu jiwa"

Buat kau yang disana, Trimakasih atas do'a u untuk_q "Yaara tum se pehle hai rabki". Harap_q pada-Nya...
Jadikanlah dia pendamping, shohibu a-haq dalam hidup_q
Teman sejati untuk berlayar menuju Engkau Ya Robb
Bersatu dalam genggaman maha indah_Mu dunia akhirat_q
Istajib Dua'ana waiyyahum
Amin... Ya Robb
Dan takkan pernah lupa buat seluruh pengabdi cinta_q...
Hanya satu yang ingin q kuucapkan
"Mujhe Maaf Karoo"...
For All..."Sukriya Doa Hai"

Elly Zuhana Rukh Khan
"*HINDUSTANI Hai*"

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik. Shalawat dan Salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, sebaik-baik hamba dan Nabi akhir zaman pembawa kebenaran dan kesempurnaan. Karena berkat Rahmat dan Kebesaran-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul "Pengaruh *Komunikasi Interpersonal* Antar Pegawai Terhadap *Komitmen organisasi* Pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang".

Penelitian ini disusun atas bekal ilmu dan pengetahuan yang terbatas, sehingga tanpa bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari beberapa pihak akan sulit bagi Penulis untuk menyelesaikannya.

Menyadari kenyataan yang demikian, maka penulis dengan segenap kerendahan hati merasa wajib untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor UIN Maliki Malang.
2. Bapak Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I, selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Ibu Retno Mangestuti M.Si, selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan dukungan selama penulisan skripsi.
4. Ibu Pince, selaku pamong selama saya magang di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, terimaksih atas bimbingannya selama ini.
5. Ibu Iin Tri Rahayu M.Si, selaku dosen pembimbing saya selama menjadi assisten laboratorium Psikologi UIN Maliki Malang. Trimakasih atas bimbingannya selama ini, semangat dan kerja keras selama penulisan skripsi.

6. Bapak Hilmi, S. H, yang telah sabar dalam melayani segala administrasi selama proses penelitian skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen serta para karyawan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu atas bantuan akademis dan morilnya.
8. Semua teman-teman saya dan berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan dan amal baik dari semua pihak mendapat ridho dan balasan dari ALLAH SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya skripsi ini. Akhirnya, semoga tulisan sederhana ini dapat memberikan manfaat serta menjadi wacana baru bagi pembaca pada umumnya dan bagi pihak yang membutuhkan. Amin.

Malang, 18 Oktober 2010

Peneliti,

Elly Zuhana

DAFTAR ISI

Halaman

COVER ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **ii**

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **iii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iv**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **v**

MOTTO ..... **vi**

LEMBAR PERESEMBAHAN ..... **vii**

KATA PENGANTAR ..... **xi**

DAFTAR ISI ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xvii**

DAFTAR DIAGRAM ..... **xix**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xx**

ABSTRAK ..... **xxi**

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 11

C. Tujuan Penelitian 12

D. Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA 14

A. *Komunikasi Interpersonal* 14

1. Pengertian *Komunikasi* 14

2. Pengertian *Komunikasi Interpersonal* 15

3. Faktor Adanya *Komunikasi Interpersonal* 18

4. Efektivitas *Komunikasi Interpersonal* 20

5. Sistem *Komunikasi* Dalam Organisasi 22

6. Bentuk Sistem *Komunikasi* Dalam Organisasi 26

7. Peranan Sistem *Komunikasi* Dalam Organisasi 28
8. Hambatan dan Kemacetan Sistem *Komunikasi* Dalam Organisasi..... 30
9. Tujuan Komunikasi Interpersonal Dalam Organisasi 31
10. *Komunikasi Interpersonal* Dalam Pandangan Islam..... 33

B. *Komitmen Organisasi* 36
1. Pengertian *Komitmen Organisasi* 36
2. Aspek-aspek *Komitmen Organisasi*..... 37
3. Membangun *Komitmen Organisasi* 42
4. Proses Perkembangan *Komitmen Organisasi* 45
5. Konsekuensi/ Hasil Adanya *Komitmen Organisasi*..... 46
6. *Komitmen* Dalam Pandangan Islam 47

C. Pengaruh *Komunikasi Interpersonal* Terhadap *Komitmen Organisasi* 49

D. Kerangka Pemikiran..... 52

E. Hipotesis..... 53

BAB III METODE PENELITIAN 54

A. Rancangan Penelitian 54

B. Identifikasi Variabel..... 55

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 56

D. Populasi dan Sampel 57

E. Instrumen Peneltitian..... 57

F. Metode Pengumpulan data 62
1. Metode Observasi..... 62
2. Metode Wawancara..... 62
3. Metode Angket..... 63
4. Metode Dokumentasi 65

G. Proses Penelitian 66

H. Validitas Dan Reliabilitas..... 67
1. Uji Validitas Data..... 67

2. Uji Reliabilitas Data 68
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Try Out 69
I. Metode Analisa Data 76
J. Pengujian Asumsi Klasik 80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 82
A. Gambaran Obyek Penelitian 82
1. Gambaran PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 84
2. Visi, dan Misi PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 85
3. Tujuan dan Sasaran PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 86
4. Value (Nilai) PT TASPEN (Persero) Cabang Malang..... 86
5. Wilayah Kerja PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 87
6. Struktur Organisasi, Tugas dan Wewenang Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 87
B. Karakteristik Responden 91
C. Pelaksanaan Penelitian 93
D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas 94
1. Uji Validitas Data 94
2. Uji Reliabilitas Data 99
E. Analisis Data Hasil Penelitian 101
1. Analisis Data *Komunikasi Interpersonal* 101
2. Analisis Data *Komitmen Organisasi* 103
3. Analisis Pengujian Hipotesis 106
F. Uji Asumsi Klasik 110
G. Pembahasan 113
1. *Komunikasi Interpersonal* Antar Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 113
2. *Komitmen Organisasi* Antar Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 118

3. Pengaruh *Komunikasi Interpersonal* Antar Pegawai Terhadap *Komitmen Organisasi* Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang 122

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 127
A. Kesimpulan 127
B. Saran-saran 128

DAFTAR PUSTAKA 132
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 136

DAFTAR TABEL

Halaman

3.1 Kriteria Penskalaan 58
3.2 Blue Print Angket *Komunikasi Interpersonal* 59
3.3 Blue Print Angket *Komitmen Organisasi* 61
3.4 Hasil Try Out *Komunikasi Interpersonal*..... 70
3.5 Reliability Statistik *Komunikasi Interpersonal* 72
3.6 Blue Print Angket *Komunikasi Interpersonal* Dengan Penomoran Baru..... 73
3.7 Hasil Try Out *Komitmen Organisasi* 74
3.8 Reliability Statistik *Komitmen Organisasi* 75
3.9 Blue Print Angket *Komitmen Organisasi* Dengan Penomoran Baru..... 75
3.10 Pengkategorian Dengan Mean Hipotetik..... 77
3.11 Pengkategorian Dengan Skor Kasar 78
4.1 Karakteristik Responden 91
4.2 Hasil Uji Angket *Komunikasi Interpersonal* 95
4.3 Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen *Komunikasi Interpersonal* 96
4.5 Hasil Uji Angket *Komitmen Organisasi*..... 97
4.6 Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen *Komitmen Organisasi*..... 98
4.7 Reliabilitas Angket *Komunikasi Interpersonal* 106
4.8 Koefisien Reliabilitas Angket *Komunikasi Interpersonal* 107
4.9 Reliabilitas Angket *Komitmen Organisasi* 109
4.10 Koefisien Reliabilitas Angket *Komitmen Organisasi*..... 111
4.11 Deskripsi Statistik *Komunikasi Interpersonal* 102
4.12 Hasil Prosentase Variabel *Komunikasi Interpersonal*..... 102
4.13 Pengkategorian Dengan Mean Hipotetik..... 105
4.15 Distribusi Tingkat *Komitmen Organisasi* 105
4.16 Analisis Regresi *Komunikasi Interpersonal* Terhadap *Komitmen Organisasi*..... 107

4.17 Koefisien Analisis Regresi *Komunikasi Interpersonal* Terhadap *Komitmen Organisasi* 108
4.18 Pengaruh *Komunikasi Interpersonal* Terhadap *Komitmen Organisasi* 109
4.19 Correlatian..... 110
4.20 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test..... 111
4.21 Model Summary..... 112
4.22 Model Summary and Parameter Estimates 112
4.23 Rekapitulasi Pengujian Asumsi 113

DAFTAR DIAGRAM

Halaman

4.1 Diagram *Komunikasi Interpersonal* 103
4.2 Diagram *Komitmen Organisasi* 106

DAFTAR LAMPIRAN

1. Angket *Komunikasi Interpersonal*
2. Angket *Komitmen Organisasi*
3. Skor Jawaban *Komunikasi Interpersonal*
4. Skor Jawaban *Komitmen Organisasi*
5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Komunikasi Interpersonal*
6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Komitmen Organisasi*
7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
8. Hasil Uji Normalitas
9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
10. Hasil Uji Autokorelasi
11. Hasil Uji Linieritas
12. Surat Izin Penelitian
13. Surat Telah melakukan Penelitian
14. Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Zuhana, Elly. 2010. *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antar Pegawai Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang*. Skripsi. Fakultas: Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing : Retno Mangestuti, M.Si

Kata-kata kunci : *Komunikasi Interpersonal, Komitmen Organisasi*.

Komunikasi interpersonal adalah kemampuan seseorang dalam berinteraksi atau membina hubungan dengan orang lain melalui komunikasi. Dengan adanya komunikasi interpersonal permasalahan hal kecil akan segera terselesaikan karena adanya komunikasi interpersonal yang baik, apabila komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi tidak ada maka permasalahan kecil tidak akan tersampaikan pada atasan maupun sesama pegawai sehingga dapat menimbulkan permasalahan tersebut menjadi besar. Setiap permasalahan yang terjadi di dalam suatu perusahaan akan sangat mempengaruhi keberadaan komitmen seseorang terhadap perusahaan. Jadi keberadaan proses komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan dalam menciptakan suasana yng nyaman di tempat kerja, dimana hal ini sanagt mempengaruhi kualitas komitmen organisasi yang dimiliki oleh seorang pegawai.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan: (1) Untuk mengetahui bagaimana tingkat Komunikasi Interpersonal di PT Taspen (Persero) Malang, (2) Untuk mengetahui bagaimana tingkat Komitmen Organisasi di PT Taspen (Persero) Malang, (3) Untuk mengetahui bagaimanakah Pengaruh Komunikasi Interpersonal yang baik dalam menumbuhkan komitmen organisasi pegawai di PT Taspen (Persero) Malang

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian non-eksperimen, dengan rancangan korelasional. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui : (1) wawancara, (2) observasi, (3) angket (4) Dokumentasi. Penelitian ini populasinya menggunakan seluruh Pegawai di PT Taspen (Persero) Cabang Malang sebanyak 68 orang pegawai sehingga penelitiannya merupakan *penelitian populasi.* Instrumen dalam penelitian ini menggunkan amgket yang mengacu pada aspek komunikasi interpersonal dan komitmen organisasi, dengan alat analisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan metode analisisnya menggunakan regresi linier sederhana, dengan bantuan SPSS 16.00 *for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif ini di dapat prosentase tingkat Komunikasi Interpersonal pegawai yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu Kom unikasi Interpersonal dengan kategori tinggi 17,6% sebanyak 12 orang pegawai, Komunikasi Interpersonal kategori sedang 78% sebanyak 53 orang, Komunikasi Interpersonal dengan kategori rendah 4,4% sebanyak 3 orang. Sedang untuk tingkat Komitmen Organisasi pegawai juga dibagi menjadi 3 kategori yaitu kategori Komitmen Organisasi tinggi dengan prosentase 97% dengan jumlah 66 orang pegawai, Komitmen Organisasi kategori sedang dengan prosentase 3% dengan jumlah 2 orang pegawai, dan Komitmen Organisasi dengan kategori rendah sebanyak 0% yang artinya, tidak ada pegawai dengan atau yang mempunyai Komitmen Organisasi dalam tingkat yang rendah. Hasil analisis regresi menunjukkan Hasil analisis regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis diperoleh F_{hitung}= 7,621, F_{tabel} sebesar 3,98 dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Menyatakan bahawa terdapat pengaruh yang signifikan antara Komunikasi Interpersonal terhadap komitmen Organisasai sebesar 10,4%, sedang sisanya sebanyak 89,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

ABSTRACT

Zuhana, Elly. 2010. Effect of *Interpersonal Communication* Between Employees to Employees *Organizational Commitment* in TASPEN PT (Persero) Branch of Malang. Thesis. Faculty of Psychology Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang.

Advisor : Retno Mangestuti, M. Si

Key words : *Interpersonal Communication, Organizational Commitment.*

Interpersonal communication is the ability to interact or build relationships with others through communication. With the small matter of *Interpersonal Communication* problems will soon be resolved because of good *Interpersonal Communication*, if the *Interpersonal Communication* within an organization does not exist, then small problems will not be passed on to superiors and employees so that it can cause big problems. Any problems that occur within a company will greatly affect the existence of one's commitment to the company. So the existence of *Interpersonal Communication* process is needed in creating an comfortable atmosphere in the workplace, where it is greatly affect the quality of *Organizational Commitment* which is owned by an employee.

This research was conducted with the aim of: (1) To know how level of *Interpersonal Communication* in Taspen PT (Persero) Malang, (2) To know how the level of *Organizational Commitment* in Taspen PT (Persero) Malang (3) To know how the influence of good *Interpersonal Communication* in growing the *Organization's Commitment* of employees in PT Taspen (Persero) Malang.

This research uses non-experimental research, correlation design. Technique of data collecting is conducted through: (1) interviews, (2) observation, (3) questionnaire (4) Documentation. This study population using all Employees in the PT Taspen (Persero) Branch of Malang as many as 68 employees so that research is the study population. Instruments in this research using questionnaire which refers to aspects of *Interpersonal Communication* and *Organizational Commitment*, with analysis tools through the test validity, test reliability, and methods of analysis using simple linear regression, with using 16:00 SPSS *for windows.*

Based on the results of this quantitative research in the level percentage of *Interpersonal Communication* of employees who were divided into 3 categories: *Interpersonal Communication* with 17.6% of high category as many as 12 employees, *Interpersonal Communication* with 78% of medium category as many as 53 people, *Interpersonal Communication* with 4.4 % of low category as many as 3 people. As for the level of *Organizational Commitment* of employees is also divided into 3 categories namely high *Organizational Commitment* category with the percentage of 97% as many as 66 employees, medium *Organizational Commitment* category with the percentage of 3% as many as 2 employees, and *Organizational Commitment* to lower categories of 0% which meaning, no

employees or who have organizational commitment in a low level. The result of Regression analysis showed that regression analysis is used to test the hypothesis obtained F_{hitung} = 7.621, F_{table} =3.98 with a significance level of 5% (0.05). Stating that there is significant relationship between *Interpersonal Communication Organizational Commitment* at 10.4%, while the remaining 89.6% influenced by other factors.

ملخص البحث

الي زحانة، ٠٦٤١٠٠٣٥، ٢٠١٠، آثار الاتصالات الشخصية بين الموظفين على الالتزام التنظيمي الموظفين في حزب العمال (PT. TASPEN (Persero مالانج . البحث الجامعي. شعبة علم النفسي بالجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم بمالانج. المشرف : سلامت رتنو ماغس توتي الماجستير.

الكلمات الرئيسية : الاتصالات الشخصية ، الالتزام التنظيمي.

الاتصالات الشخصية هو القدرة على التفاعل أو بناء علاقات مع الآخرين من خلال الاتصالات. مع هذه المسألة قريبا صغيرة من مشاكل الاتصالات الشخصية لن تحل لمجرد الاتصال بين الأشخاص جيد ، إذا كان الاتصال بين الأشخاص داخل المؤسسة لا وجود له ، ثم لن تكون مشاكل صغيرة تنقل إلى الرؤساء والموظفين بحيث يمكن أن يسبب مشاكل كبيرة. وأي مشاكل التي تحدث داخل الشركة تؤثر بشكل كبير على وجود التزام واحد لهذه الشركة. حتى وجود عملية التواصل بين الأشخاص هو مطلوب في خلق جو مريح في مكان العمل ، حيث إنه يؤثر كثيرا على نوعية الالتزام التنظيمي الذي يملكه الموظف. وقد أجريت هذه الدراسة بهدف : (1) لمعرفة كيف مستوى الاتصال بين الأشخاص في حزب العمال (PT. TASPEN (Persero مالانج ، (2) لمعرفة كيف مستوى الالتزام التنظيمي في حزب العمال (PT. TASPEN Persero) مالانج (3) لمعرفة كيفية تأثير الاتصالات الشخصية الجيدة في تزايد التزام المنظمة العاملين في حزب العمال (PT. TASPEN (Persero مالانج

هذا البحث يستخدم البحوث غير التجريبية ، تصميم الارتباط. ويجري وتقنيات جمع البيانات من خلال : (1) المقابلات ، (2) المراقبة ، (3) الاستبيان (4) الوثائق. هذا مجتمع الدراسة باستخدام جميع العاملين في حزب العمال (PT. TASPEN (Persero مالانج ما يصل الى 68 موظفا بحيث البحث هو دراسة السكان. الصكوك في هذا الاستبيان باستخدام البحوث التي تشير إلى جوانب التواصل بين الأشخاص والالتزام التنظيمي ، مع أدوات التحليل من خلال اختبار صحة وموثوقية الاختبار ، وطرق التحليل باستخدام الانحدار الخطي البسيط ، مع استخدام ويندوز 16:00 الإحصائي للعلوم الاجتماعية.

استنادا إلى نتائج هذا البحث الكمي في نسبة مستوى الاتصالات بين الموظفين الذين تم تقسيمها إلى 3 فئات هي : الشخصية التواصل مع 17،6 ٪ للفئة عالية ما يصل الى 12 موظفا ، الشخصية التواصل مع 78 ٪ للفئة المتوسطة ما يصل الى 53 الناس ، الشخصية التواصل مع 4،4 ٪ من الفئة المنخفضة ما يصل إلى 3 أشخاص. أما بالنسبة لمستوى الالتزام التنظيمي للعاملين وتنقسم أيضا إلى 3 فئات وهي فئة عالية الالتزام التنظيمي مع نسبة 97 ٪ ما يصل الى 66 موظفا ، الفئة المتوسطة الالتزام التنظيمي مع نسبة 3 ٪ ما يصل الى 2 موظف ، والتنظيمية الالتزام الفئات الدنيا من 0 ٪ التي معنى ، أي الموظفين أو الذين لديهم الالتزام التنظيمي في مستوى منخفض. نتيجة تحليل الانحدار أظهرت أن يستخدم تحليل الانحدار لاختبار الفرضية التي تم الحصول عليها = 7،621 ، 3،98 مع مستوى الأهمية من 5 ٪ (0.05). مشيرا إلى أن هناك علاقة كبيرة بين الالتزام التنظيمي الاتصالات الشخصية على 10،4 ٪ ، في حين أن 89،6 ٪ المتبقية تتأثر بعوامل أخرى.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk hidup yang paling tinggi derajatnya di alam semesta ini. Namun setiap individu memiliki sifat, karakter, umur, tingkat pendidikan, status sosial, serta besar kecilnya tanggunga jawab yang berbeda-beda. Berawal dari perbedaan inilah masing-masing individu mendapatkan suatu kedudukan, dapat dihargai dan dihormati oleh orang lain. Sejak masa pertumbuhan sampai berkembangnya kehidupan seseorang, telah melekat jiwa psikologi dalam diri seseorang, yang merupakan suatu indikator untuk mengukur, menjelaskan, serta dapat mengubah perilaku manusia.

Pada setiap organisasi, manusia mempunyai peranan yang sangat penting baik sebagai individu maupun dalam kelompok. Sebagai sumberdaya dalam organisasi, manusia merupakan penggerak utama atas segala aktivitas yang ada, oleh karena itu perlu diperhatikan baik kuantitas maupun kualitas diri dari manusia tersebut, lebih-lebih bila memasuki era globalisasi seperti saat ini.

Setiap organisasi terdapat sumber daya manusia yang memiliki peranan yang sangat penting, baik secara individu maupun kelompok. Sebagai sumber daya dalam suatu organisasi, manusia merupakan penggerak utama atas segala aktivitas yang terjadi dalam suatu perusahaan. Meskipun perkembangan teknologi yang semakin canggih di era ini, sehingga dapat ditemukan berbagai peralatan yang canggih pula sebagai suatu alat yang dapat digunakan untuk proses dari berkomunikasi, namun tenaga manusia masih diperlukan dalam organisasi maupun dalam perusahaan.

Berkomunikasi sangatlah dibutuhkan manusia di dalam kehidupannya, artinya disini seorang manusia atau individu memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesamanya. Manusia dalam kehidupannya sering dipertemukan satu sama lainnya dalam suatu wadah, baik formal maupun informal

Organisasi merupakan sebuah sistem sosial yang kompleksitasnya jelas terlihat melalui baik jenis, peringkat, bentuk dan jumlah interaksi yang berlaku. Proses dalam suatu organisasi merupakan salah satu faktor penentu dalam mencapai organisasi yang efektif. Salah satu proses yang akan selalu terjadi dalam organisasi apapun adalah proses komunikasi. Melalui organisasi terjadi pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman. Mengingat perannya yang penting dalam menunjang kelancaran suatu organisasi, maka perhatian yang cukup perlu dicurahkan untuk mengelola komunikasi suatu organisasi. Proses komunikasi yang begitu dinamik dapat menimbulkan berbagai masalah yang mempengaruhi pencapaian sebuah organisasi terutama dengan timbulnya salah faham dan konflik.

Aktivitas komunikasi di perkantoran senantiasa disertai dengan tujuan yang ingin dicapai. Budaya komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi harus dilihat dari berbagai sisi. Sisi pertama adalah komunikasi antara atasan kepada bawahan. Sisi kedua antara pegawai yang satu dengan pegawai yang lain. Sisi ketiga adalah antara pegawai kepada atasan. Masing-masing komunikasi tersebut mempunyai polanya masing-masing.

Komunikasi interpersonal dapat mengungkapkan emosional dari perasaan pegawai serta memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk

mengambil keputusan. Adanya kemampuan komunikasi interpersonal, suatu informasi aktual dapat didistribusikan secara tepat, pegawai dapat memberikan umpan balik yang lebih tepat untuk kepentingan perusahaan dan mereka dapat dilibatkan, lebih dihargai dan merasa menjadi bagian dari perusahaan (Susanto, 1997: 65)

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu faktor yang memepengaruhi keberhasilan perusahaan. Perusahaan dimana pegawainya memiliki kemampuan komunikasi nterpersonal yang baik, maka semua rencana-rencana instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, sasaran-sasaran, motivasi-motivasi dapat diinformasikan secara tepat. Kondisi ini membuat tujuan perusahaan mudah dicapai dan dampak buruk seperti timbulnya sentimen-sentimen, prasangka-prasangka, dan konflik yang bermacam-macam dapat dihindari sehingga pegawai menjadi peduli terhadap tugas-tugasnya, peduli dengan nama baik perusahaan, dan lebih bertanggung jawab. Adanya kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, interaksi antar individu dalam suatu perusahaan dapat terjalin sehingga koordinasi yang terarah mudah dulakukan serta dapat menciptakan *team work* yang anggotanya dapat saling bekerjasama. Komitmen organisasi dan kemampuan komunikasi interpersonal merupakan variabel yang sangat penting berkaitan dengan organisasi atau perusahaan karena karena keduanya memiliki hubungan dengan hal-hal penting dalam perusahaan seperti turn over, produktivitas, serta kinerja pegawai dalam perusahaan. Selama ini belum pernah terdapat penelitian dengan menggunakan variabel komunikasi interpersonal dengan komitmen organisasi yang merupakan variabel penting dari suatu perusahaan tersebut.

Setiap perusahaan perlu memberdayakan dan mengoptimalkan sumber daya manusia yang dimiliki untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas perusahaan di era globalisasi saat ini. Oleh sebab itu, sumber daya manusia yang berkualitas dan professional merupakan hal yang penting dalam mengimbangi adanya laju era globalisasi tersebut. Dimana, di era globalisasi seperti saat ini persaingan yang dalam kaitannya dengan dunia bisnis semakin ketat, sehingga diperlukannya suatu sumber daya manusia yang berkompeten dengan segala kualitas dan keprofesionalannya. Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya ditentukan oleh ketrampilan teknis saja akan tetapi perlu juga diperlukan adanya suatu ikatan yang kuat baik dari pegawai maupun dari perusahaanya. Ikatan yang kuat ini terbentuk dalam suatu ikatan yang terkait dengan pekerjaannya yaitu komitmen. Suatu organisasi yang efektif apabila memiliki pegawai yang berkomitmen kuat pada organisasi tempat dimana ia bekerja, maka pegawai tersebut dengan rela mencurahkan segenap kemampuan serta keahlian yang dimilikinya demi kepentingan organisasi.

Hingga saat ini, komitmen organisasi masih menjadi permasalahan bagi sebagian besar organisasi maupun dalam perusahaan. Gejala yang terdapat di lapangan masih sering terdengar dan terasakan, misalnya ketidaknyamanan dalam bekerja atau adanya tawaran dari perusahaan lain, tanpa ragu pegawai tersebut dapat berpaling pada perusahaan lain. Komitmen yang tinggi dapat ditandai dengan adanya kesetiaan dalam melaksanakan tugas-tugasnya sesuai dengan peraturan dan ketentuan-ketentuan perusahaan. Oleh sebab itu, komitmen dalam organisasi tidak begitu saja muncul dengan sendirinya melainkan muncul dengan adanya suatu kondisi tertentu, sehingga sudah selayaknya suatu organisasi atau perusahaan

mempertahankan faktor –faktor yang dapat mempengaruhi munculnya komitmen tersebut. Hal ini perlu diperhatikan lebih lanjut sebagai upaya untuk lebih meningkatkan kinerja pegawai sehingga akan berpengaruh besar terhadap kemajuan perusahaan.

Komitmen organisasi dapat mencerminkan bagaimana seorang individu mampu mengidentifikasikan dirinya dengan organisasi yang terkait dengan usahanya serta dengan tujuan-tujuan, nilai-nilai yang dimiliki oleh suatu organisasi maupun perusahaan. Komitmen yang tingggi yang dimiliki oleh seorang pegawai, akan memberikan suatu dampak yang positif bagi perusahaan misalnya meningkatnya produktivitas, kualitas kerja, dan kepuasan kerja, serta menurunnya tingkat keterlambatan, absensi dan *turn over* (keluar-masuknya pegawai).

Melihat perkembangan dunia yang semakin maju ini, dimana dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, munculnya permasalahan yang berkaitan dengan sumber daya manusia seperti unjuk rasa atau demonstrasi yang dilakukan oleh pegawai merupakan salah satu permasalahan yang menggambarkan pentingnya komitmen organisasi pada pegawai dan sebenarnya tidak lepas dari masalah sistem komunikasi yang berlangsung di dalam perusahaan. Salah satunya adalah yang terjadi di Ribuan karyawan sebanyak 1.500 karyawan PT Kertas Leces di Probolinggo, Jawa Timur, Rabu (11/3), berunjuk rasa menuntut pergantian direksi. Massa juga meminta Menteri Negara BUMN segera bertindak sebelum pabrik tempat mereka bekerja semakin terpuruk. Dalam aksinya, para pengunjuk rasa berjalan kaki sambil berkeliling areal pabrik. Mereka kemudian melanjutkan aksi di kantor direksi. Menurut massa, kinerja direksi kian memburuk sehingga perusahaan merugi. Sementara nasib 2.300 karyawan yang sudah bekerja selama

belasan tahun di pabrik tersebut masih terkatung-katung. Buruh yang berdemo juga menyesalkan manajemen yang tidak optimal mendapatkan order cetak kertas dan formulir Pemilu. Padahal momen ini bisa membantu peningkatan pendapatan perusahaan.. Menanggapi unjuk rasa karyawan, Sekretaris Perusahaan, Abdullah Kamal mengatakan penggantian direksi menjadi wewenang Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara, bukan direktur utama. Sementara di Desa Sampang Agung, Kutorejo, Mojokerto, Jatim, ratusan buruh pabrik PT Okamoto Solasi berunjuk rasa menuntut kenaikan gaji dan upah ke-12 buruh yang mengalami pemutusan hubungan kerja. Menurut buruh, sejak empat bulan terakhir penambahan upah tidak pernah dibayar perusahaan. Terkait tuntutan tersebut, pihak perusahaan mengaku produksi perusahaan tahun 2009 semakin terpuruk sehingga tidak memungkinkan membayar upah buruh. Akibat mogok kerja buruh tersebut, pabrik mengalami kerugian ratusan juta rupiah per hari (http://www.liputan6.com).

Faktor komitmen dipandang penting dalam organisasi karena pegawai yang memiliki komitmen tinggi akan memiliki sikap yang profesional dan menunjang tinggi nilai-nilai yang telah disepakati dalam organisasi. Membangun komitmen pegawai sangat terkait dengan bagaimana komitmen perusahaan terhadap pegawai dan pada umumnya perusahaan memberikan pelayanan terhadap pegawai yang nantinya pegawai dapat memberikan yang terbaik pula (Alwi, 2001: 50). Namun faktor personal dalam diri pegawai tidak dapat diabaikan begitu saja, hal ini sangat penting dan layak mendapat perhatian karena dapat menentukan bagaimana seorang pegawai menunjukkan komitmennya pada sebuah perusahaan atau organisasi tempat bekerja, seperti misalnya motivasi kebutuhan, dan komunikasi (Alwi, 2001: 46). Menurut Dessler (1997: 270) komitmen dibangun berdasarkan kepercayaan, dimana

kepercayaan ini menuntut adanya komunikasi dua arah. Komunikasi interpersonal tidak hanya dapat berlangsung satu arah, akan tetapi dapat juga berlangsung dua arah (Arni, 2005: 159). Diantara kedua belah pihak harus ada *two-way-communications* atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan adanya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi, maupun kelompok, untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Komitmen organisasi dapat menggambarkan perilaku pegawai yang bermanfaat bagi organisasi di mana dengan komitmen yang tinggi pegawai akan menangani pekerjaan secara lebih serius.

PT TASPEN (Persero) Cabang Malang merupakan suatu perusahaan yang bertugas sebagai tempat untuk melaksanakan pembayaran pensiun bagi Pegawai Negeri Sipil Pusat dan Daerah Otonom di daerah Jawa Timur khususnya di kota Malang. Program-program kerja yang dirancang bertujuan untuk Menjadi pengelola Dana Pensiun dan THT serta jaminan sosial lainnya yang terpercaya sehingga merupakan aset perusahaan yang sangat penting sehingga sangat diharapkan kinerja yang optimal yang dapat diwujudkan melalui peranan komunikasi yang efektif supaya dapat memenuhi peran dan fungsinya sebagai aparat pemerintah yang mengabdikan dirinya pada bangsa dan negara ini. Karena PT TASPEN (Persero) Cabang Malang bergerak di bidang pelayanan, sehingga diperlukannya fungsi komunikasi yang efektif.

Bergulirnya bola salju globalisasi telah menuntut semua sektor usaha memilih formula untuk mempertahankan diri dan tetap eksis menghadapi kondisi yang terjadi. Begitu juga PT TASPEN (Persero) dengan memiliki visi menjadi *World Class Company* tahun 2010 telah menetapkan Program Transformasi

TASPEN (PTT) sebagai tahapan untuk mencapai sasaran itu. PTT merupakan suatu perubahan yang mendasar berjangka panjang dan menyeluruh yang meliputi transformasi manajemen, strategik, struktural dan kultur.

Pada tahun 2007 ini fokus transformasi adalah pengelolaan sumber daya manusia. Pemilihan perusahaan terhadap manajemen sumber daya manusia berbasis kompetensi (MSDM-BK) dapat memenuhi sasaran yang ingin dicapai. Sebab konsep yang diperkenalkan oleh Prof Dr David Mc Clelland di Amerika Serikat 33 tahun lalu itu hingga kini terus mendunia, termasuk ke Indonesia. Banyak perusahaan besar multi nasional maupun nasional mengadopsi dan mengimplementasikannya (Media Taspen, 2007:1)

Konsep MSDM-BK menggunakan metode yang merumuskan model kompetensi suatu organisasi yang terintegrasi dengan visi dan strategi perusahaan untuk kemudian diimplementasikan dalam berbagai sistem MSDM yang berlaku dalam organisasi, antara lain seleksi, perencanaan karir, perencanaan suksesi, penilaian kinerja, pendidikan dan pelatihan serta pengembangan organisasi. Melalui penerapan MSDM-BK ini manajemen berharap dapat mendorong upaya-upaya pencapaian sasaran strategik perusahaan, diantaranya membangun SDM yang kompetitif melalui program pelatihan dan pengembangan yang terencana, terintegrasi, dan tepat sasaran, serta membangun lingkungan kerja yang kondusif melalui pembentukan budaya perusahaan dan komunikasi yang terbuka (Media Taspen, 2007:34)

Setiap pegawai membutuhkan adanya suatu keteletian, kerja keras, serta tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dalam menjalankan tugasnya. Hal ini tentunya akan

menuntut adanya suatu interaksi yang kompleks serta komunikasi yang baik antar pegawai. Dilihat dari kenyataan yang terdapat di lapangan, komunikasi yang seharusnya mulai terjalin sejak awal namun keberadaannya terhambat oleh berbagai faktor. Proses komunikasi yang terjalin di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang kurang berjalan dengan baik. Banyak kesalahfahaman yang terjadi antar pegawainya melalui komunikasi tersebut, sehingga hal ini berdampak pada pemberian pelayanan yang kurang baik terhadap nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya komplain dari nasabah (mitra binaan) di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang (Observasi, , Februari 2010). Terlebih lagi PT TASPEN (Persero) Cabang Malang memiliki suatu nilai dalam organisasai yang dapat menunjang keprofesionalan pegawainya, yaitu salah satunya adalah *"Mampu melaksanakan Komunikasi lisan maupun tertulis dengan secara baik dan benar"*. Hal ini mencerminkan betapa pentingnya proses komunikasi lisan dalam menunjang kinerja serta menambah keprofesionalan dari para pegawainya.

Seringnya peralihan posisi dalam lingkungan kerja, juga menyebabkan tidak terjalinnya komunikasi yang baik antar pegawai. Bisa saja saat terjadi hubungan yang akrab serta diikuti dengan kemampuan berkomunikasi yang baik, namun seringnya terjadi peralihan posisi atau (biasa disebut dengan rotasi) di lingkungan kerja tersebut. Sehingga hal ini mamungkinkan pegawai untuk merasa tidak nyaman dalam berkomunikasi dengan rekan kerjanya untuk lebih menjalin hubungan yang lebih akrab dalam menciptakan iklim organisasi di Perusahaan. Hal inilah yang sering terjadi PT TASPEN (Persero) Cabang Malang (Observasi, Desember 2009).

Hal ini pula yang menjadi salah satu penyebab PT TASPEN (Persero) Cabang Malang (KCU Malang) tidak dapat meraih TASPEN Excellence Award

(TEA) 2007 yang diadakan oleh PT TASPEN (Persero), karena PT Taspen (Persero) Cabang Malang belum mampu untuk menata sistem manajemen yang lebih baik dengan banyaknya permasalah mengenai sumber daya manusia (pegawai), salah satunya yaitu banyaknya kesalahfahaman antar baik pegawai, mitra binaan, serta para pelanggan atau pengguna layanan di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, yang seharusnya hal ini tidak perlu terjadi (Wawancara, Februari 2010).

Guna mendukung peningkatan mutu pelayanan dan kinerja perusahaan di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, manajemen perusahaan berupaya untuk meningkatkan profesionalisme dan produktivitas sumber daya manusia melalui berbagai pelatihan dan pendidikan terutama di tiga bidang yang menjadi pilar utama perusahaan, yaitu aktuaria, investasi dan teknologi informasi dan komunikasi *(http//www.pttaspen.com)*. Hubungan dalam suatu organisasi baik di instansi maupun perusahaan kecil ataupun besar maka memerlukan komunikasi interpersonal guna untuk mencegah munculnya konflik kecil yang memungkinkan konflik tersebut menjadi besar. Dengan adanya komunikasi interpersonal permasalahan hal kecil akan segera terselesaikan karena adanya komunikasi interpersonal yang baik, apabila komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi tidak ada maka permasalahan kecil tidak akan tersampaikan pada atasan maupun sesama pegawai sehingga dapat menimbulkan permasalahan tersebut menjadi besar. Setiap permasalahan yang terjadi di dalam suatu perusahaan akan sangat mempengaruhi keberadaan komitmen seseorang terhadap perusahaan. Sehingga proses komunikasi interpersonal memiliki pegaruh kuat terhadap adanya komitmen organisasi yang dimiliki oleh karyawan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat Komunikasi Interpersonal di PT Taspen (Persero) Malang?
2. Bagaimana tingkat Komitmen Organisasi di PT Taspen (Persero) Malang?
3. Bagaimana Pengaruh Komunikasi Interpersonal yang baik dalam menumbuhkan komitmen organisasi pegawai di PT Taspen (Persero) Malang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana tingkat Komunikasi Interpersonal di PT Taspen (Persero) Malang
2. Mengetahui bagaimana tingkat Komitmen Organisasi di PT Taspen (Persero) Malang
3. Mengetahui bagaimanakah Pengaruh Komunikasi Interpersonal yang baik dalam menumbuhkan komitmen organisasi pegawai di PT Taspen (Persero) Malang

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, adalah:

1 Bagi Perusahaan

a. Perusahaan dapat memperoleh masukan, wawasan, dalam rangka meningkatkan kemajuan perusahaan.

b. Pegawai akan mengetahui seberapa baik komunikasi interpersonal yang dilakukannya dalam kehidupan sehari-hari di tempat kerja bersama rekan kerja masing-masing. Serta bagaimana seharusnya proses komunikasi

Interpersonal yang seharusnya terjadi dalam menumbuhkan komitmen organisasi yang kuat.

2 Bagi ahli Psikologi Industri dan organisasi

a. Memberikan informasi tentang bagaimana kemampuan dalam berkomunikasi interpersonal yang baik sehingga dapat semakin menumbuhkan komitmen organisasi kerja sebagai langkah awal dalam pengembangn kompetensi kerja pegawai

b. Dapat menjadi bahan bagi penelitian selanjutnya mengenai bagaimana meningkatkan komunikasi interpersonal dalam sebuah organisasi. Serta mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat menumbuhkan tingkat komitmen organisasi yang tinggi pada pegawai.

3 Bagi Pengembangan Ilmu Psikologi Industri dan Organisasi

a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai input atau masukan dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang Komunikasi interpersonal yang baik dan disarankan dalam perusahaan.

b. Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang teknik pengembangan komitmen organisasi dalam meningkatkan kompetensi kerja pegawai.

4 Bagi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

a. Memperluas jaringan kerja sama dengan perusahaan, khususnya PT. Taspen (Persero) Cabang Malang maupun jaringan-jaringan perusahaan lainnya.

b. Sebagai wadah untuk mengevaluasi, menilai, menguji sistem pendidikan yang diperoleh agar mampu dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

c. Dapat digunakan sebagai panduan untuk dapat menyempurnakan program yang telah diperoleh di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
d. Meningkatkan relevansi kurikulum pendidikan yang telah diperoleh melalui dunia kerja.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata lain *"communication"* yang berarti pemberitahuan atau "pertukaran pikiran" istilahnya communication ini bersumber pada kata *"communis"* yang berarti *"same "* maksudnya adalah kesamaan makna. Jadi, komunikasi akan dapat terjadi bila adanya kesamaan makna dan sebaliknya bila tidak ada kesaman makna komunikasi itu tidak akan berlangsung (Anorogo & Widiyanti, 1993: 87)

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan sebagai saling tukar menukar pendapat. Komunikasi dapat diartikan hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok (Widjaja, 1988: 14)

Menurut Hovland, Janis dan Kelly (dalam Muhammad, 2003: 10) komunikasi terjadi apabila seorang individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.

Komunikasi yang didefinisikan oleh Flippo (dalam Moekijat, 1993: 3) sebagai kegiatan mendorong orang-orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pembicara atau si penulis. Selanjutnya Hampton (dalam Moekijat, 1993: 6) menyatakan komunikasi adalah proses melalui orang-orang bekerja dalam organisasi menyampaikan informasi yang satu kepada yang lain dan menafsirkan maksudnya.

Komunikasi didefinisikan sebagai pencapaian dan pemahaman antara orang melalui alat verbal dalam mempengaruhi perilaku untuk mencapai hasil yang diinginkan. Komunikasi adalah pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari orang ke orang. Pemindahan tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi ekspresi wajah, intonasi, titik putus, vocal dan sebagainya (Handoko, 1984: 272)

Menurut Cherry (dalam Rahkmat, 1984: 7) mendefinisikan komunikasi sebagai usaha untuk membuat satuan sisial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda memiliki persamaan serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi adalah penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain dimana kedua belah pihak dapat mencapai pengertian dan pemahaman yang sama.

2. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut (Santoso, 1986: 139) komunikasi berarti mengadakan kesamaan pengertian antara komunikator (penyebar pesan) dengan komunikan (penerima pesan)

Menurut Effendy (1986: 50) komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka *(face to face),* bisa dengan melalui medium misalnya melalui telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi ini adalah sifatnya yang dua

arah atau timbal balik *(two way traffic communication)*. Komunikasi tersebut dikatakan efektif karena adanya arus balik langsung. Komunikator dapat melihat seketika tanggapan komunikan baik baik secara verbal dalam bentuk jawaban lisan, maupun secara nin verbal dalam bentuk gerak-gerik, sehingga komunikator dapat mengulangi / meyakinkan pesannnya pada komunikan. Pengertian efektif komunikasi antar pribadi/ komunikasi Interpersonal ini adalah dalam hubungan perubahan sikap *(attitute change)*, sebab di lain pihak komunikasi massa yang efektif berbanding dengan jenis komuniksi lainnya dalam pengertin dapat mencapai komunikasi dalam jumlah yang relative besar secara serempak.

Komunikasi interpersonal menurut De Vito (dalam Effendy, 2003: 59) ialah: *" The process of ande receiving between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback"* (komunikasi antara pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik langsung). Sehingga dari uraian di atas dijelaskan bahwa komunikasi interpersonal mempunyai unsure-unsur:

a. adanya pesan
b. adanya sekelompok kecil orang
c. adanya penerimaan pesan-pesan
d. adanya efek
e. adanya umpan balik

Penjelasan tersebut dipertegas oleh (Stoner, dkk. 1996:216) yang memberikan definisi komunikasi antar pribadi sebagai proses yang dipergunakan

oleh manusia untuk mencari kesamaan arti lewat transmisi pesan simbolik. Definisi mengenai komunikasi menarik perhatian pada tiga butir penting, yaitu:

a. Komunikasi yang melibatkan orang, dan saat memahami komunikasi termasuk mencoba memahami cara manusia yang saling berhubungan.
b. Komunikasi termasuk kesamaan arti, yang berarti bahawa agar manusia dapat berkomunikasi
c. Komunikasi termasuk simbol, gerakan badan, suara, huruf, angka, dan kata hanya dapat mewakili atau mendekati ide yang mereka maksudkan untuk dapat dikomunikasikan.

Komunikasi interpersonal adalah bagaimana melihat pengaruh konsep diri terhadap perilaku manusia bagaimana setiap orang memandang diri sendiri serta memandang orang lain yang akan mempengaruhi pola interaksi dengan orang lain, dan konsep diri yang mewarnai komunikasi seseorang dengan orang lain meliputi keakraban, reson yang tepat, penerimaan nada emosional yang tepat, sikap sportif. Hal-hal tersebut di atas, lebih menitikberatkan pada komunikasi antar sesama atau adanya interaksi antara satu orang dengan orang lainnya (Rakhmat, 1994:126)

Dari berbagai definisi diatas dapat diambil kesimpulan, bahwa komunikasi interpersonal adalah kemampuan seseorang dalam berinteraksi atau membina hubungan dengan orang lain melalui komunikasi.

3. Faktor Adanya Komunikasi Interpersonal

Menurut Rakhmat (1996:129) ada tiga faktor yang dapat menumbuhkan hubungan komunikasi interpersonal yaitu:

a. Percaya *(trust)*

Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, faktor kepercayaan adalah faktor yang paling penting. Bila individu A percaya kepada individu B, bila individu A dapat diduga oleh individu B, dan bila individu A akan lebih banyak membuka dirinya atau berterus terang kepada individu B. Dari sinilah faktor percaya akan sangat menentukan efektivitas komunikasi interpersonal.

b. Sikap Sportif

Sikap sportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Orang yang bersikap defensif jika tidak menerima, tidak jujur, dan tidak empatis dari sini sudah jelas, dengan sikap defensif pelaksanaan komunikasi interpersonal akan gagal, karena orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi ketimbang memahami pesan orang lain.

c. Sikap Terbuka *(open mindedness)*

Sikap terbuka sangat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Penerapan sikap terbuka mutlak diperlukan juga dalam perindustrian yang dititik beratkan pada karyawannya

Adapun menurut Rakhmat (2002:97-117) seseorang dalam komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

a. Persepsi Interpersonal

Persepsi interpersonal yaitu suatu persepsi yang menggunkan dan mengutamkan manusia sebagai obyek persepsi. Interprestasi manusia terhadap suatu rangsangan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya. Faktor yang dapat mempengaruhi munculnya persepsi interpersonal meliputi beberapa hal, yaitu:

1) Kebutuhan
2) Kesiapan mental
3) Suasana emosional
4) Latar belakang budaya

b. Konsep Diri

Konsep diri merupakan keadaan dimana seorang individu berusaha untuk mengamati, mencari gambaran dan memberikan penilaian terhadap dirinya sendiri. Untuk dapat memperoleh suatu bentuk konsep tentang diri sendiri, terdapat dua hal yang sangat terkait, yaitu:

1) Orang lain
2) Kelompok rujukan

c. Atraksi Interpersonal

Atraksi yang berasal dari bahasa latin *Attrahere-ad* berarti menuju, *Trahere* yang mengandung arti menarik dan dimaksudkan secara interpersonal merupakan kecenderungan ”suka” kepada orang lain, adanya sikap positif dan daya tarik seseorang. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin ada ketertarikan kepada seseorang maka kecenderungan untuk berkomunikasi dengan juga semakin besar. Adapun faktor yang

mempengaruhi terbentuknya atraksi interpersonal terdiri dari faktor personal dan situasional

4. Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut sikap terbuka *(open mindedness*). Sikap terbuka ini sanagt besar pengaruhnnya dalam menumbuhkan komunikasi yang efektif. Lebih rinci, De Vito (1986) mengemukakan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh:

a. Keterbukaan *(openness)*

Kualitas keterbukaan dari komunikasi interpersonal paling sedikit terdiri dari dua aspek yaitu aspek keinginan untuk terbuka dalam mengungkapka ide, pendapat dengan orang lain dan aspek keinginan untuk berinteraksi atau bergaul dengan setiap orang. Keinginan untuk terbuka dan berinteraksi ini dimaksudkan agar seseorang tidak menutup diri dalam menerima informasi-informaasi dan juga berkeinginan untuk menyampaikan informasi tentang dirinya sendiri kalau dirasa relevan dalam komunikasi tersebut.

b. Empati *(Emphaty)*

Empati dimaksudkan untuk merasakan seperti yang dirasakan orang lain, suatu perasaan bersama perasaan orang lain yaitu mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain seperti perasaa-perasaan sedih, gembira, dan lain-lain.

c. Dukungan *(supportiveness)*

Dukungan ini ada kalanya terungkap secara verbal yaitu dukungan berapa kata-kata yang dapat menumbuhkan semangat, maupun dukungan non verbal tidaklah yaitu berupa dukungan yang diberikan secara tidak langsung seperti bagaimana dalam bersikap dan bertindak. Dukungan yang non verbal tidaklah mempunyai dukungan yang negative, melainkan dapat merupakan aspek positif dari komunikasi.

d. Kepositifan *(positiveness)*

Kualitas kepositifan dalam komunikasi interpersonal paling sedikit tiga aspek yaitu:

(1) Komunikasi interpersonal akan berhasil apabila perhatian khusus pada diri seseorang

(2) Komunikasi interpersonal akan terpelihara baik apabila perasaan yang dikomunikasikan membuat orang lain merasa lebih baik, sehingga membuat orang lain merasa mempunya keberania untuk lebih berpartisipasi pada setiap kesempatan.

(3) Suatu perasaan kompak yang bermanfaat untuk mengefektifkan kerjasama.

e. Kesamaan *(Equality)*

Komunikasi interpersonal akan lebih berhasil apabila orang-orang yang berkomunikasi itu dalam suasana kesamaan seperti kesamaan pandangan hidup dan cita-cita di mana masing-masing pihak yang berkomunikasi merasa dihargai dan dihormati sebagai manusia yang mempunyai sesuatu yang penting untuk dikontribusikan kepada sesamanya.

Menurut Schram (dalam Effendy, 2003:44). Terjadinya komunikasi yang menyebabakan derajat keakraban lebih tinggi apabila menggantikan pola komunikasi horizontal, maksudnya komunikasi anatar orang-orang yang mempunyai kesamaan. Adanya kesamaan kerangka referensi *(frame of reference)*. Komunikasi lebih efektif apabila komunikasi semakin tumpang tindih bidang pengalamannya *(field of experience)* atau pengalamannya sama banyaknya

5. Sistem Komunikasi dalam Organisasi

Dalam sistem komunikasi terdapat tahap-tahap dimana suatu gagasan atau pengertian dikirimkan dari sumbernya, yang disebut komunikator atau pengirim, sampai gagasan atau pengertian tersebut dijalankan oleh yang menjadi sasaran komunikasi, yang disebut komunikan atau penerima dengan memahami. Sistem komunikasi, beserta hambatan yang mungkin terjadi maka akan dicapai komunikasi yang efektif.

Sehubungan dengan pembagian tugas dalam struktur organisasai formal modern dan sangat kompleks, koordinasinya merupaka masalah yang pelik. Maka, masalah yang paling gawat dalam koordinasi tersebut ialah penerapan sistem komunikasi. Sebab, tanpa sistem komunikasi yang efektif, tidak mungkin orang mengadakan koordinasi dari kerjasama yang baik. Yang tidak mungkin terjalin relasi yang menyenangkan (Anorogo & Widiyanti, 1993: 103).

Menurut (Thomas & Fryar, 1984:6) ada enam elemen yang bisa menimbulkan proses atau sistem komunikasi, yaitu:

a. Pesan *(message)*; merupakan dasar dari adanya komunikasi.

b. Pengirim *(sender);* komunikasi terjadi jika telah ada pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
c. Penerima *(receiver);* jika sudah ada pesan dan ada yang menyampaikan pesan, maka penerima pesanpun harus ada supaya proses komunikasi terjadi.
d. Saluran atau jalur *(chanel);* setiap proses komunikasi menggunakn jalur komunikasi atau media komunikasi.
e. Umpan balik *(feedback);* merupakan reaksi adanya proses penerimaan atau proses yang berjhasil disampaikan.
f. Efek *(barries);* sistem komunikasi akan dikatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan itu disampaikan kepada penerima atau terciptanya jalinan pengertian dari pegirim pesan dan penerima pesan akibat adanya umpan balik dalam sistem komunikasi.

Agar mamapu memulai , mengembangkan, dan memelihara komunikasi interpersonal yang akrab, hangat dan produktif dengan orang lain perlu memiliki sejumlah kemampuan dasar berkomunikasi. Menurut Johnson (dalam Supratiknya, 1996:10-11), beberapa kemampuan dasar tersebut yakini:

a. Harus mampu memahami, dimana kemampuan ini mencakup beberapa sub kemampuan, yaitu sikap percaya, pembukaan diri, keinsafan diri dan penerimaan diri.
b. Harus mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas. Kemampuan ini juga harus disertai kemampuan menunjukkan sikap hangat dan rasa senang serta kemampuan mendengarkan, maka komunikasi dengan orang lain dapat dimulai, dikembangkan dan dipelihara.
c. Harus mampu menerima dan memberi dukungan atau saling menolong.

d. Harus mampu memecahkan konflik dan bentuk-bentuk masalah antar pribadi yang mungkin muncul dalam proses komunikasi dengan orang lain, melalui cara-cara yang kontruktif, yaitu cara-cara yang semakin mendekatkan diri dengan lawan komunikasi dan menjadikan komunikasi itu semakin tumbuh berkembang.

Apa yang dikomunikasikan oleh seorang pimpinan kepada pengikutnya atau bawahannya, dalam sistem komunikasi adalah diterimanya pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Wilbur Schram, seorang ahli komunikasi kenamaan, menampilkan istilah ”informasi” untuk pesan komunikasi tersebut. Ia menyajikan batasan mengenai komunikasi sebagai pengikut sertaan suatu orientasi ke dalam isyarat-isyarat yang bersifat informasi (Effendy, 2003:57).

Sistem komunikasi dalam organisasi yang dipakai yaitu dengan menggunkan teori menurut Johnson (dalam Supratiknya, 1996:10-11), beberapa kemampuan dasar tersebut yakini:

a. Harus mampu memahami, dimana kemampuan ini mencakup beberapa sub kemampuan, yaitu sikap percaya, pembukaan diri, keinsafan diri dan penerimaan diri.
b. Harus mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas. Kemampuan ini juga harus disertai kemampuan menunjukkan sikap hangat dan rasa senang serta kemampuan mendengarkan, maka komunikasi dengan orang lain dapat dimulai, dikembangkan dan dipelihara.
c. Harus mampu menerima dan memberi dukungan atau saling menolong.

d. Harus mampu memecahkan konflik dan bentuk-bentuk masalah antar pribadi yang mungkin muncul dalam proses komunikasi dengan orang lain, melalui cara-cara yang kontruktif, yaitu cara-cara yang semakin mendekatkan diri dengan lawan komunikasi dan menjadikan komunikasi itu semakin tumbuh berkembang.

6. Bentuk –Bentuk Sistem Komunikasi dalam Organisasi

Sistem komunikasi dalam majemen organisasi atau perusahaan meliputi dua bagian berdasarkan khalayak-khalayak sasaran berada (Anorogo & Widiyanti, 1993: 88-90), yaitu:

a. Sistem komunikasi internal *(internal communication)*

Adalah komunikasi antar manajer dengan komunikan yang berada dalam organisasi, yaitu para pegawai secara timbal balik. Sistem komunikasi internal ini terbagi menjadi tiga bagian atau tiga kegaitan yaitu:

1) Sistem komunikasi vertikal; adalah komunikasi dari atas ke bawah *(downward communication)* dan dari bawah ke atas *(upward communication)*, yaitu komunikasi dari pimpinan ke bawah dan dari bawah ke atas.

2) Sistem komunikasi horizontal; adalah komunikasi secara mendatar, misalnya antara anggota staff dengan anggota staff, pegawai tingkat menengah denga pegawai tingkat menengah, atau pegawai rendahan dengan berpangkat rendah pula.

3) Sistem komunikasi diagonal atau komunikasi silang *(cross communication)*; adalah komunikasi dalam komunikasi antara

seseorang dengan orang lain yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan bagian, misalnya kepala bagian personalia dengan seorang pengemudi yang secara struktural termasuk bagian pemasaran. Mereka yang termasuk dalam sistem komunikasi vertical maupun pada sistem komunikasi horizontal. Sebab biasanya sistem komunikasi ini berlangsung secara tidak formal (dalam suasana yang tidak terikat apapun).

b. Sistem Komunikasi Eksternal *(eksternal communication)*

Adalah sistem komunikasi antara manajer atau pejabat lain mewakili yang diluar organisasi. Sistem komunikasi eksternal terdiri dari dua jalur, yaitu komunikasi dari khalayak ke khalayak dan dari khalayak ke organisasi.

Sistem komunikasi dari organisasi ke khalayak atau *public* umumnya bersifat, informative setidaknya adanya hubungan batin. Hal ini sangat penting dalam rangka memecahkan suatu masalah yang tidak terduga sebelumnya, misalnya saja ada berita surat kabar yang tidak terduga sebelumnya, sistem komunikasi ini dapat dilakukan melalui media massa seperti; surat kabar, majalah, radio, telepon, televisi, pster dan lain-lain.

Sistem komunikasi dari khalayak ke organisasi adalah proses umpan balik yang dikehendaki oleh manajer maupun umpan balik secara spontanitas dari komunikan (Anorogo & Widiyanti, 1993: 90-91).

Dengan demikian, bentuk komunikasi dan sistem komunikasi yang dapat diharapkan dalam organisasi menurut uraian di atas adalah sistem komunikasi yang berisi hasil pemikiran dan keluhan-keluhan yang disampaikan dari pihak

bawahan atau karyawan ke pihak atasan atau organisasi dalam rangka menyikapi tugas-tugas yang sudah ada.

.

7. Peranan Sistem Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa ada keterlibatan, setidak-tidaknya ada hubungan batin. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan suatu masalah jika terjadi tanpa diduga sudah tentu komunikasi selalu ada di dalamnya. Dan ini tidak terlepas dari peran penting seorang manajer atau pimpinan suatu organisasai untuk membukan suatu sistem komunikasi yang baik bagi semua karyawan.

Peranan-peranan itu antara lain sebgai berikut:

a. Peranan-peranan formal, wewenang yang formal dari seorang manajer secara langsung akan menimbulkan tiga peranan yang meliputi hubungan anatar personal yang mendasar. Ketiga peranan tersebut adalah sebagai berikut:
    1) Peranan tokoh, seorang manajer bisa tampil di luar perusahaan atau tampil diluar organisasi, misalnya dalam acara ulang tahun instansi dan lain sebagainya. Dimana manajer akan menggunakan kesempatan untuk menyampaikan pesan yang bermanfaat bagi kalangan yang ada di dalam organisasai.
    2) Peranan pimpinan, seorang manajer yang ingin menjadi seorang pimpinan yang benar harus melaksanakan penyampaian pesa atau sanggup berkomunikasi dengan efektif.

3) Peranan penghubung, dalam peranannya sebagai penghubung seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di jalur komando vertikal, baik secara formal maupun tidak formal.

b. Peranan-peranan informative, dalam organisasi seorang manajer berfungsi sebagai ”pusat syaraf” karena ia berada ditengah-tengah jaringan otak dengan semua pihak yang ada kaitannya dengan organisasi. Komunikasi sering dilakukan oleh manajer dengan rekan manajer lain yang sama statusnya dimana juga merupakan pusat syaraf.

c. Peranan-pranan pemusatan, menyebar dan mencari informasi sudah tentu bukan tujuan dari organisasi. Informasi merupakan sumber dasar bagi pengambilan keputusan (Anorogo & Suyati, 1995: 141-142)

Menurut Farl G. Planting dan william V. M. (dalam Astrid, 1982:65) bahwa dalam setiap system komunikasi mempunyai tujuan tertentu dan tujuan ini adalah tentunya mempengaruhi penerima pesa untuk bertindak sesuai dengan harapan komunikator. Di samping itu dari bidang sosiologi industri diketahui, bahwa saluran komunikasi khususnya saluran resmi untuk komunikasi dalam hirakie biasanya dikuasai oleh pimpinan, yaitu karena banyaknya perintah dan pesan yang mengalir dari pimpinan ke arah bawahan untuk dilaksanakan. Dengan adanya beban dari saluran resmi untuk pihak bawahan sangat terbatas, karenanya pertentangan yang disebabkan perbedaan interpretasi juga mudah terjadi.

Menurut Brenan, (dalam astrid, 1982: 67) prakasa komunikasi yang diusahakan oleh pimpinan dengan menyediakan suatu media komunikasi adalah untuk mengadakan komunikasi dua arah yaitu harapan akan dapat menerima

satu jawaban atau respon. Selanjutnya, dalam media ini respon semata-mata tidak diharapkan hanya untuk dinilai sebagai jawaban akan tetapi sebagai arus balik. Arus balik inilah yang selanjutnya dipergunakan untuk mempertinggi hubungan baik, yaitu dengan masyarakat diluar maupun dalam organisasi.

8. Hambatan dan Kemacetan Sistem Komunikasi dalam Organisasi

Menurut Effendi (1981: 45-50), hambatan-hambatan dalam proses atau sistem organisasi dapat timbul dalam berbagai bentuk. Namun pada umunya dapat digolongkan dalam dua kategori hambatan utama, yaitu:

a. Hambatan Teknis

Biasanya hambatan ini disebabkan karena adanya keterbatasan fasilitas dan peralatan sistem komunikasi. Tetapi ada juga yang disebabkan karena sering terjadinya kekacauan dari prosedur yang sudah ada, yaitu siapa yang akan bertindak sebagai komunikator dan kapan dilakukan suatu komunikasi tertentu.

Misalnya, bila suatu organisasi atau perusahaan akan mengintrodusir suatu metode kerja yang baru maka pemberitahuan mengenai hal itu dapat dilakukan melalui menajer produksi atau manajer personalia. Dengan adanya kesimpangsiauran semacam ini dapat menimbulkan hambatan di dalam proses komunikasi.

Dapat juga hambatan sistem komunikasi disebabkan karena kurangnya penerangan atau penjelasan yang disampaikan oleh komunikator yang telah ditentukan atau tidak siap menerima pesannya.

b. Hambatan Semantik

Hambatan semantik dalam sistem komunikasi dapat juga menjadi suatu hambatan yang utama dalam proses penyampaian pengertian atau ide secara efektif. Masalah sematik ini biasanya berkisar pada pertanyaan ”apa” yang dikomunikasikan dan disampaikan dalam tahap-tahap komunikasi.

Sistem komunikasi dengan menggunkaan bahasa sebagai lambang yang berfungsi sebagai media yang efektif karena kata-kata yang disampaikan sangat membantu proses komunikasi timbal balik. Tetapi dapat juga menghambat jalannya sistem komunikasi, karena adanya kesalahan dalam menafsirkan kata-kata yang disampaikan komunikator maupun komunikan.

Hambatan semantik dalam sistem komunikasi pada dasarnya dapat dilihat dalam cara penulisan, penggunaan bentuk media, maupun dengan simbol.

9. Tujuan Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi

Tujuan dari adanya komunikasi tidak perlu disadari pada saat terjadinya pertemuan dan juga tidak perlu dinyatakan. Tujuan tersebut boleh disadari dan boleh tidak disadari ataupun boleh disengaja dan tidak disengaja (Arni, 2005: 165-168). Tujuan-tujuan itu adalah sebagai berikut:

a. Menemukan Diri Sendiri

Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada diri untuk berbicara tentang apa yang disukai, atau mengenai diri sendiri. Dan sangat

menarik serta mengasyikkan bila dapat berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku diri sendiri kepada orang lain.

b. Menemukan Dunia Luar

Komunikasi interpersonal bertujuan untuk meahami lebih banyak tentang diri dan orang lain yang saling berkomunikasi. Hal ini menjadikan untuk lebih memahami baik dunia luar, dunia objek, kejadian-kejadian dan orang lain.

c. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak waktu yang biasa dipergunakan dalam komunikasi interpersonal diabadikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lian. Hubungan yang demikian dapat membantu mengurangi kesepian dan depresi, dan dapat saling berbagi sehingga lebih bisa mampu untuk berfikir positif tentang diri.

d. Berubah Sikap Dan Tingkah Laku

Banyak dari waktu yang digunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Misalnya saja, mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, mendengar tape recorder, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu, mengambil kuliah tertentu, berfikir dalam cara tertentu dan percaya bahwa semua itu benar atau salah.

e. Untuk Bermain Dan Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas diri

pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah pembicaraan yang digunakan untuk menghabiskan waktu.

f. Untuk Membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Biasanya juga berfungsi untuk membantu orang lain dalam dalam interaksi diri dengan orang lain di kehidupan sehari-hari. Sepertihalnya berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, dengan teman mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil, dan memberikan hal-hal yang menarik kepada anak yang sedang menangis. Keberhasilan dalam memberikan bantuan ini tergantung pada pengetahuan dan ketrampilan komunikasi interpersonal.

10. Komunikasi Interpersonal Dalam Pandangan Islam

Dalam pandangan agama Islam, banyak petunjuk dan tuntutan yang diberikan Allah SWT dalam mewujudkan suatu komunikasi antar sesama manusia melalui firman-firman-Nya di dalam Al Qur'an. Salah satu dari firman tersebut terdapat dalam surat Al Maidah ayat 2, sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُحِلُّواْ شَعَٰٓئِرَ ٱللَّهِ وَلَا ٱلشَّهۡرَ ٱلۡحَرَامَ وَلَا ٱلۡهَدۡيَ وَلَا ٱلۡقَلَٰٓئِدَ وَلَآ ءَآمِّينَ ٱلۡبَيۡتَ ٱلۡحَرَامَ يَبۡتَغُونَ فَضۡلٗا مِّن رَّبِّهِمۡ وَرِضۡوَٰنٗاۚ وَإِذَا حَلَلۡتُمۡ فَٱصۡطَادُواْۚ وَلَا يَجۡرِمَنَّكُمۡ شَنَـَٔانُ قَوۡمٍ أَن صَدُّوكُمۡ عَنِ ٱلۡمَسۡجِدِ ٱلۡحَرَامِ أَن تَعۡتَدُواْۘ وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ ٢

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya[l] dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya"*. (Depag RI, 2000: 85)

Ayat di atas menjelaskan salah satu cara manusia dalam melakukan komunikasi antar sesama. Yaitu dengan adanya saling tolong menolong antar sesama dalam hak kebaikan bukan tolong menolong dalam hal berbuat dosa. Dengan adanya keinginan dari diri untuk saling menolong akan memunculkan perilaku kita dalam berinteraksi dengan orang lain yang akan menimbulkan adanya komunikasi interpersonal antar sesama manusia yang saling tolong menolong.

Dan secara lebih spesifik dijelaskan di dalam Surat An-nisa' ayat 36 sebagai berikut:

وَٱعۡبُدُواْ ٱللَّهَ وَلَا تُشۡرِكُواْ بِهِۦ شَيۡـٔٗاۖ وَبِٱلۡوَٰلِدَيۡنِ إِحۡسَٰنٗا وَبِذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَٱلۡيَتَٰمَىٰ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱلۡجَارِ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَٱلۡجَارِ ٱلۡجُنُبِ وَٱلصَّاحِبِ بِٱلۡجَنۢبِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتۡ أَيۡمَٰنُكُمۡۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخۡتَالٗا فَخُورًا ٣٦

Artinya*:"Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri"*. (Depag RI, 2000:66)

Dan dipertegas dalam surat Al Baqarah ayat 83 sebagai berikut:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَٰقَ بَنِىٓ إِسْرَٰٓءِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا ٱللَّهَ وَبِٱلْوَٰلِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِى ٱلْقُرْبَىٰ وَٱلْيَتَٰمَىٰ وَٱلْمَسَٰكِينِ وَقُولُوا۟ لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا۟ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُوا۟ ٱلزَّكَوٰةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنكُمْ وَأَنتُم مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya: *"Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling".* (Depag RI, 2000: 11)

Ayat-ayat di atas menjelaskan tentang arti penting dari adanya komunikasi interpersonal yang terjalin. Bagi umat muslim adanya komunikasi interpersonal ini dapat terjalin dengan memelihara hubungan silaturrahmi. Dengan cara antara lain: saling mengunjungi, saling membantu, saling menolong, bermusyawarah jika terjadi masalah, dan saling memahami keadaan masing-masing. Hubungan silaturrahmi perlu dipelihara dengan baik karena hal ini sangat penting sekali. Hal ini seperti yang telah dijelaskan dalam Surat An Nisa' ayat 1, sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ ٱتَّقُوا۟ رَبَّكُمُ ٱلَّذِى خَلَقَكُم مِّن نَّفْسٍ وَٰحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَآءً ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ٱلَّذِى تَسَآءَلُونَ بِهِۦ وَٱلْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾

Artinya: "Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya. Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturrahim. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu" (Depag RI, 2000: 11)

B. Komitmen Organisasi

1. Pengertian Komitmen Organisasi

Menurut Jewell (1998:256) komitmen organisasi diartikan sebagai variabel yang menggambarkan tingkatan hubungan individu dalam memehami keberadaan dirinya pada sebuah organisasi dimana dia bekerja

Minner (1992:124) mendefinisikan komitmen organissai sebagai kekuatan yang bersifat relative dari individu dalam mengidentifikasi dan melibatkan dirinya ke dalam organisasi.

Sedangkan menurut Steeers (dalam Kunjjoro, 2002:1) komitmen organisasi didefinisikan sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi) dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang pegawai terhadap organisasinya.

Mathis dan Jackson (2001:99) mendefinisikan komitmen organisasi adalah tingkat kepercayaan dan penerimaan tenaga kerja terhadap tujuan organisasi dan mempunyai keinginan untuk tetap ada di dalam organisai tersebut.

Dalam hal ini Steers dalam Kuntjoro (e-psikologi.com: 2002) menyatakan bahwa komitmen organisasi organisasi sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai – nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi), dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang anggota terhadap organisasinya

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi adalah tingkat dimana seorang individu (karyawan)

mengidentifikasikan nilai-nilai organisasi dan terlibat di dalam organisasi dengan menunjukkan usaha yang sebaik mungkin untuk kepentingan organisasi serta ada keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi.

2. Aspek Komitmen Organisasi

Menurut Minner (1992:124) komitmen organisasi ditandai oleh tiga aspek, diantaranya:

a. Kepercayaan yang kuat dan penerimaan dari tujuan dan nilai-nilai organisasi.
b. Kesediaan untuk menggunkan usaha yang sungguh-sungguh atas nama organisasi.
c. Keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

Sedang menurut Steers dalam Kuntjoro (2002:2), ada beberapa hal yang dapat menumbuhkan adanya komitmen organisasi pada karyawan, antara lain:

a. Identifikasi

Identifikasi yang mewujudkan dalam bentuk kepercayaan pegawai terhadap organisasi, dapat dilakukan dengan memodifikasi tujuan organisasi, sehingga mencakup beberapa tujuan pribadi para pegawai ataupun dengan kata lain organisasi memasukkan pula kebutuhan dan keinginan pegawai dalam tujuan organisasinya. Hal ini akan membuahkan suasana saling mendukung di antara para pegawai dengan organisasinya.

b. Keterlibatan

Keterlibatan atau partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja penting untuk diperhatikan karena adanya keterlibatan pegawai menyebabakan mereka akan mau dan senang bekerja sama baik dengan pimpinan ataupun

dengan sesama teman sekerja. Salah satu cara yang dapat dipakai untuk memancing keterlibatan pegawai adalah dengan memancing partisipasi mereka dalam berbagai kesempatan pembuatan keputusan yang dapat menumbuhkan keyakinan pada pegawai bahwa apa yang telah diputuskan merupakan keputusan bersama. Di samping itu, menurut Sutarto dengan melakukan hal tersebut maka pegawai merasakan bahwa mereka diterima sebagai bagian yang utuh dari organisasi, dan konsekuensi lebih lanjut mereka merasa wajib untuk melaksanakan bersama apa yang telah diputuskan karena adanya rasa keterikatan dengan apa yang mereka ciptakan. Hasil riset menunjukkan bahwa tingkat kehadiran mereka yang memiliki rasa keterlibatan tinggi umumnya tinggi pula. Mereka hanya absent jika mereka sakit hingga benar-benar tidak dapat masuk kerja. Jadi, tingkat kemangkiran yang disengaja pada individu tersebut lebih rendah dibandingkan dengan pegawai yang keterlibatannya lebih rendah. Di samping itu, Beynon berpendapat bahwa partisipasi akan meningkat apabila mereka menghadapi situasi yang penting untuk mereka diskusikan bersama, dan salah satu situasi yang perlu didiskusikan bersama tersebut adalah kebutuhan serta kepentingan pribadi yang ingin dicapai oleh pegawai dalam organisasi. Apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi hingga pegawai memperoleh kepuasan kerja, maka pegawaipun akan menyadari pentingnya memiliki kesediaan untuk menyumbangkan usaha da kontribusi bagi kepentingan organisasi. Sebab hanya dengan pencapaian kepentingan organisasi kepentingan pegawai kaan lebih terpuaskan.

c. Loyalitas

Loyalitas pegawai terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi hingga mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Kesediaan pegawai untuk mempertahankan diri bekerja dalam organisasi adalah hal yang penting dalam menunjang komitmen pegawai terhadap organisasi dimana mereka bekerja. Hal ini dapat diupayakan bila pegawai merasakan adanya keamanan dan kepuasan di dalam organisasi tempat ia bergabung untuk bekerja

Komitmen organisasi sangat berpengaruh terhadap jalannya sebuah organisasi terutama di dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Porter, Smith, dan Steers (dalam Yuwono dkk, 2005:134) mengemukakan bahwa individu yang mempunyai komitmen yang tinggi memperlihatkan:

a. Keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan.
b. Kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi tersebut.
c. Kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.

Komitmen pada organisasi tidak hanya menyangkut pada kesetiaan karyawan pada organisasi yang bersifat positif tetapi juga melibatkan hubungan yang aktif dengan organisasi, dimana karyawan bersedia atas kemauan sendiri untuk memberikan segala sesuatu yang ada pada dirinya guna membantu merealisasikan tujuan dan kelangsungan organisasi (dalam Yuwono dkk, 2005:134).

Dalam penelitian ini aspek komitmen organisasi yang dipakai menggunakan teorinya Steers dalam Kuntjoro (2002:2), ada beberapa hal yang dapat menumbuhkan adanya komitmen organisasi pada karyawan, antara lain:

a. Identifikasi

Identifikasi, yang mewujudkan dalam bentuk kepercayaan pegawai terhadap organisasi, dapat dilakukan dengan memodifikasi tujuan organisasi, sehingga mencakup beberapa tujuan pribadi para pegawai ataupun dengan kata lain organisasi memasukkan pula kebutuhan dan keinginan pegawai dalam tujuan organisasinya. Hal ini akan membuahkan suasana saling mendukung di antara para pegawai dengan organisasinya.

b. Keterlibatan

Keterlibatan atau partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja penting untuk diperhatikan karena adanya keterlibatan pegawai menyebabakan mereka akan mau dan senang bekerja sama baik dengan pimpinan ataupun dengan sesama teman sekerja. Salah satu cara yang dapat dipakai untuk memancing keterlibatan pegawai adalah dengan memancing partisipasi mereka dalam berbagai kesempatan pembuatan keputusan yang dapat menumbuhkan keyakinan pada pegawai bahwa apa yang telah diputuskan merupakan keputusan bersama. Apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi hingga pegawai memperoleh kepuasan kerja, maka pegawaipun akan menyadari pentingnya memiliki kesediaan untuk menyumbangkan usaha da kontribusi bagi kepentingan organisasi. Sebab hanya dengan pencapaian kepentingan organisasi kepentingan pegawai kaan lebih terpuaskan.

c. Loyalitas

Loyalitas pegawai terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi hingga mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Kesediaan

pegawai untuk mempertahankan diri bekerja dalam organisasi adalah hal yang penting dalam menunjang komitmen pegawai terhadap organisasi dimana mereka bekerja. Hal ini dapat diupayakan bila pegawai merasakan adanya keamanan dan kepuasan di dalam organisasi tempat ia bergabung untuk bekerja.

3. Membangun Komitmen Organisasi

Menurut Mc Shane dan Glinow (2000:209-210) agar dapat memebentuk komitmen organisasi pada karyawan, suatu organiosasi perlu membangun komitmennya terlebih dahulu di dalam organisasi, antara lain melalui:

a. Keadilan dan Kepuasan

   Perusahaan harus memberikan rasa adil pada karyawan baru maupun dengan karyawan lama (*senior*). Untuk mendapaykan komitmen karyawan, perusahaan juga harus meyakinkan bahwa mereka juga telah membangun komitmen dengan memenuhi kewajibannya dan membagi keuntungan secara adil.

b. Keamanan Kerja

   Komitmen muncul jika karyawan merasakan situasi kerja yang tetap dan kualitas hubungan kepegawaian. Adanya jaminan kerja yang cukup dapat memelihara suatu hubungan dimana karyawan percaya usaha mereka mendapatkan penghargaan.

c. Pemahaman tentang Organisasi

   Komitmen diperkuat ketika karyawan mempunyai pemahaman tentang perusahaanya. Karyawan diberitahukan secara teratur tentang aktivitas organisasi dan secara pribadi menjadi bagian dari perusahaan.

d. Keterlibatan Karyawan

Dengan menjdai bagian dari organisasi melalui partisipasinya dalam keikutsertaan mengambil keputusan, perilaku komitmen dapat diperkuat karena karyawan merasakan keterlibatan dalam perusahaan.

e. Mempercayai Karyawan

Kepercayaan sangat penting karena itu adalah sentuhan hati dari hubungan kepegawaian. Dengan adanya kepercayaan yang diberikan oleh pimpinannya karyawan akan melakukan kewajibannya dengan sebaik-baiknya.

Menurut oleh Lincoln dan Bashaw *dalam* Pravitasari (2007:201) membangun komitmen ditandai dengan, diantaranya:

a. Kemauan

Kemauan karyawan untuk bekerja lebih giat dan dengan sekuat tenaga demi mencapai tujuan organisasi mencerminkan tingginya tingkat komitmen karyawan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1988: 567) kemauan menunjukkan pada keinginan kaaryawan untuk berbuat dan melaksanakan sesuatu dengan sungguh-sungguh.

Menurut Neale dan Northeraft dalam Prafitasari (2007: 201) dengan adanya kemauan dari para karyawan paling tidak dapat digunakan untuk memprediksi tingkah laku karyawan, dalam hal ini adalah tanggung jawab, baik untuk kemajuan dirinya sendiri maupun perusahaan. Mereka akan menyelesaikan pekerjaan dengan sebaik-baiknya, tepat pada waktunya dan berani menanggung resiko dari keputusan yang diambilnya.

b. Kesetiaan

Menurut Musanef dalam Prafitasari (2007: 201) secara umum kesetiaan mununjuk kepada tekad dan kesanggupan mentaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu yang disertai dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. Karyawan yang mempunyai kesetiaan yang tinggi pada perusahaan tercermin dari tingkah lakunya dalam melaksanakan tugas serta tekad dan kesanggupan mereka terhadap apa yang disepakati bersama.

c. Kebanggaan

Karyawan yang memiliki komitmen pada organisasi tentunya akan merasa bangga dapat bergabung dengan perusahaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990:75) kebanggaan berkaitan dengan perasaan yang terkait dengan kepuasan diri atas suatu keunggulan.

Dalam kerangka komitmen, kebanggaan karyawan pada organisasai disebabakan antara lain karyawan merasa oeganisasai mampu memenuhi kebutuhan dan menyediakan sarana yang diperlukan. Di samping itu karyawan menyadari bahawa perusahaan mempunyai citra baik di masyarakat. Dan lebih jauh lagi karyawan yakin bahwa perusahaan akan terus berkembang seiring kemajuan informasi dan teknologi.

4. Proses Perkembangan Komitmen Organisasi

Menurut Minner (1992:124-125) komitmen awal tumbuh dari awal karyawan bekerja di perusahaan. Individu tertentu mempunyai suatu potensi untuk memiliki komitmen yang kuat terhadap organisasi dan perusahaan dapat

memeperkerjakan orang-orang yang memiliki potensi tersebut. Proses perkembangan komitmen organisasi terbagi dalam tiga tahap, yaitu:

a. Komitmen Awal

Ketika karyawan mulai bekerja diperusahaan akan melakukan identifikasi antara nilai dan keyakinannya terhadap nilai-nilai yang dianut organisasi. Adanya kesesuaian antara harapan-harapan karyawan terhadap pekerjaan dengan karakteristik pekerjaaan menimbulkan komitmen awal terhadap organisasi.

b. Komitmen pada Awal Bekerja

Setelah karyawan bekerja pada organisasi beberapa lama, karyawan mempunyai beberapa pengalaman kerja di antaranya berkaitan dengan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya, hubungan dengan atasannya, hubungan dengan rekan kerjanya, gaji, serta kondisi dari lingkungan kerja. Dari pengalaman bekerja tersebut akan memepengaruhi rasa tanggunga jawab pribadi karyawan terhadap organisasi. Di samping adanya rasa tanggung jawab pribadi yang dirasakan dari karyawan, adanya komitmen awal serta adanya kemampuan yang memungkinkan mendapatkan pekerjaan lain berpengaruh terhadap pembentukan komitmen dalam periode awal bekerja. Pada saat berada dalam tahap pembentukan komitmen selama bekerja, karyawan sering dihadapkan pada kondisi pilihan dimana ia tetap bergabung dengan organisasinya sekarang atau mencarai pekerjaaan lain, terutama apabila ia menganggap pekerjaanya saat ini kurang menguntungkan.

c. Komitmen dalam Jenjang Karir Selanjutnya

Ketika karyawan memutuskan tetap bergabung dalam organisasinya maka ia akan melakukan pengabdian. Setelah bekerja beberapa lama akan melakukan pengabdian, karyawan telah melakukan berbagai tindakan, seperti investasi, keterlibatan sosial, mobilitas kerja, serta berbagai macam pengorbanan. Hal tersebut menjadi alasan bagi karyawan untuk tetap menjadi anggota organisasi serta untuk mengembangkan karir berikutnya dan apabila ia berkeinginan untuk keluar dari perusahaan ia akan mengalami kerugian yang besar karena pengabdian dan pengorbanan yang telah diberikan kepada perusahaan.

5. Konsekuensi / Hasil Adanya Komitmen Organisasi

Menurut pendapat Minner (1992:127) komitmen organisasi memberikan konsekuensi baik terhadap hasil-hasil organisasi maupun terhadap individu (karyawan), yaitu:

a. Komitmen organisasi memiliki hubungan kuat dengan *turnover*. Tingkat komitmen organisasi tinggi dapat mengurangi *turnover*, ketidakhadiran karyawan. Jadi secara umum komitmen organisasi dapat mengurangi *turnover* dan ketidakhadiran karyawan serta dapat meningkatkan produktivitas.
b. Dari sudut pandang individu (karyawan), komitmen organisasi dapat menimbulkan akibat positif maupun negatif. Akibat positif dari komitmen yaitu dapat membawa kepuasan dan penghargaan bagi individu (karyawan). Individu yang memeliki komitmen organisasi tinggi kebanyakan dapat meraih puncak kariernya dalam perusahaan. Sedangkan akibat negatif dari

individu (karyawan) yang berkomitmen pada organisasi yaitu akan menghambat karirnya dalam perusahaan lain yang menawarkan lebih banyak kesempatan untuk berkembang.

6. Komitmen Dalam Pandangan Islam

Komitmen merupakan hal yang abstrak yang harus pada hal-hal yang konkret. Islam menuntut menusia dalam membedakan komitmen yang abstrak dan konkret. Jika seseorang memiliki komitmen yang besar terhadap sesuatu namun tidak dibarengi dengan usaha untuk meraihnya maka komitmen itu tidak akan ada artinya. Seperti yang disampaikan dalam surat Ar- Ra'd ayat 11, sebagai berikut:

لَهُۥ مُعَقِّبَٰتٌ مِّنۢ بَيۡنِ يَدَيۡهِ وَمِنۡ خَلۡفِهِۦ يَحۡفَظُونَهُۥ مِنۡ أَمۡرِ ٱللَّهِۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوۡمٍ
حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمۡۗ وَإِذَآ أَرَادَ ٱللَّهُ بِقَوۡمٖ سُوٓءٗا فَلَا مَرَدَّ لَهُۥۚ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِۦ مِن وَالٖ
﴿١١﴾

Artinya: *"Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Alla[1]. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan[1] yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia"* (Depag RI, 2000: 199)

Ayat yang menganjurkan untuk meraih apa yang diinginkan yaitu surat Al Jumua'ah ayat 10, yaitu:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا
لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya:"*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung"* (Depag RI, 2000:442)

Al Qur'an yang menggambarkan keinginan, komitmen, hasrat, dan cita-cita manusia dalam kehidupan dunia. Agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang. Seperti yang diterangkan dalam Surat Ali Imron ayat 14 berikut ini:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ ٱلشَّهَوَٰتِ مِنَ ٱلنِّسَآءِ وَٱلْبَنِينَ وَٱلْقَنَٰطِيرِ ٱلْمُقَنطَرَةِ مِنَ ٱلذَّهَبِ وَٱلْفِضَّةِ وَٱلْخَيْلِ ٱلْمُسَوَّمَةِ وَٱلْأَنْعَٰمِ وَٱلْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَٰعُ ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا ۖ وَٱللَّهُ عِندَهُۥ حُسْنُ ٱلْمَـَٔابِ ﴿١٤﴾

Artinya:"*Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)*". (Depag RI, 2000:40)

Ayat tersebut di atas menggambarkan tentang keinginan, hasrat dan komitmen manusia seperti komitmen terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah mermbangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, minat terhadap harta, uang yang memenuhi kebutuhan hidupnya. Akhir ayat kemudian dikunci dengan perkataan bahwa semua itu adalah kesenangn hidup di dunia dan akan kembali di sisi Allah. Dalam ayat tersebut terdapat peringatan halus supaya manusia jangan sampai hanyut dalam kesenangan dunia sehingga lupa akan akhirat yang kekal dan abadi.

C. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Komitmen Organisasi

Komunikasi interpersonal dalam suatu perusahaan sangat berperan dalam menyusun rencana kerja, pembagian tugas dan wewenang karena dalam perusahaan setiap orang terlibat di dalamnya saling tergantung satu sama lain. Komunikasi interpersonal yang meningkat memfasilitasi penyebaran gagasan-gagasan para pekerja ke dalam perbaikan produk dan perubahan-perubahan organisasional, dan pada waktu yang sama meningkatkan keterlibatan pekerja pada pekerjaan, partisipasi, dan rasa ikut mengendalikan (Sculer dan Jackson, 1996:300).

Komunikasi interpersonal merupakan kegaiatan yang efektif yang ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi. Kemampuan dalam komunikasi interpersoanl dengan orang lain adalah satu syarat untuk dapat berhubungan dengan orang lain. Menurut Jahnson (dalam Supratiknya, 1996: 10-11) agar mamapu memulai, mengembangkan, dan memelihara komunikasi interpersonal perlu memeliki sejumlah kemampuan seperti misalnya kemampuan memahami; mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas; mamapu menerima masukan dan memberi dukungan; serta mampu memecahkan konflik dalam proses komunikasi.

Kemampuan komunikasi interpersonal yang ada pada diri karyawan, dapat mendorong karyawan untuk menumbuhkan hubungan yang baik, akrab dan menyenangkan serta dapat membentuk dan mengubah tindakan (Tubbs & Mossdalam Rakhmat, 2005: 13-15). Selain itu dengan adanya kemampuan komunikasi interpersoanl, karyawan dapat menhkomunikasikan ide-ide, gagasan-gagasan dalam pengambilan keputusan (Robbins & Coulter, 2004: 291). Karyawan juga mampu memberitahu, mengarahkan, mengkoordinasi, da

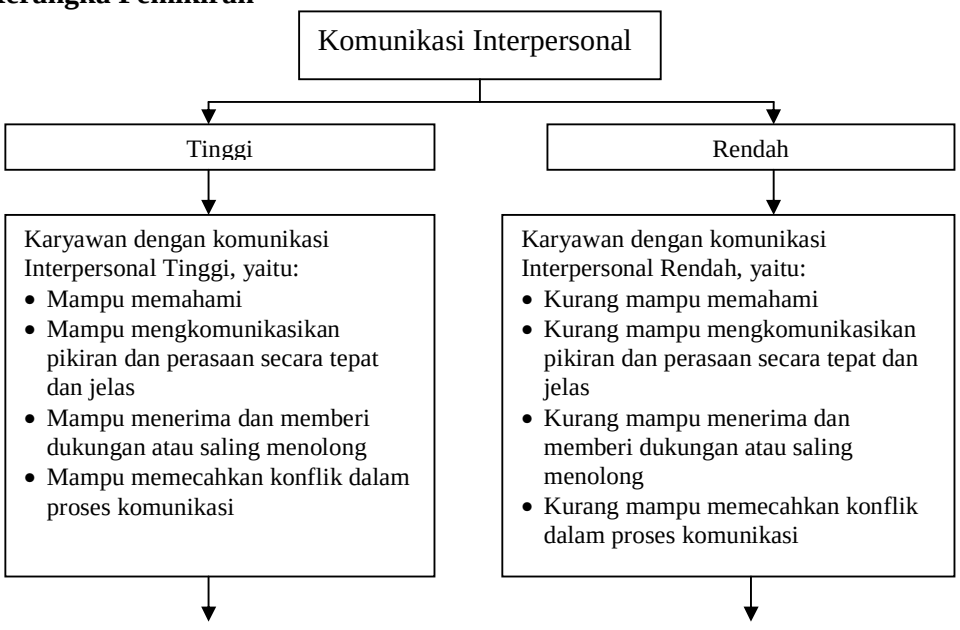
mengevaluasi karyawan lain ketika berada pada *team work* (Robbins, 2002:146). Di samping itu, karyawan juga mampu mengkomunikasikan setiap keluhan yang berkaitan denagn pekerjaan mereka kepada atasannya langsung, memperoleh informasi apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja jika di bawah standart (Robbins, 1996:5).

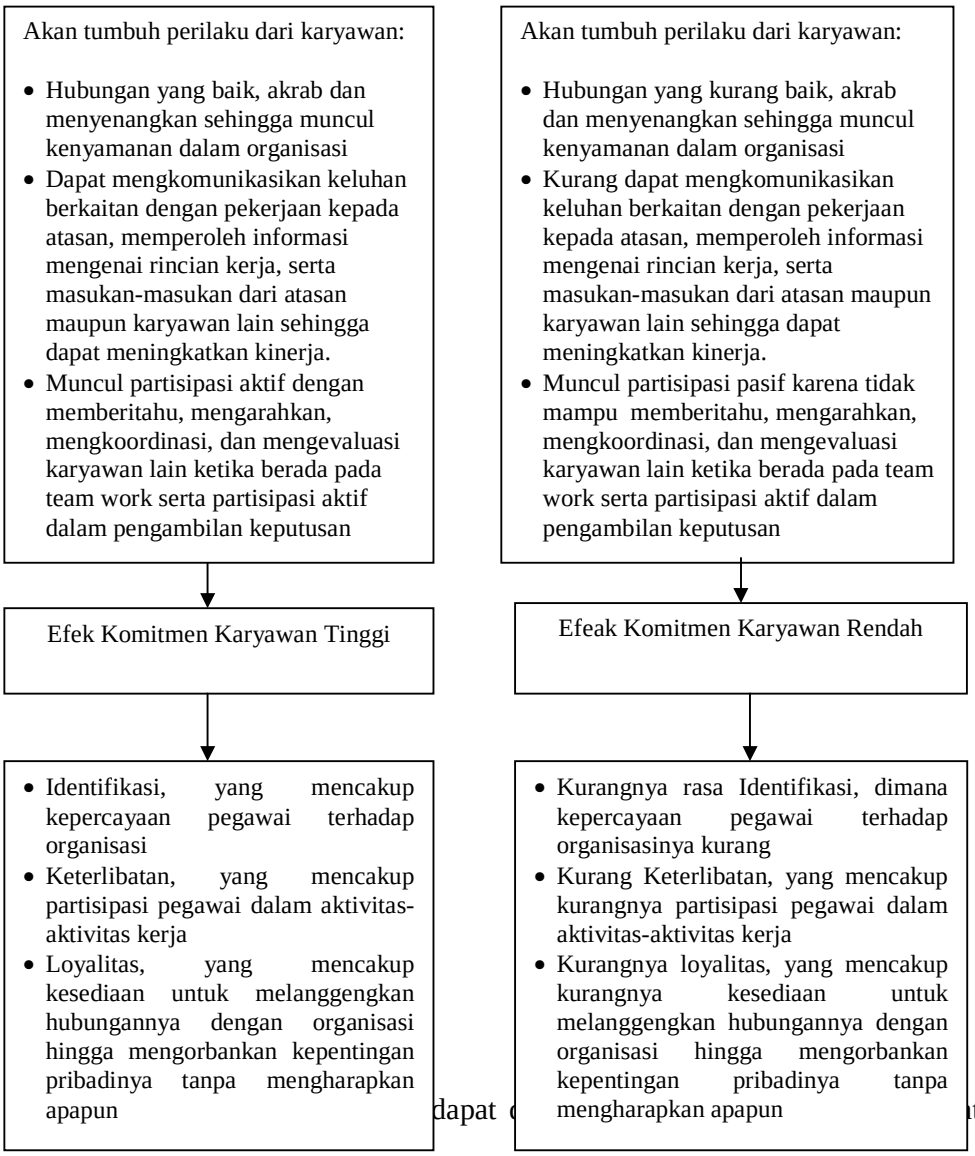
Keterangan dari beberapa hal yang dapat dilakukan dengan adanya kemampuan komunikasi interpersonal tersebut menunjukkan bahwa karyawan terlibat dalam perusahaan baik dalam hal hubungannya dengan anggota perusahaan yang lainnya maupun dalam hal kesempatan pengambilan keputusan serta upaya dalam memperbaiki kinerja. Keterlibatan diri karyawan dalam pengambilan keputusan perusahaan dapat menumbuhkan kepercayaan bahwa apa yang telah diputuskan merupaka keputusan bersama. Karyawan juga harus merasakan bahwa dirinya diterima sebagai bagian dari perusahaan sehingga dalam diri karyawan merasa ada tanggung jawab untuk melaksanakan hasil keputusan trsebut dengan sungguh-sungguh karena adanya ketertarikan (Kuntjoro, 2002: 4). Selain itu, dengan kemampuan komunikasi interpersonal karyawan dapat mendiskusikan bersama kebutuhan serta kepentingan pribadi yang ingin dicapai dalam organisasi. Apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi hingga karyawan memperolaeh kepuasan, maka karyawan akan menyadari pentingnya memiliki kesediaan untuk menyumbangkan usaha dan kontribusi bagi kepentingan organisasi (Kuntjoro, 2002: 4)

Kemampuan komunikasi interpersonal yang dimiliki seorang karyawan juga akan mendorong dirinya untuk mencarai informasi tentang kebijakan-kebijakan dalam perusahaan, informasi mengenai apa yang harus dilakukan dalam

bekerja, serta menerima masukan-masukan dari atasan maupun teman sekerja tentang hasil kerjanya untuk memperbaiki kinerjanya. Kenyamanan yang ada sehingga dapat dirasakan karyawan dalam organisasi ini, keterlibatan dan usaha keras yang dilaukan tersebut mendorong karyawan untuk berkomitmen terhadap organisasi, dimana karyawan akan cenderung rela memberikan usaha yang sungguh-sungguh atas nama organisasi, menerima nilai-nilai dan tujuan organisasi, serta cenderung untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

D. Kerangka Pemikiran





E. dapat tu

jawaban sementara dari rumusan masalah yang hendak dikaji oleh peneliti, yaitu: Terdapat pengaruh positif dari adanya komunikasi interpersonal antar pegawai yang baik terhadap komitmen organisasi karyawan.

Hal ini berarti bahwa dengan adanya komunikasi interpersonal yang tinggi akan diikuti dengan komitmen yang organisasi yang tinggi pada karyawan atau sebaliknya

dengan adanya kemampuan komunikasi interpersonal yang rendah akan diikuti komitmen organisasi yang rendah pada karyawan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. RANCANGAN PENELITIAN

Rancangan penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehinggga peneliti akan dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya (Kerlinger, 2006: 483)

Ada dua macam rancangan penelitian, yaitu *Pertama*, penelitian eksperimen, dimana peneliti memanipulasikan dan mengendalikan satu variable bebas atau lebih dan melakukan observasi terhadap variable terikat untuk menemukan variasi yang muncul seiring dengan manipulasi variable bebas tersebut. *Kedua*, penelitian non-eksperimen, dimana peneliti tidak dapat memanipulasi variable-variabel yang terlibat dalam penelitian (Kerlinger, 2006: 508)

Penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian non-eksperimen. Penelitian non-eksperimen adalah telaah *empiric sistematis* dimana ilmuan tidak dapat mengontrol secara langsung variabel bebasnya karena manivestasinya telah muncul, atau sifat hakekat variabel itu memang menutup kemungkinan manipulasi. Inferensi tentang relasi antara variabel dibuat tanpa adanya intervensi langsung, berdasarkan variasi yang muncul seiring dalam variabel bebas dan variabel terikatnya (Kerlinger, 2006: 604)

Penelitian non-eksperimen, peneliti tidak dapat memenipulasi variabel atau memasukkan subyek-subyek maupun perlakuan secara acak, karena sifat tertentu dari adanya variabel yang digunakan tidak memungkinkan untuk dilakukannya manipulasi (Kerlinger, 2006: 508).

Jenis rancangan yang digunakan yaitu korelasional, dimana dua set skor dikumpulkan, satu set untuk satu variabel yang dicakup dalam penelitian dihubungkan dengan variabel lainnya. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel (Yuswianto, 2009:52)

B. Identivikasi Variabel

Secara umum, variabel adalah sesuatu yang bervariasi. Variabel adalah simbol atau lambang yang dilekatkan bilangan atau nilai (Kerlinger, 2006: 49). Cara yang bermanfaat untuk menggolongkan variabel adalah dengan membedakan variabel bebas dan variabel terikat. Penggabungan cara ini sangat bermanfaat karena tingkat kemauan dan penerapan, kesederhanaan, kegunaan yang besar dan istimewa dalam konseptualisasi serta perancangan dan penelitian dalam komunikasi hasil penelitian. Variabel penelitian ditentukan oleh landasan teoritisnya dan kejelasannya ditegaskan oleh hipotesis penelitian. Oleh karena itu, apabila landasan teoritis suatu penelitian berbeda, akan pula akan variabelnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 variabel, yaitu:

1. Variabel bebas adalah kondisi-kondisi atau karakteristik- karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungan dengan fenomena yang diobservasi. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Komunikasi Interpersonal
2. Variabel terikat adalah kondisis atau karakteristik yang berubah atau mencul ketika penelitian mengintroduksi, mengubah, atau mengganti variabel bebasnya. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Komitmen Organisasi

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan batasan atau arti suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut (Kalinger, 2006: 51). Definisi operasional dari variabel penelitian yang digunakan adalah:

1. Komunikasi Interpersonal adalah kemampuan seseorang dalam berinteraksi atau membina hubungan dengan orang lain melalui komunikasi. Indikator yang digunakan untuk mengetahui komunikasi interpersonal yaitu mampu memahami, mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas, mampu menerima dan memberi dukungan serta mampu memecahkan konflik yang muncul dalam proses komunkasi.
2. Komitmen organisasi adalah tingkat dimana seorang individu dapat mengidentivikasikan nilai- nilai yang ada dalam organisasinya, ikut terlibat di dalam organisasi serta ada keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi. Indikator yang digunakan untuk mengetahui komitmen organisasi yaitu Identifikasi yang mencakup kepercayaan pegawai terhadap organisasi, keterlibatan atau partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja, dan loyalitas pegawai terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi hingga mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun.

D. Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi adalah seluruh individu yang dimaksudkan untuk diteliti, yang nantinya akan dikenai suatu generalisasi, yaitu suatu cara pengambilan kesimpulan terhadap kelompok individu yang lebih luas jumlahnya berdasarkan data yang diperoleh dari sekelompok individu yang sedikit jumlahnya (Winarsunu, 2006: 11).

Penelitian ini populasinya adalah seluruh pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang sebanayak 43 orang pegawai tetap, dan 25 orang pegawai honorer. Penelitian ini dinamakan penelitian populasi karena subjek penelitiannnya kurang dari 100. Sehingga jumlah populasi yang digunakan ada 68 orang pegawai dari PT TASPEN (Persero) Cabang Malang.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannnya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah (Arikunto, 2006:150)

Innstrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu angket komunikasi interpersonal dan angket komitmen organisasi,yang digunakan dengan pengukuran skala yang disebut denagn skala likert. Menurut (Santoso, Singgih 2002: 269), skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Adapun petunjuk mengerjakannya yaitu sebagai berikut: sebagai berikut:

a) Sangat setuju, jika responden sangat mendukung pernyataan atau pertanyaan yang diajukan. Dan ini merupakan jawaban ekstrime positif.

b) Setuju, jika responden mendukung pernyataan atau pertanyaan yang diajukan.

c) Ragu-ragu, jika responden lebih memilih netral atau ditengah-tengah diantara semuanya.

d) Tidak setuju, jika responden tidak mendukung pernyataan atau pertanyaan yang diajukan

e) Sangat tidak setuju, jika responden sangat tidak mendukung pernyataan atau pertanyaan yang diajukan

Bentuk redaksi akan disesuaikan denagn konteks pertanyaan atau pernyataan angket, hanya derajat interval pilihan sebagaimana empat pilihan di atas. Pada lembar jawaban disediakan empat alternative jawaban yang terdisi dari: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju.(STS). Adapu kriteria penilaian bergerak dari ”4,3,2,dan 1” atau dalam bentuk sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria Penskalaan

No	Kriteria	Favorable	Unfavorable
1	**Sangat Setuju (SS)**	**4**	**1**
2	**Setuju (S)**	**3**	**2**
3	**Tidak Setuju (TS)**	**2**	**3**
4	**Sangat Tidak Setuju (STS)**	**1**	**4**

Peneliti meniadakan alternatife jawaban ragu-ragu atau netral di tengah dengan alasan sebagai berikut:

(1) Alternatife jawaban tengah mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban, bisa juga diartikan netral (tanpa pilihan)

(2) Tersedianya jawaban ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ditengah *(Central Tendency Affect)*, terutama bagi mereka yang ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju.

(3) Pengunaan empat alternatif jawaban dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju/ tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban ditengah maka akan mengurangi banyaknya informasi yang akan di dapat dari responden (Hadi, , 1993:81)

Dalam penelitian ini, Angket Komunikasi Interpersonal menggunakan Teori Johnson (dalam Supratiknya, 1996:10-11). Adapun indikator-indikator dalam angket tersebut yang dideskripsikan dalam *Blue Print* berikut ini:

Tabel 3.2
Blue print Angket Komunikasi Interpersonal

No	Indikator	Deskription	Item		Total Item	Prosentase
			F	UF		
1	Mampu Memahami	**1.** Menumbuhkan sikap percaya	**1,17**	**16,30**	**4**	**9,1%**
		2. Pembukaan diri	**2,18,26**	**15,35,41**	**6**	**14%**
		3.Keinsafan diri dan Penerimaan diri	**3,21,29,44**	**12,32,36,42**	**8**	**18%**
2	Mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas	**1.**Menunjukkan sikap hangat dan rasa senang	**7,22**	**10,27**	**4**	**9,1%**
		2.Memampuan mendengarkan	**8,25**	**9,24**	**4**	**9,1%**

3	Mampu menerima dan memberi dukungan atau saling menolong	Menunjukkan sikap memahami dan menerima serta bersedia menolong sambil memberikan bimbingan	**11,33, 37,38, 40**	**6,23,28,3 1,39**	**10**	**23%**
4	Mampu memecahkan konflik dalam proses komunikasi dengan orang lain	1.Mendekatkan diri dengan lawan komunikasi	**13,34**	**5,20**	**4**	**9,1%**
		2.Menjadikan komunikasi itu semakin tumbuh berkembang	**14,43**	**4,19**	**4**	**9,1%**
	Total		**22**	**22**	**44**	**100%**

Sedangkan untuk penggunaan Angket Komitmen Organisasi sebagai metode pegumpulan data mengggunakan teori Steers dalam Kuntjoro (2002:2). Adapun indikator-indikator dalam angket yang dideskripsikan dalam *Blue Print* berikut ini:

Tabel 3.3
Blue print Angket Komitmen Organisasi

No	**Indikator**	**Deskription**	**Item**		**Total Item**	**Prosentase**
			F	**UF**		
1	Identifikasi	Kepercayaan pegawai terhadap	**1,7,13, 23,25**	**4,10,15, 20,22**	**10**	**33,3%**

		organisasi				
2	Keterlibatan	Partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja	**2,9,14, 18,21**	**5,11,16, 19,29**	**10**	**33,3%**
3	Loyalitas	Kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi	**3,8,17, 27,28**	**6,12,24, 26,30**	**10**	**33,3%**
	Total		**15**	**15**	**30**	**100%**

Keterangan:

Pernyataan *favourable* (F) merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang positif mengenai obyek sikap. Pernyataan *unfavourable* (UF) merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang negatif yakni tidak mendukung atau kontra terhadap obyek sikap yang hendak diungkap (Azwar, 2000:107).

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian kuantitatif (non-eksperimen) data sangat dipentingkan agar data yang diperoleh menjadi valid. Dari sini peneliti dalam melakukan penelitian menggunakan alat pengumpulan data berupa:

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang tingkah laku menusia seperti yang terjadi dalam kenyataan. Dengan observasi dapat diperoleh dengan metode lain, dengan peneliti merupakan bagian dari kelompok yang diteliti.

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu observasi yaitu kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalaui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya (Bungin, 2005: 133).

2. Metode Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. (Sugiyono, 2008: 137).

Wawancara merupakan sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai (Bungin, 2005: 126)

3. Metode Angket

Menurut Arikunto (1996: 140) angket atau kuasioner yaitu sejumlah pertanyaan tertulis untuk memeperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang dirinya, atau hal-hal yang ia ketahui.

Adapun instrumen pengumpulan data dengan menggunakan metode angket ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

b. Penyusunan Lay Out

Lay Out (perencanaan) ini digunakan untuk memudahkan dalam penyusunan item-item sehingga sesuai dengan data yang akan dikumpulkan. Adapun langkahnya adalah penjabaran variabel menjadi item-item pertanyaan atau pernyataan.

c. Membuat kerangkan pertanyaan

Kerangka pertanyan dibuat dengan mempertimbangkan bentuk angket penelitian yaitu bentuk terstruktur atau tertutup serta mempertimbangkan jawaban yang dapat mencerminkan data yang dibutuhkan.

d. Munyusun urutan pertanyaan

Langkah ini dikaitkan dengan maksud agar antara satu item dengan item yang lainnya dapat berkesinambungan.

e. Membuat format

Format nagket disusun sedemikian rupa untuk memudahkan respnden dalam mengerjakannya dan tidak menimbulkan kesan sedang dites. Format penelitian mencakup:

1) Kata pengantar. Kata pengantar berisi tujuan tentang pemahaman dari isi angket agar responden mau mengisi angket dengan sejuju2-jujurnya
2) Identitas diri. Responden diharkan mengisi identitas diri di bagian yang telah dipersiapkan.

Dalam penelitian ini angket dibagikan ketika pada jam kerja berlangsung kepada 68 pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang. Dalam pembagian angket ini peneliti meminta pada pegawai untuk mengisi angket dengan sebenar-benarnya sesuai dengan pribadi, agar data yang peneliti dapatkan menjadi valid dan

peneliti menjaga kerahasiaan pengisian angket tersebut dengan cara mengizinkan pegawai menulis nama dengan inisial.

Angket ini berisi menengenai 2 variabel yang digunakan. Yaitu dari Variabel Terikatnya adalah Komunikasi Interpersonal, dan variabel bebasnya adalah Komitmen Organisasi.

a) Angket Komunikasi Interpersonal menggunakan Teori Johnson (dalam Supratiknya, 1996:10-11). Adapun indikator-indikator dalam angket tersebut yaitu:
   (1) Mampu memahami
   (2) Mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas,
   (3) Mampu menerima dan memberi dukungan
   (4) Memecahkan konflik yang muncul dalam proses komunkasi

b) Angket Komitmen Organisasi mengggunakan teori Steers dalam Kuntjoro (2002:2). Adapun indikator-indikator dalam angket tersebut yaitu:
   (1) Identifikasi dengan mewujudkan dalam bentuk kepercayaan pegawai terhadap organisasi.
   (2) Keterlibatan atau partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja.
   (3) Loyalitas yaitu kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi hingga mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun.

4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mencari data tentang hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya

Penggunaan metode dokumen dalam penelitian ini karena alasan sebagai berikut (Guba dan Lincoln, 1981) dalam bukunya Lexy J. Moleong (2004)

1) Merupakan sumber yang stabil, kaya, dan mendorong.
2) Berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian.
3) Berguna dan sesuai dengan penelitian kualitatif karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, lahir dan berada dalam konteks.
4) Tidak reaktif sehingga tidak sukar ditemukan dengan teknik kajian isi.
5) Dokumentasi harus dicari dan ditemukan.
6) Hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas tubuh pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.

Dokumentasi dalam penelitian ini berfungsi sebagai metode pelengkap yaitu bertujuan untuk melengkapi informasi atau data yang diperoleh dengan angket (Skala Psikologi).

G. Proses Penelitian

1. Tahap Persiapan Penelitian
   a. Menentukan lokasi penelitian dan melakukan survey untuk memperoleh izin penelitian di perusahaan yang akan diteliti
   b. Mengurus izin penelitian dari fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang serta instansi tempat penelitian
   c. Melakukan magang di Perusahaan untuk melakukan analisis permasalahan yang akan diangkat.
   d. Mempersiapkan instrumen atau alat ukur penelitian, yaitu angket komunikasi interpersonal dan angket komitme organisasi

e. Melakukan Try Out atau Try Out instrument untuk mengetahui validitas dan reliabilitas item skala kemampuan komunikasi interpersonal dan skala komitmen organisasi serta untuk mengetahui apakan daftar pernyataan yang ada sesuai dan dapat dipahami oleh responden. Instrumen tersebut dicobakan pada sampel darimana populasi diambil. Dalam try out menggunakan 30 responden (Sugiyono, 2008: 125)

2. Tahap Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang mulai bulan februari 2010 dan sampel penelitian yang digunakan sebanyak 68 pegawai di perusahaan tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket skala kepada pegawai.

H. Validitas Dan Reliabilitas

Syarat alat ukur yang baik adalah alat ukur yang memeliki akurasi dan keandalan yang dapat memberikan informasi seperti yang diharapkan dimana alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan memeiliki konsistensi tinggi dalam pengukurannya. Oleh karena itu, suatu alat ukur tersebut harus memenuhi persyaratan tertentu yaitu validitas dan reliabilitas.

1. **Uji Validitas Data**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur (Arikunto, 2002:144). Tinggi rendahmya validitas instrumen menunjukka sejauh mana data yang terkumpul tidak

menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 2006: 168-169). Untuk mengetahui validitas skala psikologis diatas, maka digunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson dengan analisis SPSS versi 16.00 *for windows*.

Secara statistik, uji validitas dilakukan dengan teknik product moment, adapun rumusnya menurut winarsunu (2002: 74)

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien Korelasi

X : Variabel Kemampuan Komunikasi Interpersonal

Y : Variabel Komitmen Organisasi

N : Jumlah Observasi Sample

Dalam menganalisis butir dilakukan dengan bantuan SPSS *(Statistic Program For Social Scientific)* 16.00 *for windows*. Validitas konstrak dari skala ditentukan dengan jalan mengkorelasikan antara masing-masing aitem dengan total skor masing-masing aitem. Jika r_{xy} atau r hitung > r tabel pada taraf signifikan 5% berarti aitem tersebut memenuhi kriteria validitas. Sebuah aitem dapat dikatakan valid, apabila koefisien (r_{xy}) tersebut harus lebih dari 0.03, maka data tersebut dapat dikatakan valid (Arikunto, 2006:271)

2. **Uji Reliabilitas Data**

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Instrument

yang reliabel sebenarnya mengandung arti bahwa instrument tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang bias dipercaya (Arikunto, 2006:178). Uji reliabilitas ini dengan menggunakan rumus *alpha Chronbach.*karena data yang diperoleh berupa data interval dengan analisis SPSS versi 16.00 *for windows.*

Adapunnya menurut Azwar (2006: 196) dalah:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{(k-1)}\right]\left[1-\frac{\sum\sigma_b^2}{\sigma_1^2}\right]$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum\sigma_h^2$ = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians Total

Sebuah skala dapat dikatakan reliabel, apabila koefisien (r_{xy}) tersebut lebih dari ≥ 0.60, maka data tersebut dikatakan reliabel (Sugiyono: 2005:283)

3. **Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Try Out**

Untuk mengetahui valid tidaknya aitem yang telah disusun pada angket Komunikasi Interpersonal dan pada angket Komitmen Organisasi, maka peneliti melakukan Try Out terlebih dahulu pada skala tersebut. Try Out dilakukan untuk mengetahui validitas, daya beda, dan reliabilitas aitem. Apakah aitem-aitem dalam skala sudah mewakili seluruh indikator yang telah ditentukan, susunan sudah baik, atau belum dan mudah dipahami atau tidak. Aitem yang tidak memperlihatkan kualitas yang baik harus disingkirkan atau direvisi terlebih dahulu sebelum dimasukkan menjadi bagian dari skala.

Subjek Try Out adalah pegawai dari PT TASPEN (Persero) Cabang Kediri, yang mempunyai karakteristik hampir sama dengan pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, yang dilihat dari bawah pimpinan PT TASPEN (Persero). Skala telah disebarkan pada pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Kediri berjumlah 30 pegawai.

Analisis hasil Try Out menggunakan bantuan program SPSS versi *16.00 for windows.* Standar pengukuran yang digunakan untuk penentuan analisis dan seleksi aitem berdasarkan pada pendapat Azwar (2007:103) bahwa aitem dikatakan valid apabila memiliki harga r_{ix} atau $r_{i(x-i)}$ lebih dari 0,03. Namun, apabila jumlah aitem yang valid ternyata belum mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat menurunkan sedikit kriteria dari 0,03 menjadi 0,25 atau menurun lagi menjadi 0,02. Adapun standart yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah 0,03.

Hasil Try Out pada angket Komunikasi Interpersonal di dapat hasil bahwa dari 44 aitem yang diTry Outkan ada 32 aitem yang valid dan 12 aitem yang gugur, dengan nilai koefisien terendah adalah 0,321 dan nilai koefisien tertinggi adalah 0,771

Adapun hasil setelah Try Out dengan sistem valid dan gugur pada blue print angket Komunikasi Interpersonal, dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Try Out Angket Komunikasi Interpersonal

No	**Indikator**	**Deskriptor**	**Aitem Valid**		**Aitem Gugur**		**Jumlah**
			F	**UF**	**F**	**UF**	
1	Mampu Memahami	Menumbuhkan sikap percaya	**1**	**30**	**16**	**17**	**4**
		Pembukaan diri	**2,18**	**15,35,**	**26**		**6**

				41			
		Keinsafan diri dan Penerimaan diri	**21,29, 44**	**12,32, 36**	**3**	**42**	**8**
2	Mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas	Menunjukkan sikap hangat dan rasa senang		**10,27**	**7, 22**		**4**
		Memampuan mendengarkan	**8,25**	**9**		**24**	**4**
3	Mampu menerima dan memberi dukungan atau saling menolong	Menunjukkan sikap memahami dan menerima serta bersedia menolong sambil memberikan bimbingan	**11,33, 37,40**	**6,23,28, 31,39**	**38**		**10**
4	Mampu memecahkan konflik dalam proses komunikasi dengan orang lain	Mendekatkan diri dengan lawan komunikasi	**34**	**5,20**	**13**		**4**
		Menjadikan komunikasi itu semakin tumbuh berkembang	**14**	**19**	**43**	**4**	**4**
	Jumlah		**14**	**18**	**8**	**4**	**44**

Dari hasil Try Out angket Komunikasi Interpersonal, di dapat aitem yang valid sebanyak 32 aitem. Dari 32 aitem yang valid memiliki daya beda ≥ 0,03 dapat digunakan dalam penelitian yang sesuai dengan indikator yang mewakili dan merevisi aitem yang gugur atau yang tidak mewakili. Oleh peneliti aitem no 7 dan 22 yang gugur dilakukan revisi agar tetap ada indikator dari aitem yang mewakili. Sedang aitem yang gugur lainya oleh peneliti dihapus sebagai aitem yang mewakili dari indikator untuk penelitian.

Hasil analisis aitem pada variabel skala *Komunikasi Interpersonal* diperoleh reliabilitas sebesar 0,937. Berikut tabel hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS 16,00 for windows sebagai berikut:

Tabel 3.5
Reliability Statistics *Komunikasi Interpersonal*

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.937	.939	32

Dari data diatas menunjukkan bahwa skala *Komunikasi Interpersonal* mempunyai reliabilitas yang tinggi. Ditunjukkan dengan nilai alpha diantara 0 sampai 1, dimana telah diketahui Cronbach Alpha sebesar 0,937, yang mana angka tersebut menunjukkan nilai yang mendekati 1.

Adapun Blue print angket Komunikasi Interpersonal dengan aitem valid dan hasil revisi dengan penomoran baru, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6
Blue print Angket Komunikasi Interpersonal Dengan penomoran Baru

No	Indikator	Deskription	Item		Total Item	Prosentase
			F	UF		
1	Mampu Memahami	Menumbuhkan sikap percaya	**1**	**23**	**2**	**5,8%**
		Pembukaan diri	**2,13**	**12,28,33**	**5**	**14,7 %**
		Keinsafan diri dan Penerimaan diri	**16,22, 34**	**10,25,29**	**6**	**17,6 %**
2	Mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas	Menunjukkan sikap hangat dan rasa senang	**5,17**	**8,20**	**4**	**11,7 %**
		Memampuan mendengarkan	**6,20**	**7**	**3**	**8,9%**
3	Mampu menerima dan memberi dukungan atau saling menolong	Menunjukkan sikap memahami dan menerima serta bersedia menolong sambil memberikan bimbingan	**9,26,30, 32**	**4,18,21,24,31**	**9**	**26,4 %**
4	Mampu memecahkan konflik dalam proses komunikasi dengan orang lain	Mendekatkan diri dengan lawan komunikasi	**27**	**3,15**	**3**	**8,9%**
		Menjadikan komunikasi itu semakin tumbuh berkembang	**11**	**14**	**2**	**5,8%**
	JUMLAH		**16**	**18**	**34**	**100%**

Adapun hasil setelah Try Out dengan sistem valid dan gugur pada blue print angket Komitmen Organisasi, dapat dilihat pada tabel 3.7 sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Try Out Blue print Angket Komitmen Organisasi

No	Indikator	Deskription	Aitem Valid		Aitem Gugur		Jumlah
			F	UF	F	UF	
1	Identifikasi	Kepercayaan pegawai terhadap organisasi,	**1,7,13, 25**	**4,15, 20**	**23**	**10,22**	**10**
2	Keterlibatan	Partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja	**2,9,14, 18,21**	**11,16 ,19,2 9**		**5**	**10**
3	Loyalitas	Kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi	**3,8,17, 27,28**	**12,24 ,26,3 0**		**6**	**10**
	Jumlah		**14**	**11**	**1**	**4**	**30**

Dari hasil Try Out angket Komitmen Organisasi, di dapat aitem yang valid sebanyak 25 aitem. Dari 25 aitem yang valid memiliki daya beda ≥ 0,03 dapat digunakan dalam penelitian yang sesuai dengan indikator yang mewakili dan merevisi aitem yang gugur atau yang tidak mewakili.

Sedangkan untuk reliabilitas *Komitmen Organisasi* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8
Reliability Statistics *Komitmen Organisasi*

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.936	25

Dari data diatas menunjukkan bahwa skala *Komitmen Organisasi* mempunyai reliabilitas yang tinggi. Karena nilai koefisien yang ditunjukkan mendekati 1,00

Adapun Blue print angket Komitmen Organisasi dengan aitem valid dan hasil revisi dengan penomoran baru, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.9
Blue print Angket Komitmen Organisasi Dengan Penomoran Baru

No	**Indikator**	**Deskription**	**Item**		**Total Item**	**Prosentase**
			F	**UF**		
1	Identifikasi	Kepercayaan pegawai terhadap organisasi,	**1,5,10, 20**	**4,12,17**	**8**	**32%**
2	Keterlibatan	Partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja	**2,7,11, 15,18**	**8,13,16, 24**	**9**	**34%**
3	Loyalitas	Kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi	**3,6,14, 22,23**	**9,19,21, 25**	**9**	**34%**
	Jumlah		**14**	**11**	**25**	**100%**

I. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dengn menggunakan Analisis Regresi umum yaitu suatu metode untuk meramalkan pengaruh dan besarnya pengaruh tersebut terhadap suatu variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunkan prinsip-prinsip regresi serta korelasi. Dengan analisis regresi juga memungkinkan mengetahui sumbangan relatif dan efektif variabel bebas (Hadi, 1994: 41).

Untuk mengetahui kategorisasi tingkatan pada variabel *Komitmen Organisasi* pada subyek penelitian, dilakukan pengklasifikasian skor subyek berdasarkan norma yang ditentukan. Penghitungan norma dilakukan untuk melihat tingkat *Komitmen Organisasi* pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, sehingga dapat diketahui tingkatannya apakah tinggi, sedang, atau rendah. Dalam melakukan pengkategorian ini, peneliti menggunakan skor hipotetik. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan skor hipotetik dalam penelitian ini adalah:

a. Menghitung mean hipotetik (μ), dengan rumus:

$$\mu = \frac{1}{2}(i_{max} + i_{min}) \sum k$$

μ : rerata hipotetik
i_{max} : skor maksimal item
i_{min} : skor minimal item
$\sum k$: jumlah item

b. Menghitung deviasi standart hipotetik (σ), dengan rumus:

$$\sigma = \frac{1}{6}(X_{max} - X_{min})$$

σ : deviasi standart hipotetik
X_{max} : skor maksimal subyek
X_{min} : skor minimal subyek

c. Kategorisasi:

Tabel 3.10
Pengkategorian Dengan Mean Hipotetik

Rendah :	$X \leq (\mu - 1\sigma)$
Sedang :	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$
Tinggi :	$X \geq (\mu + 1\sigma)$

d. Analisis Prosentase

Peneliti menggunakan analisis prosentase setelah menentukan norma kategorisasi dan mengetahui jumlah individu yang ada dalam suatu kelompok. Rumus dari analisis prosentase adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\ \%$$

Keterangan:
P = prosentase
f = Frekuensi
N = Jumlah Subjek

Sedangkan untuk mengetahui kategorisasi pada variabel *Komunikasi Interpersonal* pada subyek penelitian, dilakukan pengklasifikasian skor subyek pada *Komunikasi interpersonalnya*. Perhitungan dilakukan untuk melihat *Komunikasi Interpersonal* pada pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, sehingga dapat diketahui apakah pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang mempunyai *Komunikasi Interpersonal* yang *tinggi, sedang atau rendah.*

Dalam melakukan pengkategorian ini, peneliti menggunakan skor kasar. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan skor kasar dalam penelitian ini adalah:

a. Menghitung mean angka kasar dengan rumus:

$$M = \frac{\sum x}{N}$$

M : mean
$\sum$x : jumlah nilai
N : jumlah individu

b. Menghitung standar deviasi angka kasar dengan rumus:

$$SD=\sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

Keterangan:
SD = standar deviasi
$\sum fX$ = jumlah nilai-nilai atau angka-angka yang sudah dikalikan dengan frekuensi masing-masing
N = jumlah individu

c. Kategorisasi

Tabel 3.11

Pengkategorian Dengan Skor Kasar

Rendah :	$X \leq (M - 1\ SD)$
Sedang :	$(M - 1\ SD) \leq X \leq (M + 1\ SD)$
Tinggi :	$X \geq (M + 1\ SD)$

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh *Komunikasi Interpersonal* terhadap *Komitmen Organisasi* pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, peneliti menggunakan analisis regresi (anareg) linier sederhana. Istilah regresi linier sederhana (*simple linier regression*) digunakan untuk menunjuk analisis regresi yang melibatkan sebuah variabel X dan sebuah variabel Y (Furqon, 2004).

Adapun rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:
Y = nilai dari variabel terikat (*dependent*)
X = nilai dari variabel bebas (*independent*)
a = nilai konstanta
b = koefisien regresi

Untuk menghitung signifikan persamaan regresi adalah dengan membandingkan harga F empirik dengan F teoritik yang terdapat pada tabel nilai-nilai F. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y, maka hasil perhitungannya dibandingkan dengan taraf signifikan 5%. Jika F hitung

> F tabel, Ha diterima yaitu terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika F hitung < F tabel, Ho diterima yaitu tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Adapun rumus untuk mencari F empirik / F hitung menggunakan rumus:

$$F_{reg} = \frac{Rk_{reg}}{Rk_{res}}$$

Keterangan:
F_{reg} = harga F garis regresi
Rk_{reg} = rerata kuadrat garis regresi
Rk_{res} = rerata kuadrat residu

Untuk melakukan beberapa perhitungan dengan rumus-rumus di atas, peneliti menggunakan bantuan komputer program *SPSS 16.0 for Windows*.

J. Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap model regresi perlu dilakukan pengujian asumsi terhadap model regresi agar dapat dianalisis dan memeberikan hasil yang representatif atau memperoleh model analisis yang tidak bias atau efisien, maka model tersebut harus memenuhi asumsi dasar klasik yaitu memenuhi asumsi kenormalan residual dan tidak terjadi gejala autokorelasi, dan heteroskedostisitas. Uji asumsi klasik yang digunakan menurut Sulaiman (2004: 15) adalah sebagai berikut:

1. Uji Heteroskedostisitas

   Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model

regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorof-Smirnof > 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi

3. Uji Nonautokorelasi

Autokorelasi adalah suatu keadaan dimana terdapat suatu korelasi (hubungan) antara residual tiap seri. Pemeriksaan tiap autokorelasi menggunakan metod Durbin-Watson, , dengan ketentuan sebagai berikut: Sulaiman (dalam Makridakis dkk, 1983)

a. 1,65 < DW < 2,35, tidak terdapat autokorelasi
b. 1,21< DW < 1,65 atau 2,35 < DW <2,79 , tidak dapat disimpulkan
c. DW < 1,21 atau DW > 2,79, terjadi autokorelasi.

4. Uji Linieritas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasikan apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasikan secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas dapat menggunakan uji Durbin-Watson.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

Pegawai negeri merupakan salah satu jenis pekerjaan yang telah membanjiri Indonesia ini, jenis pekerjaan ini sangat difungsikan sebagai unsur aparatur Negara dan abdi masyarakat yang merupakan salah satu unsur penting dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintah, yang khususnya mengenai tugas-tugas yang berkaitan tentang pembangunan nasional. Kemajuan pegawai negeri sipil ini sangat didukung dan tergantung dari adanya kesuksesan pembangunan nasional yang ditentukan oleh faktor kesejahteraan pegawai negeri sipil tersebut, yang saat ini masih kurang untuk dapat mensejahterakan pegawai negeri sipil. Hal ini khususnya terjadi pada pegawai negeri yang memiliki golongan atau pangkat yang masih rendah.

Berawal pada tahun 1960-an pemerintah telah memikirkan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai negeri sipil pada masa hari tua mereka dan keluarganya yang dirintis melalui Konferensi Kesejahteraan Pegawai Negeri Sipil dan dihadiri oleh semua Kepala Urusan Pegawai dari seluruh Departemen yang berada pada NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia) ini yang berlangsung di Jakarta pada tanggal 25-26 Juli pada tahun 1960 tersebut. Keputusan konferensi tersebut secara resmi dituangkan dalam keputusan Menteri pertama RI Nomor:328/MP 1960, tanggal 25 Agustus 1960, yang antara lain menetapkan tentang perlu adanya jaminan sosial pegawai negeri sebagai bekal bagi pegawai negeri atau keluarganya yang akan mengakhiri pengabdian

kepada Negara. Keputusan Menteri Pertama tersebut kemudian ditingkatkan menjadi Peraturan Pemerintak Nomor 9 tahun 1963 yang mengatur tentang Pembelanjaan Kesejahteraan Pegawai Negeri. Selanjutnya seiring dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 10 1963 telah ditetapkan suatu bentuk jaminan hari tua bagi pegawai negeri yang iuran wajib dan haknya ditetapkan berlaku sejak tanggal 1 Juli 1961.

Lembaga Usaha Kesejahteraan Pegawai Negeri melalui system asuransi tersebut berlaku mulai tanggal 1 Juli 1961, dan sebagai Badan Penyelenggara program Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil tersebut telah ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 15 tahun 1963 yang memiliki nama Perusahaan Negara Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil (PN Taspen). Berdasarkan pemberlakuan Undang-Undang Nomor 9 tahun 1969 tentang bentuk-bentu badan hukum menjadi Perusahaan Negara, maka pada tahun 1970 dilakukan perubahan bentuk badan hukum yang menjadi Perusahaan Umum (PERUM). Perubahan ini dilakukan melalui Keputusan Menteri Keuangan RI No. Kep. 749/MK/IV/II/1970.

Seiring dengan berkembnagnya perekonomian negara dan beban tugas yang dilakukan oleh perusahaan, maka pada tanggal 4 Januari 1982 dilakukan perubahan bentuk badan hukum dan nama perusahaan menjadi Persero yang berubah menjadi PT. Taspen (PERSERO). Perubahan tersebut dilakukan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 25 tahun 1981 tentang Asuransi Sosial Pegawai Negeri Sipil dan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 1981 tentang pengalihan bentuk Perusahaan Umum Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri menjadi Persero-an (PERSERO).

1. Gambaran PT. TASPEN (Persero) Cabang Malang

PT. Taspen (PERSERO) Cabang Malang dibentuk dalam rangka pelaksanaan tugas dari pemerintah untuk pembayaran pensiun bagi pegawai negeri sipil pusat dan daerah otonom sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan RI No : 812/KMK.03/1988 tanggal 23 Agustus 1988 dan Keputusan menteri Keuangan dalam Negeri No: 842.1-755 tangaal 27 September 1988 tentang Penugasan PT. Taspen (PERSERO) untuk melaksanakan pembayaran pensiun bagi pegawai Negeri Sipil Pusat dan Daerah Otonom di Pulau Jawa dan Madura.

Dalam upaya perlepasan pembayaran pensiun ke seluruh Indonesia, maka pada tfahun 1990 PT. Taspen (PERSERO) akan memperluas pembayaran pensiun yang hampir ke seluruh wilayah Indonesia yang diantaranya: Jawa, Madura, Bali, NTB, NTT, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi dan Irian Jaya. Pelaksanaan pensiun tersebut berdasarkan pada surat Keputusan Menteri Keuangan RI No: 79/KMK.03/1990. Pelaksanaan pembayaran pensiun tersebut masih bersumber pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.

Pada tanggal 24 November 1989 berdasarkan surat Keputusan Menteri Muda Keuangan RI No: S-181/MMK/1989 telah ditetapkan sebelas kantor cabang PT. Taspen (PERSERO) di wilayah Jawa dan Madura, yaitu: Bogor, Serang, Cirebon, Tasikmalaya, Pekalongan, Purwokerto, Surakarta, Jember, Kediri dan Kantor Cabang Malang, yang diumumkan dengan surat edaran Direksi PT. Taspen (PERSERO) No: 30/DIR/SE/1989 Tanggal 2

November 1989 dan pada saat awal mulai operasinya pada tanggal 1 Januari 1960.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada peserta, pada tanggal 30 Januari 1993 telah diresmikan penggunaan Gedung Kantor PT. Taspen (PERSERO) Cabang Malang. Kantor PT. Taspen (PERSERO) ini berlokasi di tempat yang sangat strategis yaitu di Jl. Raden Intan, Arjosari, Malang, Jawa Timur.

2. Visi dan Misi PT. TASPEN (Persero)

Visi PT. Taspen (Persero) adalah sebagai berikut:

a. Mampu menyediakan berbagai produk jasa asuransi yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama pada pegawai negeri dengan tingkat layanan dan harga yang kompetitif.
b. Mampu mencapai kinerja kerja keuangan, kinerja operasionla yang sejajar dengan perusahaan-perusahaan sejenis dunia, melalui pengolahan yang semakin profesional dan pemanfaatan teknologi mutakhir.
c. Mampu menumbuh kembangkan kreatifitas, produktivitas dan kesejahteraan sumberdaya manusia perusahaan.
d. Mampu mengambil peran dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan kepentingan sosial secara selaras dan seimbang.

Adapun yang menjadi misi PT. Taspen (Persero) adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan kesejahteraan peserta (Pegawai Negeri Sipil dan Pegawai BUMN).
b. Meningkatkan pelayanan kepada peserta
c. Menumbuh kembangkan kepercayaan kepada peserta bahwa perusahaan berkemampuan dalam memenuhi kewajibannya.
d. Menjadi perusahaan sebagai salah satu instrumen pengendalian keuangan Negara.

3. Tujuan dan Sasaran PT. TASPEN (Persero)

Tujuan PT. Taspen (Persero) adalah sebagai berikut:

a. Untuk memberikan kesejahteraan kepada peserta melalui pembayaran nilai manfaat *(benefit*)
b. Meningkatkan pelayanan kepada peserta
c. Untuk berperan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial dan kepentingan ligkungan secara selaras.

Sasaran PT. Taspen (Persero) adalah sebagai berikut:

a. Pembayaran Surat Permintaan Pembayaran (SPP) Klim Tepat orang
b. Penyelesaian SPP Klim langsung dengan waktu 30 menit dan SPP Klim tidak tidak langsung dengan waktu 60 menit sepanjang persyaratan lengkap
c. Peningkatan kualitas dan profesionalisme sumber daya manusia
d. Pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi.

4. Value (Nilai) PT. TASPEN (Persero)

Value yang dimiliki oleh PT TASPEN (Persero) Cabang Malang yaitu:

TUMBUH

a. Menumbuhkembangkan perusahaan sesuai dengan visi dan misi Taspen
b. Mengembangkan diri dan mampu mengikuti tuntutan perubahan yang terjadi, baik karena tuntutan lingkungan internal maupun eksternal
c. Berpikir positif dan konstruktif serta bertindak produktif tanpa keinginan untuk berbuat yang kontraproduktif
d. Senantiasa meningkatkan kesejahteraan dan pelayanan kepada peserta

ETIKA

a. Menjunjung standar etika yang tinggi dalam berinteraksi antara sesama rekan kerja maupun dalam memberikan pelayanan kepada peserta
b. Ramah dan rendah hati
c. Menjaga rahasia dan citra perusahaan
d. Menghargai dan menghormati sesama rekan kerja maupun peserta

PROFESIONAL

a. Mengatakan yang salah itu salah dan yang benar itu benar
b. Mengerjakan dan mengelola pekerjaanya serta melayani peserta Taspen dengan 5 tepat

c. Menyelesaikan setiap masalah dengan memberikan solusi yang tepat berdasarkan kompetensinya
d. Mampu melaksanakan komunikasi lisan maupun tertulis dengan secara baik dan benar.

AKUNTABILITAS

a. Setiap pekerjaannya dapat ditelusuri prosesnya berdasarkan sistem dan prosedur kerja
b. Dapat dipercaya
c. Bertanggung jawab dan tidak melemparkan kesalahannya kepada orang lain
d. Tuntas dalam melaksanakan semua pekerjaan dan tugasnya secara baik dan benar

INTEGRITA

a. Jujur
b. Konsisten dalam apa yang diucapkan dan apa yang dijalankan
c. Disiplin dan dan taat dengan semua ketentuan dan peraturan Taspen
d. Dedikasi kepada tugas dan kewajiban serta loyal kepada Taspen sebagai perusahaan pengelola Dana Pensiun dan THT

5. Wilayah Kerja

Wilayah kerja PT. Taspen (Persero) Cabang Malang merupakan salah satu daerah provinsi Jawa Timur dengan luas daerah 8.713,92 KM^2 atau 118,18% dari luas wolayah provinsi Jawa Timur yang meliputi empat daerah Pemerintahan Kota Kabupaten, 117 Kecamatan, dan 1.479 Desa (Kelurahan).

6. Struktur Organisasi, Tugas dan Wewenang

6.1. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi merupakan suatu kerangka yang menunjukkan hubungan kerja antara bagian yang satu dengan yang lainnya, sehingga jelas kedudukannhya, wewenang dan tanggung jawabnya. Struktur organisasi PT. Taspen (Persero) Cabang Malang terdiri dari: Kepala Cabang, Kepala Bidang, Kepala Seksi dan Staf Kepala Cabang. Struktur organissai PT. Taspen (Persero)

Cabang Malang dibentuk resmi yaitu sistem organisasi garis dan staf, dimana setiap bidang atau kepala bidang dalam suatu organisasi menguasai bawahannya.

6.2. Tugas dan Wewenang

Adapun tugas dan tanggunga jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

a. Kepala Cabang

1. Bertindak dan untuk atas nama direksi dalam melaksanakan operasional kantor cabang dan mengikat dengan pihak lain atas persetujuan direksi
2. Menjabarkan kebijakan perusahaan dan pengarahan, pembinaan dan peningkatan mutu pada jajaran kantor cabang
3. melaksanakan sistem mutu pelayanan demi kepuasan peserta dengan melaksanakan tinjauan manajemen, audit mutu internal, tindakan kooreksi, dan pencegahan, control dakumen dan data. Teknik statistik, pengendalian catatan mutu, serta merangkap manage/ mengelola *representative.*

b. Kepala Bidang Pelayanan

1. Merencanakan dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan pelayanan pemasaran, pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data peserta.
2. Menyetujui keabsahan manfaat Klim dan besarnya tagihan premi kepada peserta
3. Melaksanakan pelayanan sesuai produk yang ditetapkan dan bertanggung jawab atas peningkatan kualitas pelayanan kepada peserta
4. Menindak lanjuti terhadap keluhan pelayana yang diterima dengan tindakan koreksi dan pencegahan guna memperbaiki mutu pelayanan
5. Bertanggung jawab atas pembinaan dan peningkatan mutu pegawai di unit kerjanya.

c. Kepala Seksi Pendapatan Klim

1. Mengesahkan kebenaran pengajuan Klim dan menetapkan besarnya manfaat klim program Taspen
2. Melaksanakan pelayanan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dan bertanggung jawab atas peningkatan kualitas pelayanan kepada peserta
3. Menindak lanjuti terhadap adanya keluhan yang diterima denga tindakan koreksi dan pencegahan guna memperbaiki mutu pelayanan
4. Bertanggung jawab atas pembinaan dan peningkatan mutu pegawai di unit kerjanya.

d. Kepala Seksi Data Peserta dan Pemasaran

1. Bertanggung jawab atas pengadministrasian, kelancaran, dan keakuratan data peserta
2. menetapkan besarnya tagihan premi dan mengendalikan data peserta Tapen
3. Melakukan kegiatan pemasaran produk Taspen dan kegiatan pertanggung jawaban dari calon peserta Taspen
4. Bertanggung Jawab atas terselenggaranya pada unit kerja
5. Bertanggung Jawab atas pelaksanaan pembinaan dan peningkatan mutu karyawan yang dibawahinya.

e. Kepala Bidang Keuangan

1. Membantu Kepala Cabang dalam menyelenggarakan administrasi keuangan dan alur masuknya kas
2. Mempersiapkan penyediaan dana pembayaran pengajuan Klim dan biaya lainya
3. Menyelenggarakan kegiatan perbendaharaan dan kegiatan akuntansi kantor cabang
4. Melaksanakan pelayanan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dn bertanggung jawab atas peningkatan kualitas pelayanan kepada peserta
5. Menindaklanjuti terhadap keluhan pelayanan yang diterima dengan tindakan koreksi dan pencegahan guna memperbaiki mutu layanan
6. bertanggung jawab atas pembinaan dan peningkatan mutu pegawai unit kerjanya.

f. Kepala Seksi Keuangan

1. Menyiapkan dan mengendalikan penerimaan dan pengeluaran *(cash flow)* untuk pembayaran Klim dan penerimaan premi dari peserta
2. Menyiapkan uang dan surat berharga
3. Melaksanakan pelaksanan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dan bertanggung jawab atas peningkatan kualitas pelayanan peserta
4. Menindaklanjuti terhadap keluhan pelayanan yang diterima dengan tindakan koreksi dan guna memperbaiki mutu pelayanan
5. Bertanggung Jawab atas pembinaan dan peningkatan mutu pegawai unit kerjanya

g. Kepala Seksi Administrasi Keuangan

1. Melakukan pengendalian anggaran kantor cabang, administrasi aktiva, dan penyusunan laporan Keuangan dan Manajemen Kantor Cabang
2. Melakukan rekonsiliasi bank dan pengecekan terhadap catatan pembukuan kas cabang

3. Bertanggung jawab atas terselenggaranya kegiatan pada unit kerja
4. Bertanggung jawab atas pelaksanaan pembinaan dan peningkatan mutu karyawan yang dibawahinya
5. Pemegang Log Book ketidaksesuaian terhadap Pelaksanaan Sistem dan Prosedur.

h. Kepala Bidang Personalia dan Umum

1. Merencanakan dan mengkoordinasikan kegiata pengadaan barang dan jasa, kesekretariatan, kehumasan dan keamanan, kearsipan, dan dokumentasi, pendidikan dan latihan karyawan, serta non kedinasan lainya.
2. Melaksanakan kulifikasi rekanan mampu
3. Menyetujui daftar gaji dan kompensasi lainya dan penyelesaian wajib pajak
4. Melaksanakan pelayanan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dan bertanggung jawab atas peningkatan kualitas pelayanan kepada peserta
5. Menindaklanjuti terhadap keluhan pelayanan yang diterima dengan tindakan koreksi dan pencegahan, guna memperbaiki mutu pelayanan.
6. Bertanggung jawab atas pembinaan dan peningkatan mutu pegawai di unit kerjanya.

i. Kepala Seksi Personalia

1. Menyelenggarakan administrasi personalia, fasilitas karyawan, menyusun daftar gaji dan kompensasi lainya
2. menyimpan dan memelihara keakuratan serta kerahasiaan data/ dosir karyawan
3. Menyelenggarakan pendiidikan dan latihan, pembinaan mental, olahraga, dan kegiatan non kedinasan
4. Bertanggung jawab atas pelaksanaan pembinaan dan peningkatan mutu karyawan yang dibawahinya.

j. Kepala Seksi Umum

1. Menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti kegiatan kesekretariatan, kehumasan, kearsipan, pemeliharaan, perawatan, dan perbaikan atas asset perusahaan termasuk pengamanan perusahaan
2. Mengendalikan pengadaan, penyimpanan, inventaris, distribusi, peralatan kantor, dan computer di kantor cabang, serta bertanggung jawab terhadap pegawai yang dibawahinya
3. Pemegang Log Book keluhan pelanggan terhadap System dan Prosedur.

k. Kepala Bidang Sistem Informasi

1. Melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan sistem Informasi, agar kegiatan operasional kantor cabang dapat berjalan dengan lancar
2. Membantu user/ pengguna dari unit kerja lain yang memerlukan informasi tambahan
3. Bertanggung jawab untuk memelihara dan menjaga kerahasiaan informasi yang ada di data base kantor cabang, serta bertanggung jawab terhadap pegawai yang dibawahinya.

B. Karakteristik Responden

Jumlah pegawai yang terdapat di PT. TASPEN (Persero) Cabnag Malang adalah 68 orang pegawai. Yang terdiri dari 43 pegawai tetap, dan 25 pegawai honorer. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan gambaran tentang karakteristik responden adalah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Krakteristik Responden

Nama Variabel	Uraian	N	%
Status	Kepala Bidang	3	4,41
	Kepala Seksi	6	8,8
	Staf	34	50
	Honorer	25	36,7
	Total	68	100
Usia	31-40	19	27,9
	41-50	48	70,5
	>50	1	1,4
	Total	68	100
Pendidikan	SLTA	40	58,8
	D3	1	1,4
	S1	25	36,7
	S2	2	2,9
	Total	68	100
Jenis Kelamin	Perempuan	24	35,3
	Laki-laki	44	64,7
	Total	68	100
Bidang	Pelayanan	22	32,35
	Personalia dan Umum	4	5,89
	Keuangan	9	13,2
	Sistem Informasi	2	3
	Honorer	31	45,5
	Total	68	100

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa karyawan yang berstatus staf memiliki prosentase yang paling besar yaitu 50% hal ini dikarenakan staf dibutuhkan untuk mengoperasikan fungsi tugas yang terdapat pada PT TASPEN (Persero) Cabang Malang tersebut.

Untuk karakteristik usia dapat diketahui bahwa karyawan yang berusia antara 41-50 tahun memiliki prosentase yang paling besar, yaitu 70,5% hal ini dikarenakan pada usia tersebut merupakan usia yang memiliki kematangan dalam berfikir sehingga seseorang akan mampu untuk berfikir produktif dalam menghasilkan suatu pekerjaan.

Mengenai latar belakang pendidikan, karyawan dengan tingkat pendidikan S1 diharapkan, memiliki kedewasaan dalam menghadapi masalah penugasan dalam perusahaan. Dan selain itu pula pada tingkat pendidikan S1 ini dapat membimbing, mangarahkan, melayani masyarakat denagn baik sesuai dengan prosedur yang diharapkan oleh PT TASPEN (Persero) Cabang Malang. Karena PT TASPEN (Persero) Cabang Malang tersebut sebagian besar fungsi tugasnya adalah dapat melayani masyarakat.

Responden dengan karakter menurut jenis kelaminnya, yang memiliki jenis kelamin laki-laki ada 64,7%, dan kebanyakan responden laki-laki ini ditempatkan pada bagian yang tidak bertemu langsung dengan publik (back office). Sedang responden wanita memiliki prosentase 35,3% yang ditempatkan pada bagian yang dihadapkan langsung dengan publik dan pada bagian-bagian yang fungsi tugasnya memiliki tingkat ketelitian yang tinggi.

Keterangan untuk tabel yang terakhir, karakteristik responden berdasarkan unit kerja yang memiliki prosentase paling besar yaitu pada bagian

pelayanan, sebanyak 22%, sedang untuk pegawai honorer jenis pekerjaannya tidak menetap.

C. Pelaksanaan Penelitian

1. Tahap Persiapan Penelitian

   a) Menentukan lokasi penelitian dan melakukan survey untuk memperoleh izin penelitian di perusahaan yang akan diteliti yang dilakukan pada bulan November 2009

   b) Mengurus izin penelitian dari fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang serta instansi tempat penelitian dilakukan pada bulan Desember 2009, izin ini tidak dapat langsung dilakukaan karena perusahaan meminta agar peneliti melakukan proses magang untuk mempelajari lebih dalam masalah yang ada dalam perusahaan.

   c) Melakukan magang di Perusahaan untuk melakukan analisis permasalahan yang akan diangkat, selama sebulan pada bulan Februari 2010

   d) Mempersiapkan instrumen atau alat ukur penelitian, yaitu angket *komunikasi interpersonal* dan angket *komitmen organisasi*

   e) Melakukan Try Out atau Uji coba instrument untuk mengetahui validitas dan reliabilitas item skala kemampuan komunikasi interpersonal dan skala komitmen organisasi serta untuk mengetahui apakan daftar pernyataan yang ada sesuai dan dapat dipahami oleh responden. Dalam try out menggunakan 30 responden. Try Out ini

dilakukan di PT TASPEN (Persero) Cabang Kediri pada bulan September 2010. Keterlambatan peneliti dalam melakukan penelitian salah satunya dikarenakan mencari sampel try out yang sesuai dengan sampel penelitian. Dan ini memang cukup lama dilakukan peneliti karena segala keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti.

2. Tahap Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang bulan September 2010 dan sampel penelitian yang digunakan sebanyak 68 karyawan di perusahaan tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket skala kepada karyawan. Ini dilakukan oleh peneliti selama 2 hari di perusahaan.

D. Uji Validitas dan Relibilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur (Arikunto, 2002:144). Tinggi rendahmya validitas instrumen menunjukka sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Arikunto, 2006: 168-169). Untuk mengetahui validitas skala psikologis diatas, maka digunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson dengan analisis SPSS (*statistical product and service solution*) versi 16.00 *for windows.*

Dari hasil analisis uji validitas angket Komunikasi Interpersonal ini dari 34 aitem, yang diberikan pada 68 pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang

Malang, baik pegawai tetap maupun pegawai honorer terdapat 34 aitem yang valid. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa keseluruhan aitem yang telah diujikan tidak ada yang gugur. Penjelasan secara rinci pada setiap aitem dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Hasil Uiji Angket Komunikasi Interpersonal

No	Indikator	Deskriptor	Aitem Valid		Aitem Gugur		Jumlah
			F	UF	F	UF	
1	Mampu Memahami	Menumbuhkan sikap percaya	1	23			2
		Pembukaan diri	2,13	12,28, 33			5
		Keinsafan diri dan Penerimaan diri	16,22, 34	10,25, 29			6
2	Mampu mengkomunikasikan pikiran dan perasaan secara tepat dan jelas	Menunjukkan sikap hangat dan rasa senang	5,17	8,20			4
		Memampuan mendengarkan	6,20	7			3
3	Mampu menerima dan memberi dukungan atau saling menolong	Menunjukkan sikap memahami dan menerima serta bersedia menolong sambil memberikan bimbingan	9,26,30, 32	4,18,21,24,31			9
4	Mampu memecahkan konflik dalam	Mendekatkan diri dengan lawan komunikasi	27	3,15			3

	proses komunikasi dengan orang lain						
		Menjadikan komunikasi itu semakin tumbuh berkembang	**11**	**14**			**2**
	Jumlah		**14**	**16**	**0**	**0**	**34**

Berikut rincian aitem valid dengan nilai R diatas ≥ 0,03 dapat dijelaskan pada tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3

Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen Penelitian Komunikasi Interpersonal

Variabel	Aitem	R	Keterangan
KOMUNIKASI INTERPERSONAL	X1	0,427	Valid
	X2	0,314	Valid
	X3	0,497	Valid
	X4	0,543	Valid
	X5	0,567	Valid
	X6	0,370	Valid
	X7	0,645	Valid
	X8	0,526	Valid
	X9	0,602	Valid
	X10	0,602	Valid
	X11	0,548	Valid
	X12	0,420	Valid
	X13	0,475	Valid
	X14	0,745	Valid
	X15	0,756	Valid
	X16	0,701	Valid
	X17	0,361	Valid
	X18	0,677	Valid
	X19	0,504	Valid
	X20	0,473	Valid
	X21	0,714	Valid
	X22	0,390	Valid
	X23	0,602	Valid
	X24	0,470	Valid
	X25	0,525	Valid
	X26	0,497	Valid

	X27	0,701	Valid
	X28	0,628	Valid
	X29	0,638	Valid
	X30	0,400	Valid
	X31	0,738	Valid
	X32	0,768	Valid
	X33	0,513	Valid
	X34	0,730	Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa apabila nilai R diatas ≥ 0,30 maka instrumen tersebut atau aitem tersebut dapat dikatakan valid.

Sedangkan untuk mengetahui validitas angket *komitmen organisasi*, maka peneliti menggunakan SPSS (*statistical product and service solution*) versi 16.00 *for windows,* yang diketahui bahwa nilai koefisien terendah adalah 0,300 dan nilai koefisien tertinggi adalah 0,778.

Dari hasil analisis uji validitas angket *komitmen organisasi* ini dari 25 aitem, yang diberikan pada 68 pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, baik pegawai tetap maupun pegawai honorer terdapat 25 aitem yang valid. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa keseluruhan aitem yang telah diujikan tidak ada yang gugur. Penjelasan secara rinci pada setiap aitem dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Angket Komitmen Organisasi

No	**Indikator**	**Deskription**	**Aitem Valid**		**Aitem Gugur**		**Jumlah**
			F	**UF**	**F**	**UF**	
1	Identifikasi	Kepercayaan pegawai terhadap organisasi,	1,5,10, 20	4,12,17			8

2	Keterlibatan	Partisipasi pegawai dalam aktivitas-aktivitas kerja	2,7,11, 15,18	8,13,16,24			9
3	Loyalitas	Kesediaan seseorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi	3,6,14, 22,23	9,19,21,25			9
	Jumlah		**14**	**14**	**0**	**0**	**25**

Berikut rincian aitem valid dengan nilai R diatas ≥ 0,03 dapat dijelaskan pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.6

Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen Penelitian Komitmen Organisasi

Variabel	Aitem	R	Keterangan
KOMITMEN ORGANISASI	Y1	0,564	Valid
	Y2	0,562	Valid
	Y3	0,699	Valid
	Y4	0,428	Valid
	Y5	0,616	Valid
	Y6	0,778	Valid
	Y7	0,624	Valid
	Y8	0,482	Valid
	Y9	0,760	Valid
	Y10	0,600	Valid
	Y11	0,437	Valid
	Y12	0,524	Valid
	Y13	0,642	Valid
	Y14	0,698	Valid
	Y14	0,300	Valid
	Y16	0,372	Valid
	Y17	0,569	Valid

	Y18	0,347	Valid
	Y19	0,503	Valid
	Y20	0,333	Valid
	Y21	0,614	Valid
	Y22	0,439	Valid
	Y23	0,562	Valid
	Y24	0,540	Valid
	Y25	0,406	Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa apabila nilai R diatas ≥ 0,30 maka instrumen tersebut atau aitem tersebut dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Instrument yang reliabel sebenarnya mengandung arti bahwa instrument tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang bias dipercaya (Arikunto, 2006:178). Uji reliabilitas ini dengan menggunakan rumus *alpha Chronbach.*karena data yang diperoleh berupa data interval dengan analisis SPSS (*statistical product and service solution*) versi 16.00 *for windows*

Sebuah skala dapat dikatakan reliabel, apabila koefisien (r_{xy}) tersebut lebih dari ≥ 0.60, maka data tersebut dikatakan reliabel (Sugiyono: 2005:283)

Menurut Azwar (2009:83) pada umumnya reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) yang angkanya berada pada rentang dari 0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas atau dinyatakan dengan semakin mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnnya. Sebaliknya semakin rendah koefisien reliabilitas mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya.

Tabel 4.7
Reliabilitas Angket *Komunikasi Interpersonal*

Skala	Alpha	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	0,944	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, apabila nilai Alpha Cronbach diatas ≥ 0,60 maka skala tersebut dikatakan reliabel (Azwar, 2009)

Hasil analisis aitem pada variabel skala *Komunikasi Interpersonal* diperoleh reliabilitas sebesar 0,944. Berikut tabel hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS (statistical product and service solution) 16.00 for windows sebagai berikut:

Tabel 4.8
Koefisien Reliabilitas Angket *Komunikasi Interpersonal*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.944	.945	34

Dari data diatas menunjukkan bahwa skala *Komunikasi Interpersonal* mempunyai reliabilitas yang tinggi. Sedangkan untuk reliabilitas *Komitmen Organisasi* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Reliabilitas Skala *Komitmen Organisasi*

Skala	Alpha	Keterangan
Komitmen Organisasi	0,918	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, apabila nilai Alpha Cronbach diatas ≥ 0,60 maka skala tersebut dikatakan reliabel (Azwar, 2009)

Hasil analisis aitem pada variabel skala penyesuaian diri diperoleh reliabilitas sebesar 0918. Berikut tabel hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS (*statistical product and service solution*) 16.00 *for windows* sebagai berikut:

Tabel 4.10

Koefisien Reliabilitas Skala Komunikasi Interpersonal

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.918	.919	25

Dari data diatas menunjukkan bahwa skala *Komunikasi Interpersonal* mempunyai reliabilitas yang tinggi. Karena nilai koefisien yang ditunjukkan mendekati 1,00.

E. Analisis Data Hasil Penelitian

1. Analisis Data Komunikasi Interpersonal

Untuk mengetahui kategorisasi pada variabel *Komunikasi Interpersonal* pada subyek penelitian, perhitungan dilakukan untuk melihat tingkat *Komunikasi Interpersonal* pada pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, sehingga dapat diketahui apakah pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang mempunyai *Komunikasi Interpersonal* yang *tinggi, sedang atau rendah.*

Nilai skala dari tiap kategori dapat diketahui setelah mendapatkan mean dan standart deviasinya. Mean dan standart deviasi diperoleh melalui perhitungan dengan bantuan SPSS (statistical product and service solution) 16.00 for windows dan didapatkan hasil mean Komunikasi Interpersonal di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang sebesar 106.62 dan standart deviasi sebesar 8.877

Tabel 4.11
Deskriptif Statistik Komunikasi Interpersonal
Scale Statistics

Mean	Std. Deviation	N
106.62	8.877	68

Kriteria pengkategorian tersebut dapat diketahui setelah melalui perhitungan manual untuk mengetahui interval anatar kategori dengan hasil sebagai berikut:

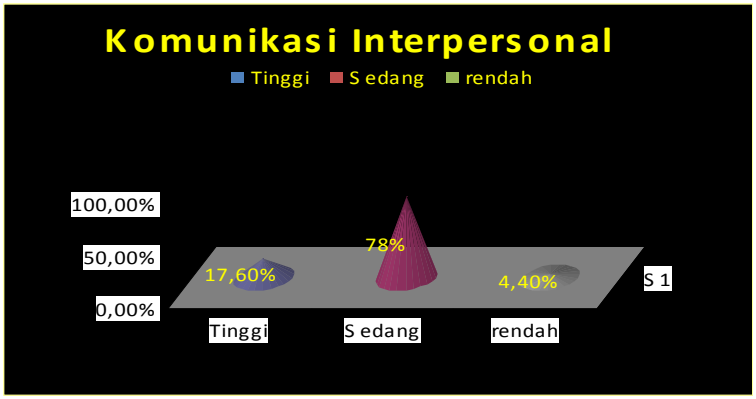
Tabel 4.12
Hasil Prosentase Variabel *komunikasi Interpersonal*

Variabel	Kategori	Kriteria	Frekuensi	(%)
Komunikasi Interpersonal	Tinggi	X > 115,497	12	17,6%
	Sedang	97,743 < X ≤ 115,497	53	78%
	Rendah	X ≤ 97,743	3	4,4%
Jumlah			**68**	**100%**

Adapun perbandingan tingkat Komunikasi Interpersonal dapat dilihat pada rincian tabel 4.1 sebagai berikut:

Gambar 4.1

Diagram Komunikasi Interpersonal PT TASPEN (Persero) Cabang Malang



2. Analisis Data Komitmen Organisasi

Untuk mengetahui kategorisasi tingkatan pada variabel *Komitmen Organisasi* pada subyek penelitian, dilakukan pengklasifikasian skor subyek berdasarkan norma yang ditentukan. Penghitungan norma dilakukan untuk melihat tingkat *Komitmen Organisasi* pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, sehingga dapat diketahui tingkatannya apakah tinggi, sedang, atau rendah. Dalam melakukan pengkategorian ini, peneliti menggunakan skor hipotetik. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan skor hipotetik dalam penelitian ini adalah:

e. Menghitung mean hipotetik (μ), dengan rumus:

$$\mu = \frac{1}{2}(i_{max} + i_{min}) \sum k$$

$$= \frac{1}{2}(4+1)\ 25$$

$$= 2{,}5\ .\ 25$$

$$= 62{,}5$$

μ : rerata hipotetik
i_{max} : skor maksimal item
i_{min} : skor minimal item
∑k : jumlah item

f. Menghitung deviasi standart hipotetik (σ), dengan rumus:

$$\sigma = \frac{1}{6}(X_{max} - X_{min})$$

$$= \frac{1}{6}(97-64)$$

$$= \frac{1}{6}(33)$$

$$= 5{,}5$$

σ: deviasi standart hipotetik
X_{max}: skor maksimal subyek
X_{min}: skor minimal subyek

Dari hasil analisis tersebut, diketahui besarnya nilai mean hipotetik (μ) sebesar 62,5 dan nilai sttandart deviasi hipotetik (σ) sebesar 5,5. Dari hasil ini dapat dilakukan standarisasi atau pengkategorian untuk masing-masing subyek.

g. Kategorisasi:

Pengkategorian dapat dilakukan dengan cara membagi menjadi tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah, dengan pembagian sebagai berikut:

Tabel 4.13

Pengkategorian Dengan Mean Hipotetik

Rendah :	$X \leq (\mu - 1\sigma)$
Sedang :	$(\mu - 1\sigma) \leq X \leq (\mu + 1\sigma)$
Tinggi :	$X \geq (\mu + 1\sigma)$

Rendah = $\mu - 1\sigma$

= 62,5- (1. 5,5)

= 57

Tinggi = $\mu + 1\sigma$

= 62,5 + (1.5,5)

= 68

Sehingga dapat dilakukan pengkategorian atau standarisasi sebagai berikut:

1. Skor untuk kategori tinggi adalah skor yang lebih besar dari 68
2. Skor untuk kategori sedang dimulai dari skor 57 sampai 68
3. Skor untuk kategori rendah adalah yang kurang dari 57

Berdasarkan distribusi ini, dapat di tentukan besarnya frekwensi untuk masing-masing kategori berdasarkan skor yang di peroleh. Untuk data selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Distribusi Tingkat Komitmen Organisasi

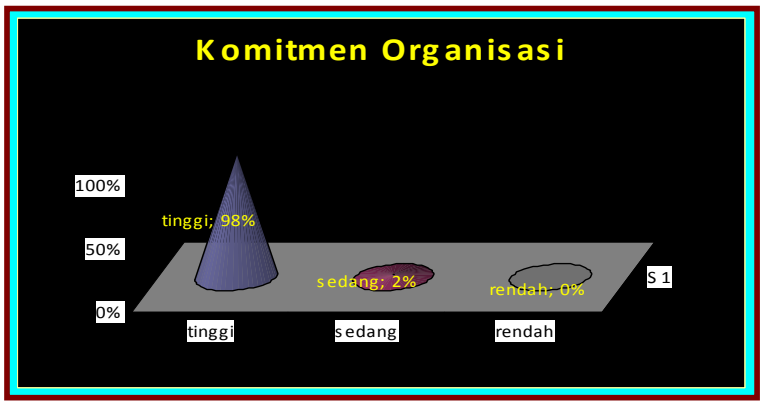
Kategori	Kriteria	Frekwensi	Total
Tinggi	$X > 68$	66	97%
Sedang	$57 < X \leq 68$	2	3%
Rendah	$X \leq 57$	0	0%
Jumlah		**68**	**100%**

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa Komitmen Organisasi responden dengan kategori kategori sedang dengan tingkat prosentase 3% dengan jumlah responden hanya 2 responden dari 68 respon yang ada. Sedangkan responden yang memiliki konsep diri tinggi sebesar 97% dan responden yang memiliki tingkat komitmen organisasi rendah dengan prosentase sebesar 0% dengan artian bahwa tidak ada resoponden atau subyek yang memiliki komitmen yang rendah.

Berikut ini rincian perbandingan tingkat Komitmen Organisasi dapat dilihat pada rincian tabel 20 sebagai berikut:

Gambar 4.2

Diagram Tingkat Komitmen Organisasi



3. Analisis Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui adanya pengaruh Komunikasi Interpersonal dengan Komitmen Organisasi di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, peneliti menggunakan teknik Regresi oleh Karl Person dengan tujuan untuk menguji adany pengaruh Komunikasi Interpersonal dengan Komitmen Organisasi. Dalam prosesnya peneliti menggunakan bantuan SPSS (statistical product and service solution) 16.00 for windows . Lebih jelasnya dapat dilihat data pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16

Analisis Regresi Komunikasi Interpersonal Terhadap Komitmen Organisasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322[a]	.104	.090	6.598

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322[a]	.104	.090	6.598

a. Predictors: (Constant), komunikasi

b. Dependent Variable: Komitmen

Dari table di atas diperoleh hasil (R) sebesar 0,322 dan nilai (R^2) 0,104. Dimana ini menunjukkan bahwa hasil regresi pada Komunikasi Interpersonal terhadap Komitmen Organisasai sebesar R^2 x 100%, yaitu 10,4%. Yang menyatakan bahawa pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap komitmen Organisasai sebesar 10,4%, sedang sisanya sebanyak 89,6% dipengaruhi oleh factor lain. Hasil analisis regresi linear sederhana yang diperoleh melalui bantuan program SPSS *(statistical product and service solution)* 16.00 for windows dengan rumus , yaitu:

$$\bar{Y} = a + bX$$

Keterangan:
Y = nilai dari variabel terikat (*dependent*)
X = nilai dari variabel bebas (*independent*)
a = nilai konstanta
b = koefisien regresi

Tabel 4.17

Coefficient Regresi Komunikasi Interpersonal terhadap Komitmen Organisasi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.525	9.714		5.304	.000
	Komunikasi	.251	.091	.322	2.761	.007

a. Dependent Variable: Komitmen

Dari hasil data diatas dengan persamaan Y = a + bX, dengan nilai a (*konstanta*) dan b (koefisien regresi) maka persamaa regresinya yaitu:

Y = 51,525 + 0,251 X

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa jika Komunikasi Interpersonal sebesar nol, maka skor *Komitmen Organisasi* sebesar 51,525. Selain itu dapat diprediksikan bahwa jika terdapat perubahan pada skor *Komunikasi Interpersonal* sebesar satu dapat mempengaruhi perubahan *Komitmen organisasi* rata-rata sebesar 0,251.

Dari hasil pengelolahan data yang dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows* tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.18
Pengaruh komunikasi Interpersonal Dengan Komitmen Organisasi

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331.749	1	331.749	7.621	.007[a]
	Residual	2873.001	66	43.530		
	Total	3204.750	67			

a. Predictors: (Constant), Komunikasi

b. Dependent Variable: Komitmen

Untuk menguji hipotesis ada atau tidaknya pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Komitmen Organisasi digunakan uji F. 7,621 dengan tingkat segnifikansi 0,007. Karena probabilitas 0,007 jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa Komunikasi Interpersonal berpengaruh terhadap Komitmen Organisasi.

Hasil analisis regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis diperoleh F_{hitung} = 7,621 taraf signifikansi 5% (0,05). Pada penelitian ini diketahui F_{tabel} sebesar 3,98. Jika dibandingkan, maka $F_{hitung} > F_{tabal}$ (7,621 > 3,98). Nilai signifikan F dibandingkan dengan taraf signifikan 5% atau 0,05, maka dapat dilihat signifikan F < dari taraf segnifikan 5% (0,007< 0,05). Dari perbandingan diatas, maka dapat di ambil kesimpulan bahwasannya kontribusi variabel bebas (Komunikasi Interpersonal) signifikan terhadap variabel terikat

(komitmen Organisasi). Dimana Komunikasi Interpersonal memiliki sumbangan sebesar 10,4 % terhadap Komitmen Organisasi yang dimiliki oleh pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang. Sedangkan sisanya yaitu 89,6 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor internal atau faktor eksternal.

F. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan menurut Santoso dan Ashari (2005: 231) adalah sebagai berikut:

5. **Uji Heteroskedostisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variable bebas. Bila signifikan hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non-heteroskedastisitas atau homokedastisitass (Kuncoro, 2004:98) Hasil Uji Heteroskedostisitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.19

Correlations

			Komunikasi	Abs_Res
Spearman's rho	Komunikasi	Correlation Coefficient	1,000	,214
		Sig. (2-tailed)	.	,080
		N	68	68

	Abs_Res	Correlation Coefficient	,214	1,000
		Sig. (2-tailed)	,080	.
		N	68	68

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa variable yang diuji mengandung Homokedastisitas, artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar maka tidak akan menyebabkan kesalahan (residual) semakin besar pula.

6. **Uji Normalitas**

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorof-Smirnof > 0,005, maka asumsi normalitas terpenuhi

Tabel 4.20

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,54832937
Most Extreme Differences	Absolute	,140
	Positive	,140
	Negative	-,073
Kolmogorov-Smirnov Z		1,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,137

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil signifikansi sebesar 0,137 > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

7. **Uji Nonautokorelai**

Autokorelasi adalah suatu keadaan dimana terdapat suatu korelasi (hubungan) antara residual tiap seri. Pemeriksaan tiap autokorelasi menggunakan metod Durbin-Watson, dengan ketentuan sebagai berikut: Sulaiman (dalam Makridakis dkk, 1983)

a. 1,65 < DW < 2,35, tidak terdapat autokorelasi
b. 1,21< DW < 1,65 atau 2,35 < DW <2,79 , tidak dapat disimpulkan
c. DW < 1,21 atau DW > 2,79, terjadi autokorelasi

Tabel 4.21

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,322(a)	,104	,090	6,598	2,311

a Predictors: (Constant), Komunikasi

b Dependent Variable: Komitmen

Dari table di atas dapat diketahui bahwa nilai d (Durbin-Watson) sebesar 2,311 dimana nilai ini berada diantara 1,65 < DW < 2,35, sehingga kesimpulannya tidak terdapat autokorelasi atau nonautokorelasi terpenuhi.

8. **Uji Linieritas**

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasikan apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasikan secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas dapat menggunakan curve estimation, yaitu gambaran hubungan linier antara variable X dengan variable Y. jika nilai signifikansi f < 0,05 maka variable tersebut memeiliki hubungan yang linier dengan Y.

Tabel 4.22

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Komitmen

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	,104	7,621	1	66	,007	51,525	,251

The independent variable is Komunikasi

Dari table diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05, maka dapat dikatakan asumsi linieritas terpenuhi.

Tabel 4.23

Hasil Rekapitulasi Pengujian Asumsi

No	Asumsi	Hasil
1	Homokedastisitas	Terpenuhi
2	Normalitas	Terpenuhi
3	Nonautokorelsi	Terpenuhi
4	Linieritas	Terpenuhi

G. Pembahasan

1. Komunikasi Interpersonal Antar pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Karena manusia tergolong makhluk sosial yang senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia selalu ingin mengetahui apa yang terjadi di lingkungannya bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya.rasa keingintahuan ini memaksakan manusia untuk selalu berkomunikasi dengan manusia yang lainnya. Melalui kegiatan berkomunikasi inilah manusia dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain sehingga dapat berhubungan atau melakuakn interaksi antar satu dengan yang lainnya dengan adanya komunikasi tersebut.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh data tentang *Komunikasi Interpersonal* yangmana telah dibagai menjadi 3 kategori. Kategori *Komunikasi Interpersonal* tinggi 7,6% dengan frekuensi 12 orang pegawai, *Komunikasi Interpersonal* sedang 78% dengan frekuensi 53 orang pegawai, dan *Komunikasi Interpersonal* rendah 4,4% dengan frekuensi 3 orang pegawai. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat *Komunikasi Interpersonal* yang dimiliki oleh pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang tergolong sedang.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang sebanyak 68

orang memiliki tingkat komunikasi interpersonal yang sedang, hal ini dapat dipengaruji oleh beberapa factor sehingga dapat terbentuk seorang individu yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi.

Menurut Rakhmat (2002:97-117) seseorang dalam komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

d. Persepsi Interpersonal

Persepsi interpersonal yaitu suatu persepsi yang menggunkan dan mengutamkan manusia sebagai obyek persepsi. Interprestasi manusia terhadap suatu rangsangan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya

e. Konsep Diri

Konsep diri merupakan keadaan dimana seorang individu berusaha untuk mengamati, mencari gambaran dan memberikan penilaian terhadap dirinya sendiri.

f. Atraksi Interpersonal

Atraksi yang berasal dari bahasa latin *Attrahere-ad* berarti menuju, *Trahere* yang mengandung arti menarik dan dimaksudkan secara interpersonal merupakan kecenderungan ”suka” kepada orang lain, adanya sikap positif dan daya tarik seseorang. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin ada ketertarikan kepada seseorang maka kecenderungan untuk berkomunikasi dengan juga semakin besar. Adapun faktor yang

mempengaruhi terbentuknya atraksi interpersonal terdiri dari faktor personal dan situasional

Dalam kehidupan organisasi tidak dapat dan tidak mungkin manusia dapat hidup terisolasi, baik dari rekan sekerjanya maupun lingkungannya. Para anggota organisasi perlu melakukan komunikasi satu sama lainnya. Justru melalui komunikasi inilah proses dimana fungsi manajemen-manajemen, proses perencanaan, pengorganisasian, proses memimpin, dan proses pengendalian dapat dilakuakn. Komunikasi dapat mengendalikan perilaku anggotanya dalam kegitan organisasi diperusahaan. Para pegawai maupun karyawan dapat mengkomunikasikan keluhana yang mereka rasakan sehubungan dengan pekerjaan mereka kepada atasannya langsung, untuk mengetahui bagaimana rincian kerja mereka kepada atasannya langsung, untuk mengetahui rincian kerja mereka, atau untuk memaksa mereka tunduk pada peraturan perusahaan (Robbins, 2002:146) menurut Beach (dalam Moekijat, 1993:7), suatu organisasai tidak dapat melaksanakan fungsinya tanpa adanya komunikasi. Komunikasi ini mengikat bersama dengan bagian-bagian dari suatu organisasi dan mendorong orang-orang untuk bertindak. Agar terjadi kegiatan kelompok atau organisasi , maka harus ada komunikasi dia antara para anggotanya.

Para pakar komunikasi berpendapat bahwa komunikasi yang paling ampuh dalam kegiatan opini, sikap, atau perilaku adalah komunikasi interpersonal, karena (1) komunikator dapat mengetahui

kerangka referensi (mengetahui pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, aspirasi, dan lain-lain) komunikan secara penuh dan utuh. (2) komunikasi berlangsung secara dialogis, berbentuk percakapan sehingga komunikator dapat mengetahui diri komunikan. (3) komunikasi berlangsung secara tatap muka, sehingga komunikator dapat mengetahui ekspresi wajah, sikap, dan lain-lain yang merupakan umpan balik nonverbal dalam proses komunikasi yang sedang berlangsung. Dengan adanya komunikasi interpersonal dalam lingkungan organisasi dapat menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati pada kedua belah pihak, baik pimpinan maupun karyawan atau orang-orang yang bekerja dalam organisasi tersebut.

Untuk dapat melakukan komunikasi dengan baik,sebaiknya kita mengetahui situasi dan kondisi serta karakteristik lawan bicara kita. Sebagaimana yang kita tahu,bahwa setiap manusia itu seperti sebuah radar yang melingkupi lingkungan. Manusia bisa menjadi sangat sensitif pada bahasa tubuh, ekspresi wajah, postur, gerakan, intonasi suara dan masih banyak lagi. Untuk mengefektifkan komunikasi, dinamika komunikasi interpersonal harus senada dengan apa yang kita ucapkan. Pada saat yang sama, jika orang berkomunikasi tanpa memahami keseluruhan dinamika komunikasi interpersonal dari hati dan pendengarannya orang yang diajak berkomunikasi maka orang tersebut telah gagal dalam berkomunikasi. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, postur, gerakan dan intonasi suara akan

membantu individu untuk memberi penekanan pada kebenaran, ketulusan dan reliabilitas dari komunikasi itu sendiri sehingga komunikasi itu sendiri dapat mempengaruhi pola pikir lawan bicara kita.

Membina hubungan yang harmonis dengan sesama manusia dengan berkomunikasi dengan mereka merupakan suatu yang bersifat kodrati sebagai makhluk sosial. Sejak manusia dilahirkan manusia membutuhkan komunikasi yang dapat diwujudkan dengan misalnya bergaul dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan baik jasmani maupun kebutuhan rohaninya. Komunikasi interpersonal juga terkait dengan peristiwa perbincangan yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Dimana di dalam Al Qur'an telah dijelaskan bahwa kodrat manusia yang terlahir untuk berbicara. Hal ini telah dijelaskan dalam Surat Al Alaq Ayat 1 yang berbunyi:

ٱقۡرَأۡ بِٱسۡمِ رَبِّكَ ٱلَّذِي خَلَقَ ١

Artinya: " *bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan*"
(Depag RI, 2000: 479)

Dan pula dijelaskan dalam Surat Ar- Rahman, Ayat 1-4

ٱلرَّحۡمَٰنُ ١ عَلَّمَ ٱلۡقُرۡءَانَ ٢ خَلَقَ ٱلۡإِنسَٰنَ ٣ عَلَّمَهُ ٱلۡبَيَانَ ٤

Artinya: "*(tuhan) yang Maha pemurah,yang telah mengajarkan Al Quran. Dia menciptakan manusia. mengajarnya pandai berbicara."*
(Depag RI, 2000: 424)

Dari ke dua ayat tersebut diatas telah jelas bahwa Allah SWT telah mengkaruniai manusia dengan adany mulut untuk berbicara

dan anjuran lain bagi manusia pula bahwa mulut yang telah dianugrahkan kepada manusia itu digunakan untuk membaca. Kodrat manusia yang berbeda dari makhluk Allah SWT lainnya, yaitu diberikannya akal untuk kita gunakan dalam berfikir. Sehingga komponen yang anugrahkan kepada manusia begitu lengkapnya sehingga dapat kita gunakan. Begitu pula dengan anjuran untuk berbicara (*Komunikasi Interpersonal*) tidak serta merta segala pembicaraan yang dilakukan oleh manusia. Akal yang telah dianugrahkan pula juga sangat berperan penting dalam proses pelaksanaan *komunikasi interpersonal* tersebut.

2. Komitmen Organisasi Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang

Komitmen organisasi merupakan sifat hubungan antara individu dengan organisasi kerja, dimana individu mempunyai keyakinan diri terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi kerja, adanya kerelaan untuk menggunakan usahanya secara sungguh-sungguh demi kepentingan organisasi kerja serta mempunyai keinginan yang kuat untuk tetap menjadi bagian dari organisasi kerja. Dalam hal ini individu mengidentifikasikan dirinya pada suatu organisasi tertentu tempat individu bekerja dan berharap untuk menjadi anggota organisasi kerja guna turut merealisasikan tujuan-tujuan organisasi kerja.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh data tentang *Komitmen Organisasi* yangmana telah dibagai menjadi 3 kategori. Kategori

Komitmen Organisasi tinggi 97% dengan frekuensi 66 orang pegawai, *Komitmen Organisasi* sedang 3% dengan frekuensi 2 orang pegawai, dan *Komitmen Organisasi* rendah 0% dengan frekuensi 0 orang pegawai. Sehingga dapat dikataka bahwa dari keseluruhan pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang tidak ada yang memiliki Komitmen Organisasi yang rendah. Kesimpulannya bahwa tingkat *Komitmen Organisasi* yang dimiliki oleh pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang tergolong tinggi.

Seorang pegawai yang semula kurang memiliki komitmen berorganisasi, namun setelah bekerja ternyata selain mendapat reward atau imbalan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku ada hal-hal yang menarik dan memberi kepuasan. Hal itu akan memupuk berkembangnya komitmen berorganisasi. Apalagi jika banyak hal yang dapat memberikan kesejahteraan, jaminan keamanan, misalnya ada koperasi, ada fasiltas transportasi, ada fasilitas yang mendukung kegiatan kerja sehingga dapat bekerja dengan penuh semangat, lebih produktif dan efisien dalam menjalankan tugasnya. Namun sebaliknya jika iklim organisasi kerja dalam perusahaan tersebut kurang menunjang, misalnya fasilitas kurang, hubungan kerja tidak harmonis, jaminan sosial dan keamanan kurang, maka komitmen organisasi kerja menjadi makin luntur atau bahkan tempat bekerjanya dijelek-jelekkan sehingga dapat menimbulkan kerawanan sosial dalam organisasi kerja, hal itu dapat menimbulkan mogok kerja, demonstrasi, pengunduran diri dan sebagainya.

Menurut Steeers (dalam Kunjoro, 2002:1) komitmen organisasi didefinisikan sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi) dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang pegawai terhadap organisasinya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh SWA dan AMI (SWA Nomor 16, 2000) terhadap 165 responden dari berbagai perusahaan di Indonesia menunjukkan data tentang loyalitas dan faktor yang mempengaruhinya dimana salah satunya terdapat atribut komunikasi dalam perusahaan, dengan 8,9%, sedang sisanya 91,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya (Alwi, 2001: 52)

Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adanya komitmen organisasi, salah satunya seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari (2004) diperoleh hasil bahwa *Komitmen Oragnisasi* dan job insecurity (ketidakamanan akan status pekerjaannya) mempunyai pengaruh terhadap intensitas *turnover* di PT Indo C. Komitmen organisasi lebih kuat pengaruhnya terhadap *turnover* dibandingkan dengan *job insecurity*. Karyawan yang memiliki tingkat komitmen yang tinggi akan cenderung rendah untuk melakukan turnover dan juga sebaliknya. *(http://www.damandiri.or.id).*

Tingginya *Komitmen Organisasi* yang dimiliki para pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang salahsatunya dikarenakan adanya faktor kesetiaan terhadap organisasi dalam menjalankan nilai-nilai

yang ada dalam organisasai. Apalagi kesetiaan utama seperti mengutamakan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Bekerja di organisasi atau perusahaan berarti beribadah kepada Allah SWT untuk kepentingan orang banyak. Penanaman kesetiaan kepada nilai-nilai utama organisasi kepada seluruh individu atau pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang agar mereka bekerja berlandaskan pada moral, dapat mencapai prestasi yang optimal dan bekerja untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Dengan demikian, PT TASPEN (Persero) Cabang Malang mampu menjadikan organisasi itu untuk menjadi lebih kuat.

Jika seseorang memiliki komitmen yang besar atau tinggi terhadap sesuatu namun tidak dibarengi dengan usaha untuk meraihnya maka komitmen itu tidak akan ada artinya. Seperti yang disampaikan dalam surat Ar- Ra'd ayat 11, sebagai berikut:

لَهُۥ مُعَقِّبَٰتٌ مِّنۢ بَيۡنِ يَدَيۡهِ وَمِنۡ خَلۡفِهِۦ يَحۡفَظُونَهُۥ مِنۡ أَمۡرِ ٱللَّهِۗ إِنَّ ٱللَّهَ
لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوۡمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمۡۗ وَإِذَآ أَرَادَ ٱللَّهُ بِقَوۡمٖ سُوٓءٗا فَلَا
مَرَدَّ لَهُۥۚ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِۦ مِن وَالٖ ١١

Artinya: *"Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Alla[1]. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan[1] yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia"* (Depag RI, 2000: 199)

Ayat diatas menjelaskan kepada kita bahwa apa yang manusia inginkan apabila tidak dibarengi dengan usaha yang maksimal semuanya akan sia-sia saja. Begitu pula dengan seseorang yang hanya terus-menerus berdo'a namun tidak juga dibarengi dengan usaha, maka apa yang diinginkannya juga akan sia-sia. Jadi apabila kita menginnginkan sesuatu atau berkomitmen terhadap sesuatu hendaklan kita berusaha untuk meraihnya, yang juga tidak lupa untuk meminta (Berdo'a) kepada Allah SWT, agar apa yang diinginkannya dapat terwujud.

3. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antar Pegawai Terhadap Komitmen Organisasi di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang

Berdasarkan hasil analisis uji regresi dengan menggunkan bantuan SPSS (statistical product and service solution) 16.00 for windows bahwa pengaruh antara Komunikasi Interpersonal dengan Komitmen Organisasi terdapat nilai koefisien (R) sebesar 0,104 dengan probabilitas (sign) sebesar 0,007. Hal ini menunjukkan bahwasannya terdapat pengaruh yang segnifikan antara Komunikasi Interpersonal (X) dengan komitmen Organisasi (Y) dan hubungan antara keduanya adalah positif. Artinya jika Komunikasi Interpersonal yang dimiliki oleh pegawai dalam tingkatan yang tinggi, maka kecenderungan Komitmen Organisasi yang dimilikinya juga akan semakin tinggi. Dimana Komunikasi Interpersonal memiliki sumbangan sebesar 10,4% terhadap Komitmen Organisasi yang dimiliki oleh pegawai PT

TASPEN (Perserro) Cabang Malang. Sedangkan sisanya yaitu 89,6 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor penyebab lainnya. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor internal atau faktor eksternal.

Telah dijelaskan bahwa, permasalahan hal kecil dapat segera terselesaikan karena adanya komunikasi interpersonal yang baik, apabila komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi tidak ada maka permasalahan kecil tidak akan tersampaikan pada atasan maupun sesama pegawai sehingga dapat menimbulkan permasalahan tersebut menjadi besar. Setiap permasalahan yang terjadi di dalam suatu perusahaan akan sangat mempengaruhi keberadaan komitmen seseorang terhadap perusahaan.

Hasil penelitian menurut Aminatur Rif'ah di Perusahaan Kompor "Kupu Mas" Malang ini dengan responden sebanyak 50 pegawai yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan (P= 10,004, dengan signifikasi 0,003<0,02) antara komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja sebanyak 17,3%.

Penelitian yang juga dilakukan oleh Ari Fatmawati (2008) dari hasil analisis data menghasilkan koefisien korelasi (r) sebesar 0,441 dengan p<0,01 yang berarti ada hubungan positif yang sangat signifikan antara intensitas komunikasi interpersonal dengan persepsi budaya organisasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara intensitas komunikasi interpersonal dengan persepsi udaya organisasi. Intensitas komunikasi interpersonal pada subjek tergolong

tinggi, persepsi budaya organisasi subjek tergolong sedang. Sumbangan efektif intensitas komunikasi interpersonal terhadap persepsi budaya organisasi 19,4% yang berarti masih terdapat 80,6% faktor-faktor lain yang mempengaruhi persepsi budaya organisasi di luar variabel intensitas komunikasi interpersonal seperti kompetisi kerja, gaya kepemimpinan.

Dari hasil penelitian di atas diketahui bahwa komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi faktor motivasi kerja, persepsi budaya, kompetisi kerja dan gaya kepemimpinan.

Kemampuan komunikasi interpersonal yang ada pada diri karyawan, dapat mendorong karyawan untuk menumbuhkan hubungan yang baik, akrab dan menyenangkan serta dapat membentuk dan mengubah tindakan (Tubbs & Moss dalam Rakhmat, 2005: 13-15). Selain itu dengan adanya kemampuan komunikasi interpersoanl, karyawan dapat mengkomunikasikan ide-ide, gagasan-gagasan dalam pengambilan keputusan (Robbins & Coulter, 2004: 291). Karyawan juga mampu memberitahu, mengarahkan, mengkoordinasi, da mengevaluasi karyawan lain ketika berada pada *team work* (Robbins, 2002:146). Di samping itu, karyawan juga mampu mengkomunikasikan setiap keluhan yang berkaitan denagn pekerjaan mereka kepada atasannya langsung, memperoleh informasi apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja jika di bawah standart (Robbins, 1996:5).

Komitmen organisasi pada pegawai akan terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Seperti dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini dan Rostiana (2003:28) mengenai komitmen organisasi ditinjau berdasarkan iklim organisasi dan motivasi berprestasi, menunjukkan bahwa komitmen organisasi mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan iklim organisasi namun tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan motivasi berprestasi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa iklim kerja di suatu organisasi berhubungan dengan komitmen pegawai terhadap tempatnya bekerja ($r=0,541$; $p<0,05$).

Penelitian oleh Muhammad Yuliandi (2008) yang membahas tentang Pengaruh motivasi kerja terhadap komitmen organisasi, diperoleh hasil perhitungan bahwa variabel x (motivasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel y (komitmen organisasi). Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 37,2 % dan sisanya 62,8% pengaruh yang diberikan oleh variabel lain.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut menunjukkan bahwa komitmen organisasi dapat dipengaruhi oleh faktor iklim organisasi dan motivasi kerja pegawai.

Keterangan dari beberapa hal diatas yang dapat dilakukan dengan adanya kemampuan komunikasi interpersonal tersebut menunjukkan bahwa karyawan terlibat dalam perusahaan baik dalam

hal hubungannya dengan anggota perusahaan yang lainnya maupun dalam hal kesempatan pengambilan keputusan serta upaya dalam memperbaiki kinerja. Keterlibatan diri karyawan dalam pengambilan keputusan perusahaan dapat menumbuhkan kepercayaan bahwa apa yang telah diputuskan merupaka keputusan bersama. Karyawan juga harus merasakan bahwa dirinya diterima sebagai bagian dari perusahaan sehingga dalam diri karyawan merasa ada tanggung jawab untuk melaksanakan hasil keputusan trsebut dengan sungguh-sungguh karena adanya ketertarikan (Kuntjoro, 2002: 4). Selain itu, dengan kemampuan komunikasi interpersonal karyawan dapat mendiskusikan bersama kebutuhan serta kepentingan pribadi yang ingin dicapai dalam organisasi. Apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi hingga karyawan memperolaeh kepuasan, maka karyawan akan menyadari pentingnya memiliki kesediaan untuk menyumbangkan usaha dan kontribusi bagi kepentingan organisasi (Kuntjoro, 2002: 4)

Kemampuan komunikasi interpersonal yang dimiliki seorang karyawan juga akan mendorong dirinya untuk mencarai informasi tentang kebijakan-kebijakan dalam perusahaan, informasi mengenai apa yang harus dilakukan dalam bekerja, serta menerima masukan-masukan dari atasan maupun teman sekerja tentang hasil kerjanya untuk memperbaiki kinerjanya. Kenyamanan yang ada sehingga dapat dirasakan karyawan dalam organisasi ini, keterlibatan dan usaha keras yang dilaukan tersebut mendorong karyawan untuk berkomitmen terhadap organisasi, dimana karyawan akan cenderung rela

memberikan usaha yang sungguh-sungguh atas nama organisasi, menerima nilai-nilai dan tujuan organisasi, serta cenderung untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran secara umum kegiatan Komunikasi Interpersonal antar pegawai yang ada di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang. Berdasarkan hasil analisis data bahwasanya tingkat Komunikasi Interpersonal pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang dibagi menjadi 3 kategori yaitu Kom unikasi Interpersonal dengan kategori tinggi 17,6% sebanyak 12 orang pegawai, Komunikasi Interpersonal kategori sedang 78% sebanyak 53 orang, Komunikasi Interpersonal dengan kategori rendah 4,4% sebanyak 3 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat Komunikasi Interpersonal pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang berada pada kategori sedang, dengan prosentase 78%.

   Gambaran secara umum Bagaimana Komitmen Organisasi pegawai yang ada di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang. Berdasarkan hasil analisis data bahwasanya tingkat Komitmen Organisasi pegawai di PT TASPEN (Persero) Cabang Malang terbagi menjadi 3 kategori yaitu kategori Komitmen Organisasi tinggi dengan prosentase 97% dengan jumlah 66 orang pegawai, Komitmen Organisasi kategori sedang dengan prosentase 3% dengan jumlah 2 orang pegawai, dan Komitmen Organisasi dengan kategori rendah sebanyak 0% yang artinya, tidak ada pegawai dengan atau yang mempunyai Komitmen Organisasi dalam tingkat yang rendah.

3. Berdasarkan hasil analisis uji regresi antara Komunikasi Interpersonal dengan Komitmen Organisasi yang dimiliki oleh pegawai menunjukkan angka sebesar 0,104 dengan p=0,007. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Komunikasi Interpersonal pegawai dengan Komitmen Organisasi karena $p \leq 0{,}050$ dengan koefisien sebesar 10,4% sedang sisanya 89,6% merupakan sumbangan faktor lain yang mempengaruhinya.. Dapat disimpulkan bahwa jika Komunikasi Interpersonal yang dimiliki oleh pegawai tinggi maka Komitmen Organisasi yang dimiliki pegawai juga tinggi dan sebaliknya jika komunikasi Interpersonal yang dimiliki oleh pegawai rendah maka Komitmen Organisasi yang dimiliki pegawai juga rendah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun saran tersebut diajukan kepada:

1. PT. TASPEN (Persero) Cabang Malang

   Saran ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi PT TASPEN (Persero) Cabang Malang untuk lebih meningkatkan Komunikasi Interpersonal antar pegawainya sehubungan dengan peningkatan Komitmen organisasi yang dimiliki oleh pegawai. Mengingat bahwa dalam keberadaan pegawai dalam 8 (delapan) jan 1 (satu) hari dan 40 (empat pulauh) jam 1 (satu) minggu untuk 5 (lima) hari kerja dalam 1 (satu) minggu, sehingga dapat dilihat bahwa sebagian besar waktu

pegawai digunakan di tempat kerja. Sehingga kenyamanan sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan kerja oleh pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang, proses komunikasi yang akan terus berlanjut diharapkan mampu menimbulkan kenyamanan kerja pegawai yang dengan kaitannya hal ini akan berpengaruh pada bagaimana Komitmen Organisasi yang dimiliki. Dimana diharapkan Komitmen Organisasi yang yang dimiliki oleh pegawai semakin hari semakin meningkat. Sehingga hal ini akan berpengaruh besar untuk kemajuan PT TASPEN (Persero) cabang Malang.

2. Bagi Pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang
    a. Diharapkan dari hasil penelitian ini menjadikan sumbangsih pemikiran yang dapat meningkatkan kulitas secara individu bagi pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang. Didapat dari hasil penelitian ini rata-rata Pegawai kantor PT TASPEN (Persero) Cabang Malang memiliki tingkat Komunikasi Interpersonal antar pegawainya dengan tingkat sedang. Untuk itu diharapkan pegawai dapat lebih memahami pribadi secara keseluruhan dari fikiran, perasaan dan perilaku dalam keadaan sadar maupun tidak sadar. Karena hal ini sangat mempengaruhi efektivitas kerja dari adanya proses Komunikasi Interpersonal yang terjadi antar pegawai.
    b. Diharapkan untuk para pegawai PT TASPEN (Persero) Cabang Malang untuk terus meningkatkan Komitmen Organisasinya, hal ini akan sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan PT TASPEN (Persero) Cabang Malang.
3. Bagi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

a. Terus memperluas jaringan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan, khususnya PT. Taspen (Persero) Cabang Malang.
b. Digunakan sebagai wadah untuk mengevaluasi, menilai, menguji sistem pendidikan yang diperoleh agar mampu dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
c. Dapat digunakan sebagai panduan untuk dapat menyempurnakan program yang telah diperoleh di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Hal ini harus dilakukan mengingt pentingnya memiliki Ilmu Psikologi Komunikasi sebagai calon Psikolog yang kelak untuk digunakan dalam berbagai kasus psikologi di semua aspek, sehingga dapat diharapkan bahwa semua mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim menempuh mata kuliah Psikologi Komunikasi.
d. Meningkatkan relevansi kurikulum pendidikan yang telah diperoleh melalui dunia kerja. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya kerjasama Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim dengan perusahaan PT TASPEN (Persero) Cabang Malang maupun perusahaan-perusahaan lainnya.

4. Peneliti Selanjutnya
   a. Diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan yang lebih luas secara teoritis dan praktis, dan diharapkan penelitian ini dilakukan lagi lebih mendalam dengan sample yang lebih besar untuk mendapatkan hasil yang memuaskan, sehingga mendapatkan hasil yang lebih representative.

b. Serta diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menggunakan variable yang lainnya, agar dapat mengungkap permasalahan lainnya atau variable yang mempengaruhi. Mengingat masih banyak prosentase yang dibutuhkan faktor lain yang digunakan dalam meningkatkan Komitmen Organisasai pegawai baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Misalnya saja faktor dari eksternal yaitu Lamanya seorang pegawai atau karyawan berada di perusahaan tempat ia bekerja.. yang merupakan waktu yang telah dijalani seorang dalam melakukan pekerjaan pada perusahaan. Semakin lama seseorang bertahan dalam perusahaan maka terlihat bahwa dia berkomitmen terhadap perusahaan atau dengan faktor-faktor lainnya. Sedang contoh untuk hal yang mempengaruhi proses komunikasi interpersonal, misalnya faktor usia, dll.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, S. 2001. ***Manajemen Sumberdaya Manusia (Strategi Keunggulan Kompetitif).*** Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Aminaturrif'ah. 2007. ***Pengaruh Komunikasi Interpersonal Anatar Karyawan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di Perusahaan Kompor "Kupu Mas".*** Skripsi. Fakultas Psikologi. UIN Maliki Malang. Tidak Diterbitkan

Anoraga Panji & Srisuyanti, 1995. ***Psikologi Industri dan Sosial***. Jakarta: PT Pustaka Jaya

Anoraga Panji & Ninik Widiyati, 1995. ***Psikologi Dalam Perusahaan***. Jakarta: PT Rineka Cipta

As'ad, Muhammad, 1999***. Psikologi Industri***. Yogyakarta: Liberty

Arikunto, Suharsimi, 1989. ***Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek***. Jakarta: Bina Aksara

Arikunto, Suharsimi. 1992. ***Metodologi Penelitian***. Jakarta. Rineka Cipta

Arikunto, Suharsimi. 2005. ***Management Penelitian***. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, S. 1997. ***Reliabilitas dan Validitas***. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

----------. 2000. ***Sikap Manusia***. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

----------. 2003. ***Metodologi Penelitian***. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

----------. 2004***. Penyusunan Skala Psikologi***. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bungin, Burhan. 2006. ***Metodologi Penelitian Kuantitatif.*** Jakarta: Kencana Pranada Media Group

Dessler, G. 1997. ***Manajemen Sumber Daya Manusia***. Jakarta: PT Prenhallindo

De Vito, 1986. ***Human Communication***. Jakarta:Erlangga

Effendi, O.U. 1997***. Kepemimpinan Dan Komunikasi***. Bandung: Mandar Maju

Flipo, B Edwin, 1984. ***Manajemen Personalia***. Jakarta: Erlangga

Gibson. dkk, 1996. ***Organisasi Jilid I.*** Jakarta: Erlangga

---------, dkk, 1996***. Organisasi Jilid II***. Jakarta: Erlangga

---------, dkk, 1997**.** ***Organisasi Perilaku, Struktur, Proses***. Jakarta: Bina Rupa Aksara

Hadi, Sutrisno. 1993. ***Metodologi Reserch***. Yogyakarta: Adi Offset

Handoko, Hani T. 1985. ***Manajemen Perbankan Dan Sumber Daya Alam***. Yogyakarta: Liberti.

Rakhmat,Jalaludin, 1994. ***Psikologi Komunikasi.*** Bandung: Rosdakarya

Jewell, L. 1998. ***Contemporary Industrial/ Organizational Psychology.*** California: Cole Publishing Company

Kamilia. 2000**.** ***Keterkaitan antara Orientasi Nilai Hidup dengan Komitmen Organisasi***. Jurnal Psikodinamik Fakultas Psikologi Malang Vol 2 No 2: UMM

Karina, 2000. ***Komitmen Organisasi***, *(http//www.google.com)*. diakses 19 Oktober 2009)

Kerlinger, F. 2006. ***Asas-Asas Penelitian Behavioral***. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Kriyantono, Rachmat, 2007. ***Teknik Praktis Riset Komunikasi***. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kuntjoro, Z. 2002. ***Komitmen Organisasi***. Jakarta. (*http//www.e-psikologi.com.* diakses 19 Oktober 2009)

Martini, Yuliani & Rostiana. 2003. ***Komitmen Organisasi Ditinjau Berdasarkan Iklim Organisasi Dan Motivasi Berprestasi***. Phonesis Jurnal Ilmiah Psikologi Teapan Vol 5 No 9: Universitas Tarumanegara

Mathias, R & Jackson, J. 2001. ***Manajemen Sumber Daya Manusia***. Jakarta: PT Salemba Empat Patria

McShane, S.L & Glinow, M.A. 2000**.** ***Organizational Behavior***. USA: Irwin McGraw-Hill

Miner, J. 1992**.** ***Industrial Organizational Psychology***. Singapore: McGraw-Hill

Arni, Muhammad. 2005**.** ***Komunikasi Organisasi***. Bumi Aksara. Jakarta

Moekijad. 1990. ***Asas-Asas Perilaku Organisasi***. Bandung: CV Mandar Maju

----------. 1993. ***Teori Komunikasi***. Bandung: CV Mandar Maju

Pravitasari. 2002. ***Komitmen Organisasi***, (*http//wwwgooglebuku.com*. diakses 09 juni 2010)

Phill Astrid, S Susanto. 1986. ***Filsafat Komunikasi***. Balai Pustaka: Jakarta

Rakhmat, J. 2002***. Psikologi Komunikasi***. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Robbins, S. P. 1996. ***Perilaku Organisasi Jilid I***. Jakarta: Erlangga

----------, 1996. ***Perilaku Organisasi Jilid II***.. Jakarta: Erlangga

----------, 2002. ***Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi***. Jakarta: Erlangga

Robbins, S & Coulter, M. 2004***. Manajemen***. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

Sastropoetra, Santoso. 1986. ***Partisipasi Komunikasi Persuasi Dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional.*** Bandung Alumni

Scahram. 1971. ***Women Message And Media.: Understanding Human Communication***. New York

Sculer, R. & Jackson., S. 1996***. Manajemen Sumber Daya Manusia***. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2005. ***Statistik Untuk Penelitian***. Alfabeta: Bandung

Sulaiman, Wahid. 2004. ***Analisis Regresi Menggunakan SPSS***. Andi:Yogyakarta

Supratiknya, a. 1995. ***Komunikasi Antar Pribadi (Tinjauan Psikologis)***. Yogyakarta: Kanisius.

Thoha, M. 2003***. Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan aplikasinya***. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Thomas, A, David and Fryar, 1984. ***Bussines Communication To Day California,*** Nasional Text Book Company

Unjuk Rasa Karyawan PT Kertas Leces di Probolinggo, (*http//www.liputan6.com*. diakses 12 Januari 2010)

Unjuk Rasa Karyawan PT Newmont Nusa Tenggara, (*http//www.liputan6.com*. diakses 13 September 2010)

Widjaja. 2000. ***Ilmu Komunikasi (Pengantar Studi).*** Jakarta: PT Rineka Cipta

Winarsunu, T. 2002***. Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan***. Malang: UMM

Wirasasmita, Yuyun, 1996. ***Komunikasi Bisnis dan Profesional***. Bandung: Remaja Rosdakarya

Wayne R, Pace, dkk, 2006. ***Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan***. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Yuliandi. 2008. ***Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi***. Skripsi Fakultas Psikologi. UIN Maliki Malang. Tidak Diterbitkan

Yuswianto, 2009***. Modul Metodologi Penelitian***. UIN MMI Malang

Yuwono, Ino dkk. 2005. ***Psikologi Industri Dan Organisasi***. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
TRY OUT SKALA KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Reliability
Scale: Komunikasi Interpersonal

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.900	.909	44

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.10	.481	30
VAR00002	3.10	.403	30
VAR00003	3.23	.504	30
VAR00004	2.40	.498	30
VAR00005	3.10	.548	30
VAR00006	3.30	.535	30
VAR00007	2.83	.461	30
VAR00008	3.07	.365	30
VAR00009	3.23	.504	30
VAR00010	3.07	.521	30
VAR00011	3.20	.484	30
VAR00012	3.03	.414	30
VAR00013	3.00	.643	30
VAR00014	3.23	.430	30
VAR00015	3.03	.320	30
VAR00016	3.03	.490	30
VAR00017	2.97	.414	30

VAR00018	3.03	.414	30
VAR00019	3.23	.430	30
VAR00020	3.27	.450	30
VAR00021	3.20	.407	30
VAR00022	3.07	.365	30
VAR00023	3.17	.379	30
VAR00024	3.07	.583	30
VAR00025	3.13	.434	30
VAR00026	2.63	.556	30
VAR00027	3.23	.504	30
VAR00028	3.20	.484	30
VAR00029	3.23	.504	30
VAR00030	2.83	.531	30
VAR00031	3.03	.490	30
VAR00032	3.13	.507	30
VAR00033	3.20	.484	30
VAR00034	3.23	.430	30
VAR00035	2.90	.607	30
VAR00036	3.20	.551	30
VAR00037	3.07	.254	30
VAR00038	3.03	.183	30
VAR00039	3.20	.484	30
VAR00040	3.17	.379	30
VAR00041	3.03	.414	30
VAR00042	2.83	.834	30
VAR00043	3.03	.320	30
VAR00044	3.30	.535	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.082	2.400	3.300	.900	1.375	.031	44

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	132.50	78.603	.522	.	.896

VAR00002	132.50	79.776	.465	.	.897
VAR00003	132.37	82.309	.079	.	.902
VAR00004	133.20	84.855	-.198	.	.905
VAR00005	132.50	79.500	.357	.	.898
VAR00006	132.30	77.941	.535	.	.895
VAR00007	132.77	84.323	-.148	.	.904
VAR00008	132.53	80.257	.442	.	.897
VAR00009	132.37	77.344	.641	.	.894
VAR00010	132.53	78.809	.454	.	.897
VAR00011	132.40	78.248	.560	.	.895
VAR00012	132.57	78.599	.615	.	.895
VAR00013	132.60	80.800	.179	.	.902
VAR00014	132.37	78.516	.601	.	.895
VAR00015	132.57	80.944	.389	.	.898
VAR00016	132.57	81.633	.159	.	.901
VAR00017	132.63	82.309	.107	.	.901
VAR00018	132.57	80.530	.348	.	.898
VAR00019	132.37	78.378	.620	.	.895
VAR00020	132.33	77.264	.736	.	.893
VAR00021	132.40	79.903	.442	.	.897
VAR00022	132.53	81.844	.198	.	.900
VAR00023	132.43	79.151	.591	.	.896
VAR00024	132.53	82.809	.013	.	.904
VAR00025	132.47	78.120	.648	.	.895
VAR00026	132.97	80.309	.267	.	.900
VAR00027	132.37	78.378	.521	.	.896
VAR00028	132.40	77.145	.694	.	.893
VAR00029	132.37	77.344	.641	.	.894
VAR00030	132.77	80.254	.289	.	.899
VAR00031	132.57	79.771	.374	.	.898
VAR00032	132.47	78.395	.515	.	.896
VAR00033	132.40	78.593	.519	.	.896
VAR00034	132.37	79.206	.508	.	.896
VAR00035	132.70	78.562	.404	.	.898
VAR00036	132.40	76.317	.692	.	.893
VAR00037	132.53	80.809	.528	.	.897

VAR00038	132.57	82.737	.154	.	.900
VAR00039	132.40	76.731	.745	.	.893
VAR00040	132.43	78.806	.644	.	.895
VAR00041	132.57	79.978	.423	.	.897
VAR00042	132.77	83.151	-.037	.	.909
VAR00043	132.57	82.599	.100	.	.900
VAR00044	132.30	76.079	.741	.	.892

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
135.60	83.283	9.126	44

Scale: putaran 1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.919	.922	41

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.10	.481	30
VAR00002	3.10	.403	30
VAR00003	3.23	.504	30
VAR00005	3.10	.548	30
VAR00006	3.30	.535	30
VAR00008	3.07	.365	30
VAR00009	3.23	.504	30
VAR00010	3.07	.521	30
VAR00011	3.20	.484	30

VAR00012	3.03	.414	30
VAR00013	3.00	.643	30
VAR00014	3.23	.430	30
VAR00015	3.03	.320	30
VAR00016	3.03	.490	30
VAR00017	2.97	.414	30
VAR00018	3.03	.414	30
VAR00019	3.23	.430	30
VAR00020	3.27	.450	30
VAR00021	3.20	.407	30
VAR00022	3.07	.365	30
VAR00023	3.17	.379	30
VAR00024	3.07	.583	30
VAR00025	3.13	.434	30
VAR00026	2.63	.556	30
VAR00027	3.23	.504	30
VAR00028	3.20	.484	30
VAR00029	3.23	.504	30
VAR00030	2.83	.531	30
VAR00031	3.03	.490	30
VAR00032	3.13	.507	30
VAR00033	3.20	.484	30
VAR00034	3.23	.430	30
VAR00035	2.90	.607	30
VAR00036	3.20	.551	30
VAR00037	3.07	.254	30
VAR00038	3.03	.183	30
VAR00039	3.20	.484	30
VAR00040	3.17	.379	30
VAR00041	3.03	.414	30
VAR00043	3.03	.320	30
VAR00044	3.30	.535	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.111	2.633	3.300	.667	1.253	.017	41

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	124.43	81.426	.498	.	.916
VAR00002	124.43	82.737	.421	.	.917
VAR00003	124.30	85.252	.051	.	.922
VAR00005	124.43	82.116	.359	.	.918
VAR00006	124.23	80.461	.545	.	.916
VAR00008	124.47	83.154	.405	.	.918
VAR00009	124.30	80.079	.626	.	.915
VAR00010	124.47	81.637	.433	.	.917
VAR00011	124.33	81.057	.538	.	.916
VAR00012	124.50	81.224	.615	.	.915
VAR00013	124.53	83.706	.158	.	.922
VAR00014	124.30	81.045	.613	.	.915
VAR00015	124.50	83.569	.395	.	.918
VAR00016	124.50	84.328	.157	.	.920
VAR00017	124.57	84.875	.123	.	.920
VAR00018	124.50	82.810	.398	.	.918
VAR00019	124.30	80.562	.678	.	.915
VAR00020	124.27	79.789	.746	.	.914
VAR00021	124.33	82.437	.457	.	.917
VAR00022	124.47	84.257	.237	.	.919
VAR00023	124.37	81.413	.647	.	.915
VAR00024	124.47	85.292	.032	.	.923
VAR00025	124.40	80.662	.658	.	.915
VAR00026	124.90	83.128	.251	.	.920
VAR00027	124.30	80.907	.532	.	.916
VAR00028	124.33	79.609	.710	.	.914
VAR00029	124.30	80.217	.610	.	.915
VAR00030	124.70	82.769	.304	.	.919
VAR00031	124.50	82.328	.384	.	.918

VAR00032	124.40	80.938	.524	.	.916
VAR00033	124.33	81.402	.497	.	.916
VAR00034	124.30	81.390	.568	.	.916
VAR00035	124.63	81.482	.377	.	.918
VAR00036	124.33	78.575	.727	.	.913
VAR00037	124.47	83.361	.552	.	.917
VAR00038	124.50	85.431	.153	.	.919
VAR00039	124.33	79.126	.769	.	.913
VAR00040	124.37	81.068	.699	.	.915
VAR00041	124.50	82.328	.464	.	.917
VAR00043	124.50	85.500	.064	.	.920
VAR00044	124.23	78.737	.733	.	.913

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
127.53	85.982	9.273	41

Scale: putaran 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.927	.930	38

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.10	.481	30
VAR00002	3.10	.403	30
VAR00005	3.10	.548	30

VAR00006	3.30	.535	30
VAR00008	3.07	.365	30
VAR00009	3.23	.504	30
VAR00010	3.07	.521	30
VAR00011	3.20	.484	30
VAR00012	3.03	.414	30
VAR00013	3.00	.643	30
VAR00014	3.23	.430	30
VAR00015	3.03	.320	30
VAR00016	3.03	.490	30
VAR00017	2.97	.414	30
VAR00018	3.03	.414	30
VAR00019	3.23	.430	30
VAR00020	3.27	.450	30
VAR00021	3.20	.407	30
VAR00022	3.07	.365	30
VAR00023	3.17	.379	30
VAR00025	3.13	.434	30
VAR00026	2.63	.556	30
VAR00027	3.23	.504	30
VAR00028	3.20	.484	30
VAR00029	3.23	.504	30
VAR00030	2.83	.531	30
VAR00031	3.03	.490	30
VAR00032	3.13	.507	30
VAR00033	3.20	.484	30
VAR00034	3.23	.430	30
VAR00035	2.90	.607	30
VAR00036	3.20	.551	30
VAR00037	3.07	.254	30
VAR00038	3.03	.183	30
VAR00039	3.20	.484	30
VAR00040	3.17	.379	30
VAR00041	3.03	.414	30
VAR00044	3.30	.535	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.111	2.633	3.300	.667	1.253	.018	38

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	115.10	79.334	.497	.	.925
VAR00002	115.10	80.645	.417	.	.925
VAR00005	115.10	80.093	.350	.	.926
VAR00006	114.90	78.369	.545	.	.924
VAR00008	115.13	81.154	.385	.	.926
VAR00009	114.97	78.102	.613	.	.923
VAR00010	115.13	79.637	.421	.	.925
VAR00011	115.00	78.897	.545	.	.924
VAR00012	115.17	79.247	.597	.	.924
VAR00013	115.20	81.890	.130	.	.930
VAR00014	114.97	78.792	.634	.	.923
VAR00015	115.17	81.454	.392	.	.926
VAR00016	115.17	82.144	.162	.	.928
VAR00017	115.23	82.806	.112	.	.928
VAR00018	115.17	80.420	.435	.	.925
VAR00019	114.97	78.447	.681	.	.923
VAR00020	114.93	77.720	.744	.	.922
VAR00021	115.00	80.345	.454	.	.925
VAR00022	115.13	82.120	.237	.	.927
VAR00023	115.03	79.275	.652	.	.923
VAR00025	115.07	78.547	.661	.	.923
VAR00026	115.57	80.944	.257	.	.928
VAR00027	114.97	78.861	.526	.	.924
VAR00028	115.00	77.379	.729	.	.922
VAR00029	114.97	78.309	.589	.	.923
VAR00030	115.37	80.723	.295	.	.927
VAR00031	115.17	80.144	.392	.	.926
VAR00032	115.07	78.754	.534	.	.924
VAR00033	115.00	79.310	.496	.	.925

VAR00034	114.97	79.068	.597	.	.924
VAR00035	115.30	79.666	.349	.	.927
VAR00036	115.00	76.414	.738	.	.922
VAR00037	115.13	81.292	.539	.	.925
VAR00038	115.17	83.247	.162	.	.927
VAR00039	115.00	76.828	.796	.	.921
VAR00040	115.03	78.792	.726	.	.923
VAR00041	115.17	80.075	.483	.	.925
VAR00044	114.90	76.507	.751	.	.921

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
118.20	83.821	9.155	38

Scale: putaran 3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.934	.937	34

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.10	.481	30
VAR00002	3.10	.403	30
VAR00005	3.10	.548	30
VAR00006	3.30	.535	30
VAR00008	3.07	.365	30
VAR00009	3.23	.504	30
VAR00010	3.07	.521	30

VAR00011	3.20	.484	30
VAR00012	3.03	.414	30
VAR00014	3.23	.430	30
VAR00015	3.03	.320	30
VAR00018	3.03	.414	30
VAR00019	3.23	.430	30
VAR00020	3.27	.450	30
VAR00021	3.20	.407	30
VAR00022	3.07	.365	30
VAR00023	3.17	.379	30
VAR00025	3.13	.434	30
VAR00026	2.63	.556	30
VAR00027	3.23	.504	30
VAR00028	3.20	.484	30
VAR00029	3.23	.504	30
VAR00030	2.83	.531	30
VAR00031	3.03	.490	30
VAR00032	3.13	.507	30
VAR00033	3.20	.484	30
VAR00034	3.23	.430	30
VAR00035	2.90	.607	30
VAR00036	3.20	.551	30
VAR00037	3.07	.254	30
VAR00039	3.20	.484	30
VAR00040	3.17	.379	30
VAR00041	3.03	.414	30
VAR00044	3.30	.535	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.123	2.633	3.300	.667	1.253	.019	34

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	103.07	74.202	.531	.	.932

VAR00002	103.07	75.857	.401	.	.934
VAR00005	103.07	75.030	.369	.	.934
VAR00006	102.87	73.223	.582	.	.932
VAR00008	103.10	76.231	.387	.	.934
VAR00009	102.93	73.375	.603	.	.932
VAR00010	103.10	75.128	.380	.	.934
VAR00011	102.97	74.240	.522	.	.932
VAR00012	103.13	74.533	.578	.	.932
VAR00014	102.93	73.926	.638	.	.931
VAR00015	103.13	76.671	.368	.	.934
VAR00018	103.13	75.706	.411	.	.934
VAR00019	102.93	73.651	.677	.	.931
VAR00020	102.90	72.921	.743	.	.930
VAR00021	102.97	75.413	.461	.	.933
VAR00022	103.10	77.059	.256	.	.935
VAR00023	103.00	74.276	.676	.	.931
VAR00025	103.03	73.826	.646	.	.931
VAR00026	103.53	76.257	.233	.	.936
VAR00027	102.93	73.926	.537	.	.932
VAR00028	102.97	72.309	.764	.	.930
VAR00029	102.93	73.651	.570	.	.932
VAR00030	103.33	75.540	.326	.	.935
VAR00031	103.13	75.292	.388	.	.934
VAR00032	103.03	73.551	.577	.	.932
VAR00033	102.97	74.447	.497	.	.933
VAR00034	102.93	73.995	.629	.	.931
VAR00035	103.27	75.168	.313	.	.936
VAR00036	102.97	71.620	.741	.	.930
VAR00037	103.10	76.231	.573	.	.933
VAR00039	102.97	72.033	.799	.	.929
VAR00040	103.00	73.655	.774	.	.930
VAR00041	103.13	75.361	.459	.	.933
VAR00044	102.87	71.706	.755	.	.930

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
106.17	78.833	8.879	34

Scale: putaran 4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.937	.939	32

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.10	.481	30
VAR00002	3.10	.403	30
VAR00005	3.10	.548	30
VAR00006	3.30	.535	30
VAR00008	3.07	.365	30
VAR00009	3.23	.504	30
VAR00010	3.07	.521	30
VAR00011	3.20	.484	30
VAR00012	3.03	.414	30
VAR00014	3.23	.430	30
VAR00015	3.03	.320	30
VAR00018	3.03	.414	30
VAR00019	3.23	.430	30
VAR00020	3.27	.450	30
VAR00021	3.20	.407	30
VAR00023	3.17	.379	30

VAR00025	3.13	.434	30
VAR00027	3.23	.504	30
VAR00028	3.20	.484	30
VAR00029	3.23	.504	30
VAR00030	2.83	.531	30
VAR00031	3.03	.490	30
VAR00032	3.13	.507	30
VAR00033	3.20	.484	30
VAR00034	3.23	.430	30
VAR00035	2.90	.607	30
VAR00036	3.20	.551	30
VAR00037	3.07	.254	30
VAR00039	3.20	.484	30
VAR00040	3.17	.379	30
VAR00041	3.03	.414	30
VAR00044	3.30	.535	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.140	2.833	3.300	.467	1.165	.012	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	97.37	70.102	.513	.	.935
VAR00002	97.37	71.551	.404	.	.936
VAR00005	97.37	70.585	.389	.	.937
VAR00006	97.17	68.971	.586	.	.934
VAR00008	97.40	71.972	.381	.	.936
VAR00009	97.23	69.082	.612	.	.934
VAR00010	97.40	70.800	.387	.	.937
VAR00011	97.27	69.926	.531	.	.935
VAR00012	97.43	70.254	.582	.	.934
VAR00014	97.23	69.633	.647	.	.934
VAR00015	97.43	72.392	.362	.	.936
VAR00018	97.43	71.564	.390	.	.936

VAR00019	97.23	69.426	.677	.	.933
VAR00020	97.20	68.717	.744	.	.933
VAR00021	97.27	71.168	.456	.	.936
VAR00023	97.30	70.079	.668	.	.934
VAR00025	97.33	69.747	.624	.	.934
VAR00027	97.23	69.771	.527	.	.935
VAR00028	97.27	68.133	.763	.	.932
VAR00029	97.23	69.564	.553	.	.935
VAR00030	97.63	71.068	.348	.	.937
VAR00031	97.43	71.013	.389	.	.936
VAR00032	97.33	69.333	.577	.	.934
VAR00033	97.27	70.133	.505	.	.935
VAR00034	97.23	69.702	.637	.	.934
VAR00035	97.57	70.806	.322	.	.938
VAR00036	97.27	67.444	.742	.	.932
VAR00037	97.40	71.972	.564	.	.935
VAR00039	97.27	67.857	.799	.	.932
VAR00040	97.30	69.459	.770	.	.933
VAR00041	97.43	71.082	.460	.	.935
VAR00044	97.17	67.523	.757	.	.932

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
100.47	74.464	8.629	32

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Komunikasi (a)	.	Enter

a All requested variables entered.
b Dependent Variable: Komitmen

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,322(a)	,104	,090	6,598

a Predictors: (Constant), Komunikasi
b Dependent Variable: Komitmen

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331,749	1	331,749	7,621	,007(a)
	Residual	2873,001	66	43,530		
	Total	3204,750	67			

a Predictors: (Constant), Komunikasi
b Dependent Variable: Komitmen

Coefficients(a)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	51,525	9,714		5,304	,000
	Komunikasi	,251	,091	,322	2,761	,007

a Dependent Variable: Komitmen

Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	75,59	84,11	78,25	2,225	68
Residual	-14,095	19,158	,000	6,548	68
Std. Predicted Value	-1,196	2,634	,000	1,000	68
Std. Residual	-2,136	2,904	,000	,993	68

a Dependent Variable: Komitmen

Nonparametric Correlations

Correlations

			Komunikasi	Abs_Res
Spearman's rho	Komunikasi	Correlation Coefficient	1,000	,214
		Sig. (2-tailed)	.	,080
		N	68	68
	Abs_Res	Correlation Coefficient	,214	1,000
		Sig. (2-tailed)	,080	.
		N	68	68

HASIL UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,54832937
Most Extreme Differences	Absolute	,140
	Positive	,140
	Negative	-,073
Kolmogorov-Smirnov Z		1,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,137

a Test distribution is Normal.
b Calculated from data.

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Angket I

IDENTITAS PENGISI		
Nama	**:**	
Jenis Kelamin	**:**	1. Laki-laki 2. Perempuan
Jabatan	**:**	

PETUNJUK PENGISIAN

Bacalah pernyataan berikut kemudian berilah tanda (√) pada salah satu dari 5 kolom yang tersedia.

1. **SS : Sangat Setuju**
2. **S : Setuju**
3. **TS : Tidak Setuju**
4. **STS : Sangat Tidak Setuju**

Semua jawaban anda benar JIKA pilihan anda sesuai dengan keadaan, perasaan dan perilaku anda. Terima Kasih atas kerja samanya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan anda !!!

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu mengerti apa yang disampaikan oleh rekan kerja	SS	S	TS	STS
2	Saya mampu menangkap inti serta pesan-pesan penting yang ingin diungkapkan, dari setiap pembicaraan yang telah saya lakukan bersama rekan kerja	SS	S	TS	STS
3	Saya tidak mampu menyesuaikan diri ketika berbicara dengan orang lain yang berlatar belakang berbeda	SS	S	TS	STS

4	Saya tidak mau memberikan masukan-masukan dalam membantu memecahkan masalah	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
5	Saya senang bila rekan kerja mau berbagi keluh kesahnya seputar pekerjaan dengan saya, sehingga saya bisa membantu bila diperlukan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
6	Saya menerima pendapat rekan kerja saya, meskipun pendapat tersebut berbeda dengan pendapat saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
7	Saya tidak mau menerima pendapat rekan kerja saya, meskipun pendapat tersebut berbeda dengan pendapat saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
8	Saya merupakan orang yang cuek saat berkomunikasi sekalipun melihat respon atau umpan balik yang tidak sesuai dengan yang saya harapkan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
9	Saya dapat memberikan masukan-masukan dalam membantu memecahkan masalah	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
10	Saya merasa kebingungan dengan perasaan rekan kerja yang berkomunikasi dengan saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
11	Saya mencari cara yang tepat agar dapat menyampaikan pesan dengan baik dan benar, sehingga tidak terdapat kesalahan dalam menyampaikannya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
12	Saya merasa kebingungan dengan pesan-pesan penting yang ingin diungkapkan, dari setiap pembicaraan yang telah saya lakukan bersama rekan kerja	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
13	Saya dapat berbicara secara terus terang bersama rekan kerja bila dibutuhkan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
14	Saya tidak peduli bila ada rekan kerja sedang berbicara dengan saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
15	Saya merasa terbebani bila diminta untuk membantu rekan kerja memecahkan konflik yang yang dialaminya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**

	sehubungan dengan pekerjaan di kantor				
16	Bila menerima kritikan-kritikan dari rekan kerja, saya dapat menerimanya dengan baik dan lapang dada	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
17	Saya adalah orang yang menyenangkan untuk diajak berbicara seputar dengan pekerjaan di kantor yang sedang terbebani dengan pekerjaannya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
18	Saya malas menyampaikan pandangan-pandangan saya kepada rekan kerja	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
19	Saya mau mendengarkan dengan seksama apa yang dibicarakan oleh rekan kerja pada saat berbicara dengan penuh perhatian	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
20	Saya adalah orang yang membosankan untuk diajak berbicara	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
21	Saya tidak mau menyampaikan gagasan-gagasan yang saya miliki kepada rekan kerja	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
22	Pendapat dari rekan kerja merupakan masukan yang berharga bagi saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
23	Saya tidak peduli apakah rekan kerja menganggap saya pendengar yang baik atau bukan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
24	Saya malas menjelaskan kembali gagasan-gagasan yang sudah saya sampaikan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
25	Saya tidak mau menghargai gagasan dan keputusan yang telah disepakati bersama bila gagasan atau keputusan itu bukan dari saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
26	Saya mampu menjelaskan kembali gagasan-gagasan yang sudah saya sampaikan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
27	Saya senang bila dapat membantu rekan kerja memcahkan konflik yang dialaminya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**

28	Saya tidak dapat berbicara secara terus terang bersama rekan kerja yang membutuhakan bantuan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
29	Saya tidak dapat menerima kritikan-kritikan dari rekan kerja dengan lapang dada	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
30	Saya dapat mengemukakan saran-saran kepada rekan kerja sehubungan dengan pekerjaan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
31	Saya sering malas apabila diminta untuk mengemukakan saran-saran kepada rekan kerja sehubungan dengan pekerjaan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
32	Saya dapat menyampaikan gagasan-gagasan yang saya miliki kepada rekan kerja	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
33	Saya tidak mampu mengungkapkan perasaan-perasaan yang saya rasakan kepada rekan kerja	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
34	Saya menghargai gagasan dan keputusan yang telah disepakati bersama	**SS**	**S**	**TS**	**STS**

ٱلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ ٱلْعَٰلَمِينَ

Sukriya

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Angket II

IDENTITAS PENGISI		
Nama /Inisial	**:**	
Jenis Kelamin	**:**	1. Laki-laki 2. Perempuan
Jabatan	**:**	

PETUNJUK PENGISIAN

Bacalah pernyataan berikut kemudian berilah tanda (√) pada salah satu dari 5 kolom yang tersedia.

1. **SS : Sangat Setuju**
2. **S : Setuju**
3. **TS : Tidak Setuju**
4. **STS : Sangat Tidak Setuju**

Semua jawaban anda benar JIKA pilihan anda sesuai dengan keadaan, perasaan dan perilaku anda. Terima Kasih atas kerja samanya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan anda !!!

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya sangat bahagia jika dapat menghabiskan masa kerja saya di Perusahaan ini	SS	S	TS	STS
2	Saya bersedia mencurahkan usaha-usaha yang melebihi kondisi normal yang diharapkan untuk membantu tim kerja saya menjadi sukses	SS	S	TS	STS
3	Bagi saya, perusahaan ini merupakan pilihan terbaik untuk bekerja	SS	S	TS	STS
4	Jika saya belum melibatkan diri terlalu dalam di perusahaan ini, saya mungkin mempertimbangkan bekerja di tempat lain	SS	S	TS	STS

5	Perusahaan ini mempunyai arti pribadi yang besar bagi saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
6	Saya sungguh-sungguh menaruh perhatian terhadap nasib atau masa depan perusahaan ini	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
7	Saya seringkali berupaya memikirkan cara-cara menjalankan pekerjaan saya secara lebih efektif	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
8	Saya tidak senang mengerjakan tugas-tugas yang sedang saya kerjakan dengan rekan-rekan kantor	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
9	Bekerja di perusahaan ini hanya menimbulkan perubahan yang sangat kecil terhadap kesejahteraan hidup saya, sehingga saya ingin meninggalkan perusahaan ini.	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
10	Saat ini, terus bekerja di perusahaan ini merupaka kebutuhan dan juga keinginan saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
11	Dalam pekerjaan sekarang ini, saya bersedia melakukan pekerjaan tambahan yang ditugaskan kepada saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
12	Saya tidak punya perasaan “memiliki” yang kuat terhadap perusahaan ini	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
13	Saya hanya mau melakukan apa yang menjadi tugas saya, tidak lebih dan tidak kurang	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
14	Saya bersedia menerima segala macam tugas guna mempertahankan berjalannya perusahaan ini	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
15	Saya lembur guna menyelesaikan tugas-tugas yang sedang saya kerjakan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
16	Jika bisa memilih antara pergi ke kantor atau tinggal di rumah, saya memilih tinggal di rumah saja	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
17	Saya tidak merasa sebagai “bagian dari keluarga”	**SS**	**S**	**TS**	**STS**

	perusahaan ini				
18	Secara pribadi saya sangat terlibat dengan tugas yang saya kerjakan selama ini	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
19	Tidak banyak manfaat yang diperoleh dengan bergabung di perusahaan ini dalam jangka waktu yang lama	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
20	Perusahaan ini layak memperoleh kesetiaan saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
21	Keputusan saya bekerja di perusahaan ini benar-benar merupakan salah satu kesalahan saya	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
22	Perusahaan ini sungguh memberikan inspirasi terbaik kepada saya dalam hal menjalankan tugas	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
23	Saya bangga menceritakan kepada orang lain bahwa saya merupakan karyawan atau bagian dari organisasai di perusahaan ini	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
24	Biasanya, saya tidak merasa menjadi bagian dari jenis pekerjaan yang saya kerjakan saat ini	**SS**	**S**	**TS**	**STS**
25	Saya seringkali mengalami kesulitan menyetujui kebijakan-kebijakan penting berkaitan dengan karyawan yang telah ditetapkan oleh perusahaan	**SS**	**S**	**TS**	**STS**

ٱلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ ٱلْعَٰلَمِينَ

Sukriya

UJI AUTOKORELASI

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Komunikasi (a)	.	Enter

a All requested variables entered.
b Dependent Variable: Komitmen

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,322(a)	,104	,090	6,598	2,311

a Predictors: (Constant), Komunikasi
b Dependent Variable: Komitmen

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331,749	1	331,749	7,621	,007(a)
	Residual	2873,001	66	43,530		
	Total	3204,750	67			

a Predictors: (Constant), Komunikasi
b Dependent Variable: Komitmen

Coefficients(a)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	51,525	9,714		5,304	,000
	Komunikasi	,251	,091	,322	2,761	,007

a Dependent Variable: Komitmen

Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	75,59	84,11	78,25	2,225	68
Residual	-14,095	19,158	,000	6,548	68
Std. Predicted Value	-1,196	2,634	,000	1,000	68
Std. Residual	-2,136	2,904	,000	,993	68

a Dependent Variable: Komitmen

UJI LINIERITAS

Curve Fit

Model Description

Model Name		MOD_1
Dependent Variable	1	Komitmen
Equation	1	Linear
Independent Variable		Komunikasi
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

Case Processing Summary

	N
Total Cases	68
Excluded Cases(a)	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

Variable Processing Summary

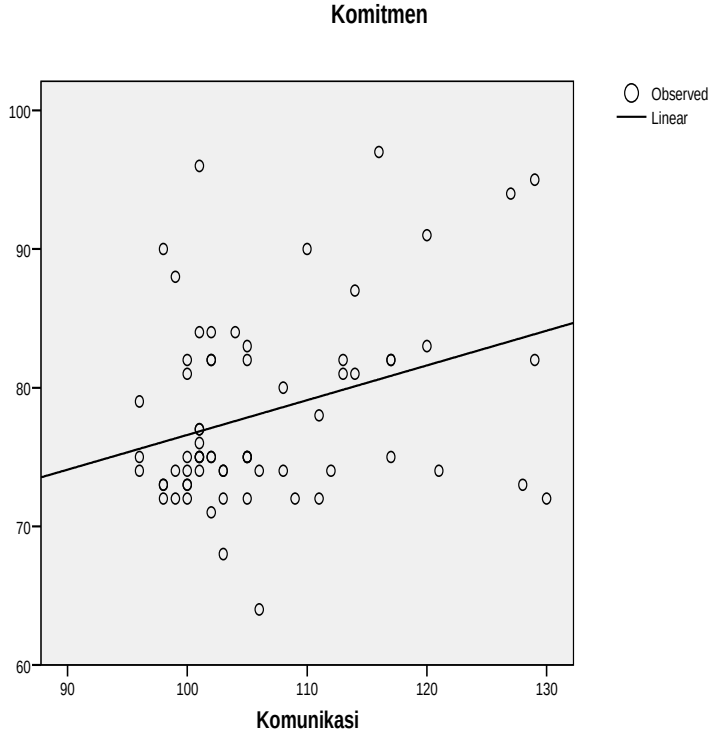
		Variables	
		Dependent	Independent
		Komitmen	Komunikasi
Number of Positive Values		68	68
Number of Zeros		0	0
Number of Negative Values		0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0	0
	System-Missing	0	0

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Komitmen

	Model Summary					Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	,104	7,621	1	66	,007	51,525	,251

The independent variable is Komunikasi.


Komitmen
Observed
Linear
100
90
80
70
60
90
100
110
120
130
Komunikasi

HASIL REGRESI PENELITIAN SKALA KOMUNIKASI INTERPERSONAL

DAN KOMITMEN ORGANISASI

Regression

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322[a]	.104	.090	6.598

a. Predictors: (Constant), komunikasi

b. Dependent Variable: Komitmen

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331.749	1	331.749	7.621	.007[a]
	Residual	2873.001	66	43.530		
	Total	3204.750	67			

a. Predictors: (Constant), Komunikasi

b. Dependent Variable: Komitmen

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.525	9.714		5.304	.000
	Komunikasi	.251	.091	.322	2.761	.007

a. Dependent Variable: Komitmen

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

TRY OUT SKALA KOMITMEN ORGANISASI

Reliability

Scale: komitmen organisasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.922	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.37	.556	30
VAR00002	3.07	.450	30
VAR00003	3.27	.450	30
VAR00004	2.57	.679	30
VAR00005	3.20	.610	30
VAR00006	3.07	.691	30
VAR00007	3.20	.407	30
VAR00008	3.23	.504	30
VAR00009	3.23	.430	30
VAR00010	2.00	.695	30
VAR00011	3.10	.481	30
VAR00012	3.40	.498	30
VAR00013	3.27	.521	30
VAR00014	3.17	.461	30
VAR00015	3.27	.583	30
VAR00016	3.17	.648	30
VAR00017	3.30	.466	30
VAR00018	3.13	.346	30
VAR00019	3.33	.479	30

VAR00020	3.30	.535	30
VAR00021	3.00	.455	30
VAR00022	2.97	.414	30
VAR00023	2.90	.548	30
VAR00024	3.30	.651	30
VAR00025	3.00	.695	30
VAR00026	3.47	.507	30
VAR00027	3.13	.346	30
VAR00028	3.17	.461	30
VAR00029	3.13	.507	30
VAR00030	2.93	.365	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.121	2.000	3.467	1.467	1.733	.076	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	90.27	64.409	.456	.	.908
VAR00002	90.57	64.392	.582	.	.906
VAR00003	90.37	63.757	.673	.	.905
VAR00004	91.07	64.202	.379	.	.910
VAR00005	90.43	65.220	.325	.	.911
VAR00006	90.57	65.082	.290	.	.912
VAR00007	90.43	64.116	.692	.	.905
VAR00008	90.40	62.179	.800	.	.902
VAR00009	90.40	63.697	.715	.	.905
VAR00010	91.63	72.378	-.344	.	.925
VAR00011	90.53	64.602	.512	.	.907
VAR00012	90.23	62.323	.791	.	.903
VAR00013	90.37	64.033	.538	.	.907
VAR00014	90.47	65.016	.479	.	.908
VAR00015	90.37	62.930	.597	.	.905
VAR00016	90.47	61.223	.705	.	.903
VAR00017	90.33	62.506	.823	.	.903
VAR00018	90.50	65.638	.542	.	.907
VAR00019	90.30	64.700	.501	.	.907
VAR00020	90.33	63.885	.540	.	.907
VAR00021	90.63	65.413	.431	.	.908

VAR00022	90.67	67.057	.231	.	.911
VAR00023	90.73	66.271	.249	.	.911
VAR00024	90.33	63.333	.486	.	.908
VAR00025	90.63	62.585	.521	.	.907
VAR00026	90.17	62.626	.736	.	.903
VAR00027	90.50	65.707	.529	.	.907
VAR00028	90.47	64.120	.604	.	.906
VAR00029	90.50	64.879	.447	.	.908
VAR00030	90.70	66.148	.423	.	.909

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
93.63	68.792	8.294	30

Scale: putaran 1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.925	.931	29

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.37	.556	30
VAR00002	3.07	.450	30
VAR00003	3.27	.450	30
VAR00004	2.57	.679	30
VAR00005	3.20	.610	30
VAR00006	3.07	.691	30
VAR00007	3.20	.407	30
VAR00008	3.23	.504	30
VAR00009	3.23	.430	30
VAR00011	3.10	.481	30

VAR00012	3.40	.498	30
VAR00013	3.27	.521	30
VAR00014	3.17	.461	30
VAR00015	3.27	.583	30
VAR00016	3.17	.648	30
VAR00017	3.30	.466	30
VAR00018	3.13	.346	30
VAR00019	3.33	.479	30
VAR00020	3.30	.535	30
VAR00021	3.00	.455	30
VAR00022	2.97	.414	30
VAR00023	2.90	.548	30
VAR00024	3.30	.651	30
VAR00025	3.00	.695	30
VAR00026	3.47	.507	30
VAR00027	3.13	.346	30
VAR00028	3.17	.461	30
VAR00029	3.13	.507	30
VAR00030	2.93	.365	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.160	2.567	3.467	.900	1.351	.033	29

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	88.27	67.720	.475	.	.923
VAR00002	88.57	67.771	.595	.	.921
VAR00003	88.37	67.137	.684	.	.920
VAR00004	89.07	67.789	.369	.	.925
VAR00005	88.43	68.875	.309	.	.926
VAR00006	88.57	68.668	.282	.	.927
VAR00007	88.43	67.633	.684	.	.920
VAR00008	88.40	65.628	.796	.	.918
VAR00009	88.40	67.076	.726	.	.920
VAR00011	88.53	68.120	.508	.	.922
VAR00012	88.23	65.702	.796	.	.918
VAR00013	88.37	67.344	.557	.	.922
VAR00014	88.47	68.464	.485	.	.923

VAR00015	88.37	66.447	.588	.	.921
VAR00016	88.47	64.533	.714	.	.919
VAR00017	88.33	65.954	.820	.	.918
VAR00018	88.50	68.948	.577	.	.922
VAR00019	88.30	68.286	.487	.	.923
VAR00020	88.33	67.057	.575	.	.921
VAR00021	88.63	68.861	.439	.	.923
VAR00022	88.67	70.506	.245	.	.925
VAR00023	88.73	69.720	.258	.	.926
VAR00024	88.33	66.989	.466	.	.923
VAR00025	88.63	66.171	.506	.	.923
VAR00026	88.17	66.006	.742	.	.919
VAR00027	88.50	69.086	.552	.	.922
VAR00028	88.47	67.568	.606	.	.921
VAR00029	88.50	68.259	.461	.	.923
VAR00030	88.70	69.666	.423	.	.923

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
91.63	72.378	8.508	29

Scale: putaran 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.929	.935	26

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.37	.556	30
VAR00002	3.07	.450	30
VAR00003	3.27	.450	30

VAR00004	2.57	.679	30
VAR00005	3.20	.610	30
VAR00007	3.20	.407	30
VAR00008	3.23	.504	30
VAR00009	3.23	.430	30
VAR00011	3.10	.481	30
VAR00012	3.40	.498	30
VAR00013	3.27	.521	30
VAR00014	3.17	.461	30
VAR00015	3.27	.583	30
VAR00016	3.17	.648	30
VAR00017	3.30	.466	30
VAR00018	3.13	.346	30
VAR00019	3.33	.479	30
VAR00020	3.30	.535	30
VAR00021	3.00	.455	30
VAR00024	3.30	.651	30
VAR00025	3.00	.695	30
VAR00026	3.47	.507	30
VAR00027	3.13	.346	30
VAR00028	3.17	.461	30
VAR00029	3.13	.507	30
VAR00030	2.93	.365	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.181	2.567	3.467	.900	1.351	.032	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	79.33	59.402	.502	.	.927
VAR00002	79.63	59.620	.603	.	.926
VAR00003	79.43	59.013	.694	.	.925
VAR00004	80.13	59.775	.360	.	.931
VAR00005	79.50	60.810	.297	.	.931
VAR00007	79.50	59.569	.681	.	.925
VAR00008	79.47	57.568	.809	.	.923
VAR00009	79.47	58.947	.738	.	.924
VAR00011	79.60	59.903	.521	.	.927

VAR00012	79.30	57.666	.806	.	.923
VAR00013	79.43	59.357	.546	.	.927
VAR00014	79.53	60.464	.465	.	.928
VAR00015	79.43	58.323	.600	.	.926
VAR00016	79.53	56.740	.702	.	.924
VAR00017	79.40	58.041	.810	.	.923
VAR00018	79.57	60.875	.559	.	.927
VAR00019	79.37	60.171	.485	.	.928
VAR00020	79.40	58.938	.583	.	.926
VAR00021	79.70	60.907	.408	.	.929
VAR00024	79.40	58.869	.472	.	.928
VAR00025	79.70	58.148	.508	.	.928
VAR00026	79.23	58.047	.738	.	.924
VAR00027	79.57	61.013	.533	.	.927
VAR00028	79.53	59.430	.614	.	.926
VAR00029	79.57	60.047	.471	.	.928
VAR00030	79.77	61.426	.428	.	.928

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
82.70	64.010	8.001	26

Scale: putaran 3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.936	25

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.37	.556	30
VAR00002	3.07	.450	30

VAR00003	3.27	.450	30
VAR00004	2.57	.679	30
VAR00007	3.20	.407	30
VAR00008	3.23	.504	30
VAR00009	3.23	.430	30
VAR00011	3.10	.481	30
VAR00012	3.40	.498	30
VAR00013	3.27	.521	30
VAR00014	3.17	.461	30
VAR00015	3.27	.583	30
VAR00016	3.17	.648	30
VAR00017	3.30	.466	30
VAR00018	3.13	.346	30
VAR00019	3.33	.479	30
VAR00020	3.30	.535	30
VAR00021	3.00	.455	30
VAR00024	3.30	.651	30
VAR00025	3.00	.695	30
VAR00026	3.47	.507	30
VAR00027	3.13	.346	30
VAR00028	3.17	.461	30
VAR00029	3.13	.507	30
VAR00030	2.93	.365	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.180	2.567	3.467	.900	1.351	.033	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	76.13	56.326	.500	.	.930
VAR00002	76.43	56.461	.614	.	.928
VAR00003	76.23	55.909	.699	.	.927
VAR00004	76.93	57.030	.324	.	.934
VAR00007	76.30	56.424	.691	.	.927
VAR00008	76.27	54.547	.807	.	.925
VAR00009	76.27	55.857	.741	.	.926
VAR00011	76.40	56.731	.531	.	.929
VAR00012	76.10	54.714	.793	.	.925

VAR00013	76.23	56.254	.548	.	.929
VAR00014	76.33	57.264	.478	.	.930
VAR00015	76.23	55.289	.597	.	.928
VAR00016	76.33	53.747	.700	.	.926
VAR00017	76.20	54.993	.810	.	.925
VAR00018	76.37	57.689	.572	.	.929
VAR00019	76.17	57.247	.459	.	.930
VAR00020	76.20	55.890	.579	.	.928
VAR00021	76.50	57.638	.429	.	.930
VAR00024	76.20	55.683	.484	.	.931
VAR00025	76.50	55.086	.508	.	.930
VAR00026	76.03	54.999	.738	.	.926
VAR00027	76.37	57.757	.558	.	.929
VAR00028	76.33	56.299	.621	.	.928
VAR00029	76.37	56.930	.473	.	.930
VAR00030	76.57	58.323	.422	.	.930

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
79.50	60.810	7.798	25

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
SKALA KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Reliability

Scale: Komunikasi Interpersonal

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	68	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.944	.945	34

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.10	.428	68
VAR00002	3.00	.457	68
VAR00003	3.13	.486	68
VAR00004	3.28	.514	68
VAR00005	3.16	.371	68
VAR00006	3.01	.366	68
VAR00007	3.21	.442	68
VAR00008	3.06	.453	68
VAR00009	3.18	.455	68
VAR00010	3.03	.422	68
VAR00011	3.21	.407	68
VAR00012	3.04	.364	68
VAR00013	3.04	.403	68
VAR00014	3.18	.384	68
VAR00015	3.22	.418	68
VAR00016	3.21	.407	68
VAR00017	3.01	.473	68
VAR00018	3.16	.371	68
VAR00019	3.09	.448	68
VAR00020	3.28	.484	68
VAR00021	3.12	.561	68

VAR00022	3.31	.496	68
VAR00023	3.18	.455	68
VAR00024	3.07	.467	68
VAR00025	3.13	.454	68
VAR00026	3.13	.486	68
VAR00027	3.21	.407	68
VAR00028	2.99	.473	68
VAR00029	3.18	.571	68
VAR00030	3.06	.237	68
VAR00031	3.15	.396	68
VAR00032	3.16	.371	68
VAR00033	3.06	.419	68
VAR00034	3.28	.514	68

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.136	2.985	3.309	.324	1.108	.008	34

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	103.51	75.448	.427	.	.943
VAR00002	103.62	76.090	.314	.	.944
VAR00003	103.49	74.403	.497	.	.943
VAR00004	103.34	73.750	.543	.	.942
VAR00005	103.46	74.461	.657	.	.941
VAR00006	103.60	76.303	.370	.	.943
VAR00007	103.41	73.709	.645	.	.941
VAR00008	103.56	74.489	.526	.	.942
VAR00009	103.44	73.892	.602	.	.942
VAR00010	103.59	74.246	.602	.	.942
VAR00011	103.41	74.783	.548	.	.942
VAR00012	103.57	76.009	.420	.	.943
VAR00013	103.57	75.323	.475	.	.943
VAR00014	103.44	73.743	.745	.	.941
VAR00015	103.40	73.228	.756	.	.940
VAR00016	103.41	73.738	.701	.	.941
VAR00017	103.60	75.616	.361	.	.944
VAR00018	103.46	74.341	.677	.	.941
VAR00019	103.53	74.701	.504	.	.942

VAR00020	103.34	74.615	.473	.	.943
VAR00021	103.50	71.716	.714	.	.940
VAR00022	103.31	75.202	.390	.	.944
VAR00023	103.44	73.892	.602	.	.942
VAR00024	103.54	74.789	.470	.	.943
VAR00025	103.49	74.492	.524	.	.942
VAR00026	103.49	74.403	.497	.	.943
VAR00027	103.41	73.738	.701	.	.941
VAR00028	103.63	73.490	.628	.	.941
VAR00029	103.44	72.280	.638	.	.941
VAR00030	103.56	77.086	.400	.	.943
VAR00031	103.47	73.626	.738	.	.941
VAR00032	103.46	73.774	.768	.	.940
VAR00033	103.56	74.907	.513	.	.942
VAR00034	103.34	72.167	.730	.	.940

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
106.62	78.807	8.877	34

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

SKALA KOMITMEN ORGANISASI

Reliability

Scale: Komitmen Organisasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	68	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.918	.919	25

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.32	.502	68
VAR00002	3.06	.419	68
VAR00003	3.25	.436	68
VAR00004	2.81	.553	68
VAR00005	3.15	.396	68
VAR00006	3.13	.516	68
VAR00007	3.21	.407	68
VAR00008	3.07	.498	68
VAR00009	3.31	.526	68
VAR00010	3.15	.466	68
VAR00011	3.12	.474	68
VAR00012	3.19	.526	68
VAR00013	3.07	.581	68
VAR00014	3.31	.465	68
VAR00015	3.07	.315	68
VAR00016	3.21	.442	68
VAR00017	3.22	.514	68
VAR00018	3.01	.366	68
VAR00019	3.15	.675	68

VAR00020	2.97	.572	68
VAR00021	3.28	.542	68
VAR00022	3.10	.306	68
VAR00023	3.09	.414	68
VAR00024	3.09	.448	68
VAR00025	2.91	.376	68

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.130	2.809	3.324	.515	1.183	.015	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	74.93	43.830	.564	.	.914
VAR00002	75.19	44.515	.562	.	.914
VAR00003	75.00	43.612	.699	.	.912
VAR00004	75.44	44.370	.428	.	.917
VAR00005	75.10	44.422	.616	.	.914
VAR00006	75.12	42.344	.778	.	.910
VAR00007	75.04	44.282	.624	.	.913
VAR00008	75.18	44.386	.482	.	.916
VAR00009	74.94	42.355	.760	.	.910
VAR00010	75.10	43.915	.600	.	.913
VAR00011	75.13	44.833	.437	.	.916
VAR00012	75.06	43.907	.524	.	.915
VAR00013	75.18	42.625	.642	.	.913
VAR00014	74.94	43.340	.698	.	.912
VAR00015	75.18	46.446	.300	.	.918
VAR00016	75.04	45.416	.372	.	.917
VAR00017	75.03	43.701	.569	.	.914
VAR00018	75.24	45.974	.347	.	.917
VAR00019	75.10	42.930	.503	.	.916
VAR00020	75.28	44.951	.333	.	.919
VAR00021	74.97	43.163	.614	.	.913
VAR00022	75.15	45.918	.439	.	.916
VAR00023	75.16	44.556	.562	.	.914
VAR00024	75.16	44.406	.540	.	.915
VAR00025	75.34	45.630	.406	.	.917

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
78.25	47.832	6.916	25