

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Human relations adalah hubungan kemanusiaan yang lebih ditekankan kepada unsur-unsur rohaniah yang meliputi: sifat, watak, tingkah laku, pribadi serta aspek-aspek kejiwaan lainnya yang terdapat dalam diri manusia yang menuju suatu kebahagiaan dan puas hati (Widjaja, 2008: 163).

Proses rohaniah dengan perasaan bahagia ini berlangsung pada dua atau tiga orang yang terlibat dalam hubungan komunikatif yakni komunikasi antar persona yang sifatnya dialogis, sehingga masing-masing tahu, sadar, dan merasakan efeknya. Jika semua merasa bahagia, maka kegiatan *human relations* itu berhasil. Apabila tidak menimbulkan rasa puas, maka *human relations* itu gagal (Effendy, 2009: 47).

Dalam kegiatan *human relations* tidak terlepas dari keberadaan pimpinan dalam memberikan motivasi kepada karyawan untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Oleh karena itu perusahaan harus terus memperhatikan kebutuhan karyawannya, karena karyawan merupakan aset penting bagi sebuah perusahaan, serta memberikan lingkungan yang nyaman sehingga karyawan merasa betah dan loyal dalam bekerja dengan perasaan senang dan puas hati, tanpa adanya beban atau keterpaksaan sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai perusahaan atau organisasi. Tujuannya untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang

produktif dengan perasaan bahagia dan hati yang puas baik kepuasan ekonomis, psikologis maupun kepuasan sosial (Yuningsih, 2011: 193).

Untuk mewujudkan tujuan perusahaan perlu dukungan penuh dari seluruh pihak dalam organisasi, baik manajer atau pemimpin maupun bawahan atau pegawai. Dengan demikian perusahaan harus mampu menciptakan suasana yang kondusif, dimana pimpinan harus mampu bekerjasama dengan bawahannya dengan mengarahkan, mengawasi bawahannya serta meyakinkan bahwa ini adalah tujuan bersama yang harus dicapai (Moore, 2000: 6).

Ketika perusahaan didirikan, harapan yang ingin dicapai adalah mendapatkan kesuksesan dan kemudian bertahan dalam jangka waktu yang lama. Namun, hal ini tidaklah mudah, untuk mencapai semua itu dibutuhkan terlebih dahulu menjalin komunikasi internal dengan baik yaitu komunikasi antara manajer dengan karyawan yang berada didalam organisasi yakni para pegawai secara timbal balik (Effendy, 2009: 17).

Kunci dari aktivitas *human relations* itu adalah motivasi (*motivations*). Motivasi adalah kegiatan yang memberikan dorongan kepada seseorang atau diri sendiri untuk mengambil suatu tindakan yang dikehendaki. Jadi, bagaimana memotivasi karyawan untuk bekerja lebih giat, lebih semangat berdasarkan kepada kebutuhan mereka secara memuaskan, baik kebutuhan akan upah, puas hati, demi kemajuan diri dari karyawan itu (Effendy, 2009: 52).

Interaksi karyawan dengan perusahaan atau organisasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan sehingga menimbulkan tingkat kepuasan

karyawan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing demi kelancaran dan keharmonisan kerja. Hubungan manusiawi (*human relations*) didalam perusahaan penting karena *human relations* merupakan jembatan antara pimpinan dan bawahannya ataupun sebaliknya. Menurut Effendi dalam bukunya (Wright, 2012: 56) yang berjudul *communication @ work* bahwa “jika seorang ingin sukses dalam kehidupannya, *human relations* adalah salah satu cara untuk dapat dipergunakan lebih-lebih bagi seorang pemimpin, pemimpin dalam perusahaan atau organisasi apapun dan dalam bidang apapun.

Dalam observasi awal yang peneliti lakukan terhadap karyawan divisi *wood corrective & preventive department*, pengaruh *human relations* yang terjadi di PT. IKPP Perawang belum terealisasi sempurna seperti karyawan merasa belum terjalin komunikasi persuasif pimpinan dalam memotivasi kerja karyawan yang tampak dalam sikap pemimpin yang tidak ramah dan cuek terhadap karyawan, karyawan merasa jam kerja yang dilaksanakan tidak sesuai dengan hasil yang didapatkan dan karyawan juga merasa pimpinan sering mengambil atau menentukan kebijakan sendiri, sehingga muncul rasa jenuh ditempat kerja dan merasa tidak nyaman serta tidak tercapainya rasa puas hati dalam bekerja. Dari observasi awal inilah, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **Pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.**

B. Alasan Pemilihan Judul

Alasan penulis dalam pemilihan judul penelitian ini karena beberapa alasan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang. Hal ini menarik untuk diteliti, sebab *human relations* memiliki pengaruh besar bagi perusahaan.
2. Judul yang penulis ambil berkaitan dengan studi komunikasi konsentrasi *Public Relations* yang penulis tekuni.
3. Penulis merasa mampu untuk mengadakan penelitian baik dari segi waktu, biaya, sarana dan prasarana.

C. Penegasan Istilah

Agar tidak terdapat kesalahpahaman dengan istilah pada penelitian ini, penulis akan menjelaskan beberapa istilah dibawah ini:

1. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Hafied, 2004: 147).

2. *Human relations*

Human relations dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi dan dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak (Effendy, 2009: 48).

Human relations dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dan dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam organisasi kekerjaan (*work organization*) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati (Effendy, 2009: 19).

3. Motivasi Kerja

Motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja (As'ad, 1999: 45). Menurut Stephen P. Robbins dalam (Widodo, 2012: 102) yang berjudul cerdas menyusun proposal penelitian mendefinisikan motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi sesuatu kebutuhan individual.

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang dikemukakan didalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang?
- b. Bagaimana motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang?

- c. Bagaimana komunikasi persuasif pimpinan terhadap karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang?
- d. Apakah jam kerja yang dilaksanakan karyawan divisi *wood corrective & preventive department* PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang sudah sesuai dengan hasil yang didapatkan?

2. Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka batasan masalah yang dikemukakan didalam penelitian ini adalah pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang secara vertikal.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membuat rumusan masalah penelitian tentang: Apakah *human relations* berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dari apa yang telah peneliti ungkapkan didalam latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood*

corrective & preventive department di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Kegunaan akademis

- 1) Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai bahan masukan bagi PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang khususnya divisi *wood corrective & preventive department* dalam upaya meningkatkan motivasi kerja karyawan.
- 2) Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan.
- 3) Sebagai bahan rujukan / masukan bagi pihak-pihak terkait

F. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Indhira Miryanti, Universitas Hasanuddin, 2011 tentang Penerapan *Human relations* dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan di Valentino Boutique Hotel Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian *Human relations* telah diterapkan dengan baik di Valentino Boutique Hotel Makassar dimana dapat terlihat dari motivasi

kerja meningkat, dan loyalitas kerja yang tinggi dan mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan disamping itu operational sehari – hari dapat berjalan dengan lancar. Untuk pemenuhan kebutuhan akan penghargaan belum dapat terealisasi mengingat Valentino Boutique Hotel Makassar merupakan hotel yang tergolong baru beroperasi sehingga perusahaan belum sampai pada tingkatan tersebut. Metode penelitian yang dilakukan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Dimas Januar Hidayat, Universitas Bina Nusantara, 2011 tentang Peranan *Public Relations* dalam kegiatan *Human Relations* terhadap motivasi kerja karyawan PT. Ciptalift Sejahtera.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa peranan divisi *public relations* PT.Ciptalift Sejahtera dalam melaksanakan kegiatan *human relations* untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dapat disimpulkan yaitu karyawan selalu berusaha untuk menerapkan usaha-usaha internal *public relations* didalam perusahaan sehari-harinya, menciptakan suasana yang kondusif dalam bekerja, agar para karyawan lebih bertanggung jawab pada pekerjaannya. *Public Relations* PT. Ciptalift Sejahtera menerapkan kegiatan *human relations* didalam perusahaan dengan menggunakan program seperti *family gathering* perusahaan jika perusahaan mencapai target yang telah ditentukan dan adanya kegiatan konseling agar para karyawan mau berbagi dan memberi masukan bagi PT. Ciptalift Sejahtera.

Dalam hal keefektifitasan peran *public relations* PT. Ciptalift Sejahtera sudah cukup efektif dalam menjalankan perannya, hal ini dapat terlihat dari omset perusahaan yang semakin meningkat dan juga semakin banyaknya klien yang mau bekerjasama dengan PT. Ciptalift Sejahtera. Hal ini juga dapat terlihat dari kepuasan pelanggan yang mau terus bekerjasama dengan PT. Ciptalift Sejahtera. Hal ini menjadikan para pelanggan memiliki loyalitas yang tinggi kepada PT. Ciptalift Sejahtera.

Dengan demikian sebagai bahan pertimbangan penulis meneliti dengan judul yang mendekati, namun lokasi dan permasalahan yang berbeda pada penelitian yang sebelumnya. Penelitian ini lebih fokus kepada pengaruh dan metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif sedangkan penelitian sebelumnya lebih fokus kepada penerapan dan peranan serta menggunakan metode deskriptif kualitatif.

G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

a. Komunikasi

Komunikasi menurut Gerald R. Miller dalam (Liliweri, 2011: 35) terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi menurut Harold Lasswell yaitu dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

1) *Who says* (siapa mengatakan) yaitu sumber/pengirim yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

- 2) *What in* (mengatakan apa) yaitu pesan yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.
- 3) *Which channel* (dengan saluran apa) yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima, apakah langsung (tatap-muka), media cetak (surat kabar, majalah) maupun media elektronik (radio, televisi).
- 4) *To whom* (kepada siapa) yaitu penerima (*receiver*) atau sering juga disebut dengan sasaran/ tujuan yang merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.
- 5) *With what effect* (dengan pengaruh bagaimana) yaitu berupa umpan balik (*feed back*) (Mulyana, 2005: 62).

Berdasarkan teori-teori diatas, dapat disimpulkan: komunikasi adalah proses penyampaian pesan baik pesan yang berupa verbal maupun non verbal dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan pesan mudah dimengerti sehingga mendapatkan *feed backnya*. *Human relations* merupakan bagian dari ilmu komunikasi dan didalam *human relations* perlu memahami karakter, sifat atau watak dari karyawan melalui komunikasi persuasif sehingga dapat memotivasi karyawan itu sendiri.

b. *Human relations*

Human relations dapat menghapuskan benturan-benturan psikologis dan konflik-konflik antara kepentingan pribadi dengan kepentingan organisasi yang sering terjadi, bukan saja antara manajer

dengan karyawan, karyawan dengan karyawan, dosen dengan mahasiswa, orang tua dengan anak, yang mengganggu jalannya komunikasi dan roda organisasi dalam mencapai tujuannya (Widjaja, 2008: 169).

Di dalam suatu perusahaan, relasi humanis sangat penting artinya untuk menumbuhkan suatu *group feeling* dikalangan para karyawannya, dari tingkat bawah sampai pada tingkat pimpinan. Dengan perasaan segolongan atau *group loyalty*, maka semua karyawan dari perusahaan akan punya rasa memiliki terhadap perusahaan itu, sehingga mereka akan selalu menjaga, memelihara, dan memupuk nama baik perusahaannya. Bahkan lebih dari itu, mereka akan selalu membela dan menyelamatkan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan perusahaannya. Dengan demikian pula, semua karyawan tidak hanya mengharapkan gaji dan kenaikan peringkat saja, melainkan juga akan selalu memikirkan situasi dan kondisi dalam lingkungannya. Suasana tenang dan menyenangkan dalam perusahaan itu akan menjamin kegairahan bekerja dari para pegawainya (Suhandang, 2004: 186).

Titik sentral *human relations* adalah manusia. Titik sentral *human relations* dalam organisasi keorganisasian adalah karyawan. Manusia karyawan ini harus ditinjau dari segi manusiawinya. Untuk mempraktekkan *human relations* sedikit banyaknya harus memahami sifat manusia serta mengetahui tingkah laku mereka dalam hidup berkelompok (Effendy, 2009: 53).

Ciri hakiki *human relations* bukan “*human*” dalam pengertian wujud manusia (*human being*) melainkan tertuju pada rohaniah yaitu kebahagiaan berdasarkan watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap, tingkah laku, dan aspek lain yang terdapat pada kejiwaan manusia. Karena itu terjemahan *human relations* yang paling mendekati makna adalah hubungan manusiawi atau hubungan insani (Widjaja, 2008: 163).

Proses rohaniah dengan perasaan bahagia ini berlangsung pada dua atau tiga orang yang terlibat dalam hubungan komunikatif yakni komunikasi antar pesona yang sifatnya dialogis, sehingga masing-masing tahu, sadar, dan merasakan efeknya (Effendy, 2009: 47).

Hubungan kerja yang baik (harmonis) dalam suatu perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain: adanya hubungan kemanusiaan yang didasari oleh, harga menghargai satu sama lain, pergaulan yang tidak kaku, pekerjaan yang sesuai dengan bakat, pendidikan, kecakapan dan kemampuan masing-masing (Effendy, 2009: 144).

Dalam pergaulan sehari-hari antara individu dengan individu, baik dalam lingkungan kecil maupun lingkungan besar, *human relations* merupakan faktor penting. K.C. Ingram dalam Suhandang (2004: 187) mengemukakan bahwa sukses dan kebahagiaan kita tergantung dari sikap dan tindakan-tindakan orang lain, tergantung dari kelakuan kita. Dengan demikian sukses seseorang didalam masyarakat atau suatu perusahaan

akan tergantung dari sikapnya sendiri. Sikap terhadap orang-orang dengan siapa ia bergaul atau orang-orang yang ia hadapi.

1) Definisi *human relations*

Human relations dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi dan dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak (Effendy, 2009: 48).

Ada beberapa anggapan dasar dari pendekatan *human relations* yaitu: (a) Produktivitas ditentukan oleh norma sosial bukan faktor psikologis, (b) Seluruh imbalan yang bersifat non ekonomis, sangat penting dalam memotivasi karyawan, (c) Karyawan biasanya memberikan reaksi suatu persoalan, lebih sebagai anggota kelompok dari pada individu, (d) Kepemimpinan memegang peranan yang sangat penting dan mencakup aspek-aspek formal dan informal, (e) Penganut aliran *human relations* menganggap komunikasi sebagai fasilitator penting dalam proses pembuatan keputusan (Bungin, 2006: 276).

Human relations diterjemahkan sebagai hubungan kemanusiaan yang meliputi sifat, watak, tingkah laku, pribadi serta aspek-aspek kejiwaan yang terdapat dalam diri manusia itu sendiri (Widjaja, 2008: 163).

Ditinjau dari sudut pimpinan yang bertanggung jawab dalam memimpin kelompoknya, *human relations* merupakan interaksi antara orang-orang kedalam suatu kerja yang mendorong mereka untuk bekerjasama secara produktif, kooperatif, baik dari segi ekonomi, psikologi dan sosial (Suhandang, 2004: 187).

Berdasarkan beberapa defenisi para ahli diatas dapat penulis disimpulkan bahwa *human relations* adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam organisasi kerja (*work organization*) melalui komunikasi persuasif dengan memahami sifat, watak, tingkah laku maupun perbuatan orang lain yang dapat menimbulkan rasa puas dan bahagia.

2) Urgensi *human relations*

Menurut Jack Hallowan dalam bukunya “*Applied Human Relation, An Organizational Approach,*” meskipun tidak dapat ditentukan tanggal berapa gerakan *human relations* dimulai namun tahunnya dapat disebutkan yakni sekitar tahun 1850 ketika perhatian banyak ditumpahkan kepada kebutuhan para pekerja dan tatkala disadari bagaimana kebutuhan tersebut mempengaruhi keseluruhan produktivitas. Sebelumnya para manajer memandang para pekerja sebagai komoditi untuk dijual dan dibeli seperti komoditi lainnya. Bekerja seharian yang teramat lama dengan upah yang rendah serta kondisi kerja yang menyedihkan merupakan kenyataan bagi kehidupan rata-rata pekerja. Persatuan kaum buruh masih berjuang

untuk dapat berdiri dan masih belum dapat memenangkan hak untuk mewakili kekuatan kaum buruh (Effendy, 2009: 43).

Hal ini didukung oleh teori *scientific management* yang ditemukan oleh Frederick Winslow Taylor. Produktivitas akan lebih besar dengan merincikan tugas-tugas secara khusus. Tujuan utamanya adalah “untuk menghilangkan antagonisme antara majikan dan bawahannya” (Effendy, 2009: 43).

Penerapan teori ini antara lain dilakukan melalui observasi secara sistematis terhadap pelaksanaan kerja untuk mencari cara kerja yang paling efisien yang harus dilakukan oleh buruh sehingga akan diperoleh produktivitas yang lebih tinggi. Observasi sistematis ditunjang pula dengan berbagai eksperimen dengan tujuan memperbaiki standar dan efisiensi. Taylor memulai gerakan *scientific management* dengan empat bidang kajian yaitu : standardisasi (*standardization*), studi waktu dan tugas (*time and task study*), seleksi sistematis dan pelatihan (*systematic selection and training*) dan pembayaran insentif (*pay incentives*) (Russell, 2007: 154).

Standardisasi (*standardization*) proses pembuatan standar dilakukan melalui suatu observasi yang cermat. Misalnya, pada saat melakukan pembuatan standar untuk memperoleh kecepatan alat pemotong metal yang optimal (Solihin, 2009: 28).

Studi waktu dan tugas (*time and task study*). Kreitner 2007 dalam (Russell, 2007: 155) untuk meningkatkan efisiensi kerja, Taylor

melakukan studi waktu dan gerak untuk mendeteksi berbagai kekeliruan didalam bekerja yang dilakukan menurut kebiasaan.

Seleksi sistematis dan pelatihan (*systematic selection and training*). Hasil penelitian yang dilakukan Taylor menunjukkan bahwa melalui seleksi karyawan yang tepat guna mengerjakan pekerjaan-pekerjaan tertentu dan memberikan kepada mereka pelatihan yang dibutuhkan dapat meningkatkan produktivitas kerja secara signifikan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukannya, Taylor sampai pada suatu kesimpulan bahwa karyawan dapat ditingkatkan kemampuannya sampai ketinggian paling tinggi melalui kegiatan pelatihan. Semakin tinggi keahlian yang dimiliki karyawan maka dia akan dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih produktif (Solihin, 2009: 28).

Pembayaran Insentif (*pay incentives*). Berdasarkan hasil pengamatan Taylor menyimpulkan bahwa sistem pemberian upah tradisional yang memberikan upah dengan besaran tetap untuk setiap unit yang dihasilkan, tidak dapat memotivasi karyawan untuk mencapai produktivitas yang lebih tinggi dalam mengatasi hal tersebut. Taylor memberlakukan sistem pengupahan diferensial untuk setiap unit produk yang dihasilkan (*differential piece-rate plan*). Dengan menerapkan *differential piece-rate plan* perusahaan Taylor mampu meningkatkan produktifitas karyawan (Sule, 2010: 30).

3) Kebijakan Personalia (Landasan Hubungan Karyawan yang Baik)

Landasan bagi hubungan karyawan yang baik adalah kebijakan personalia yang logis yang mendorong perusahaan untuk memberikan pekerjaan yang teratur, kondisi pekerjaan yang baik, upah yang memadai, kesempatan untuk memperoleh kemajuan, penghargaan terhadap prestasi, pengawasan yang baik, kesempatan untuk mengemukakan pendapat serta keuntungan yang diinginkan kepada para karyawan (Moore, 2000: 4).

Ketika semua sudah terpenuhi maka karyawan akan menikmati kepuasan kerja dan memberi komitmen tanpa kehilangan arah serta merasa punya kontrol dan pengaruh sampai tingkat tertentu terhadap keputusan yang diambil, sehingga karyawan akan semakin bersemangat dalam mencapai tujuan perusahaan dan hubungan karyawan akan semakin erat (O' Hair, 2009: 228).

4) Pentingnya Komunikasi Karyawan

Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang mempengaruhi kepentingannya akan menimbulkan kesalahpahaman, desas-desus palsu, dan kecaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu, maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri yang mungkin salah, atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar, yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat (Moore, 2000: 5).

Para karyawan juga ingin menyatakan pendapatnya kepada manajemen tentang pekerjaan dan lain-lain yang mempengaruhi kepentingannya. Pelaksanaan komunikasi dua arah yang memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan usulan kepada manajemen adalah penting. Selain itu, untuk memperlancar komunikasi pihak manajemen harus merahasiakan identitas karyawan sehingga karyawan mengungkapkan pendapatnya dengan jujur (Mulyana, 2005: 193).

5) Kelemahan dalam Komunikasi

Kegagalan yang serius dalam komunikasi menciptakan kelambanan karyawan, ketidakefisienan, penurunan hasil, penurunan semangat kerja, pemogokan yang merugikan, kepailitan serta masalah lainnya yang menimbulkan dampak yang merugikan pada penjualan, keuntungan dan citra publik (Moore, 2000: 5).

Ciri yang paling lemah dalam saluran komunikasi karyawan adalah ditingkat pengawasan. Manajemen puncak gagal untuk menganggap pengawas sebagai komunikator serta membuktikan kenyataannya bahwa komunikasi merupakan tanggung jawab yang penting dari posisinya. Oleh karena itu, para pengawas, mandor, kepala bagian tidak menganggap penting untuk berkomunikasi dengan bawahannya sehingga akibatnya terjadi kesenjangan informasi diantara karyawan. Ketidakefektifan pengawas sebagai juru bicara manajemen adalah kurangnya latihan untuk berkomunikasi dan

kurangnya keyakinan bahwa manajemen menginginkan mereka untuk menyebarkan informasi kepada karyawan. Mereka juga percaya bahwa mereka memiliki pekerjaan lain yang jauh lebih penting daripada berkomunikasi dengan bawahannya, sehingga seringkali terjadi arus informasi dari manajemen ke karyawan tersumbat oleh hambatan pribadi dari para pengawas (Moore, 2000: 6).

6) Bentuk-bentuk Kegiatan *Human Relations* untuk Memotivasi Karyawan

Human relations adalah suatu “actions oriented”. Suatu kegiatan untuk mengembangkan hasil yang produktif dan memuaskan. Selain itu, *human relations* merupakan pengintegrasian orang-orang ke dalam suatu situasi kerja yang menggiatkan mereka untuk bekerja bersama-sama serta dengan rasa puas, baik kepuasan ekonomis, psikologis maupun kepuasan sosial. Atau singkatnya *human relations* menurut Keith Davis dalam (Effendy, 2009: 51) adalah pengembangan usaha kelompok karyawan secara produktif dan memuaskan.

Fungsi *human relations* dalam manajemen ialah memotivasi para karyawan, membangkitkan motif mereka, menggugah daya gerak mereka untuk bekerja lebih giat. Jika dalam memotivasi para karyawan akan menggunakan kata-kata positif yang mengandung kebijaksanaan, menimbulkan sikap optimis, bukan kata-kata negatif yang menjatuhkan mental (Effendy, 2009: 71).

Bentuk-bentuk kegiatan *human relations* untuk memotivasi yang dilakukan perusahaan (As'ad, 1999: 114) :

a) Non Materi:

(1) Kompensasi mencakup semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pekerja dan diterima atau dinikmati oleh pekerja, baik secara langsung, rutin atau tidak langsung (pada suatu hari nanti). Salah satu cara manajemen untuk meningkatkan prestasi kerja, memotivasi dan meningkatkan kinerja para karyawan adalah melalui kompensasi (Ruky, 2006: 9).

(2) Kegiatan khusus untuk membangun kekeluargaan antara karyawan dan perusahaan. Membangun kekeluargaan antara pihak karyawan dan pemilik usaha, menjadi langkah jitu untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan. Dengan kekeluargaan yang kuat, mereka akan ikut merasakan kepemilikan perusahaan tersebut, sehingga loyalitasnya untuk bersama-sama membesarkan perusahaan semakin meningkat. Adakan acara pertemuan rutin setiap bulannya, yang bisa mengakrabkan semua karyawan di perusahaan Anda. Lingkungan kerja yang hangat dan akrab, akan membuat karyawan merasa nyaman dalam menjalankan pekerjaannya (As'ad, 1999: 112).

- (3) Outbond dilakukan untuk menorehkan banyak kesan, terutama dalam mengenal dan menjalin kekompakan masing-masing peserta. Bentuk pembelajaran yang coba dicapai dalam *outbond* kali ini dilakukan dalam dua bentuk, yang pertama berupa kegiatan dalam ruangan untuk memotivasi dan menumbuhkan *self belonging* diantara masing-masing peserta baik kepada peserta lainnya maupun kepada organisasi. Bentuk lainnya berupa kegiatan mengarungi alam yang merupakan kombinasi pembelajaran budaya dan etos kerja melalui tugas-tugas yang menggunakan dukungan alam (As'ad, 1999: 112).
- (4) Menurut Rae dalam (Sofyandi, 2008 : 113) Pelatihan adalah proses meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya lebih efektif dan efisien.
- (5) Seminar merupakan suatu bentuk program yang bertujuan menambah pengetahuan dan wawasan para karyawan, dengan adanya pamateri seminar, moderator, dan diadakan sesi tanya jawab pada para karyawan untuk bertukar pikiran. Setelah mendapat dukungan dari manajemen puncak, maka dapat dilakukan seminar intern yang harus dihadiri oleh semua manajer madya. Tujuan seminar ini untuk menjelaskan apa itu manajemen kinerja, tujuannya dan bagaimana menerapkannya (As'ad, 1999: 112).

b) Materi:

(1) Tunjangan

Contoh-contoh tunjangan adalah asuransi kesehatan dan jiwa, liburan yang ditanggung perusahaan, program pensiun, dan tunjangan lainnya yang berkaitan dengan hubungan kepegawaian (Widodo, 2012: 156).

(2) Insentif adalah tambahan kompensasi di atas atau di luar gaji

atau upah yang diberikan oleh organisasi. Insentif yang berbeda kepada tiap performa karyawan yang berbeda dapat memacu kinerja karyawan menjadi lebih baik. Bentuk insentif dapat berupa bonus, kesempatan mendapat pelatihan, promosi, kenaikan upah dan lain-lain (Widodo, 2012: 144).

(3) Fasilitas

Contoh-contoh fasilitas adalah kenikmatan/fasilitas seperti mobil perusahaan, keanggotaan klub, tempat parkir khusus, atau akses ke pesawat perusahaan yang diperoleh karyawan. (As'ad, 1999: 115)

(4) Upah dan gaji

Upah biasanya berhubungan dengan tarif gaji per jam. Upah merupakan basis bayaran yang kerap kali digunakan bagi pekerja-pekerja produksi dan pemeliharaan. Gaji umumnya berlaku untuk tarif bayaran mingguan, bulanan, atau tahunan (Ruky, 2006: 7).

(5) Reward

Tidak ada salahnya jika Anda memberikan reward khusus bagi karyawan yang berprestasi. Bisa berupa bonus atau insentif, maupun berupa hadiah kecil yang bisa mewakili ucapan terimakasih perusahaan atas prestasi para karyawan. Cara ini terbukti cukup efektif, sehingga karyawan lebih bersemangat untuk memberikan prestasi-prestasi berikutnya bagi perusahaan (Widodo, 2012: 154).

c. Motivasi Kerja

Motif seringkali diartikan dengan istilah dorongan atau semangat kerja. Dorongan atau semangat kerja tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motif tersebut merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan didalam perbuatannya yang mempunyai tujuan tertentu (As'ad, 1999: 45).

Menurut Stephen P. Robbins dalam (Widodo, 2012: 102) yang berjudul cerdas menyusun proposal penelitian mendefenisikan motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi sesuatu kebutuhan individual.

Motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja. Oleh sebab itu, motivasi kerja dalam psikologi karya biasa disebut pendorong semangat kerja. Kuat dan lemahnya motivasi

seseorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya prestasinya (As'ad, 1999: 45).

Motivasi kerja tidak bisa dilepaskan dari pembahasan mengenai *job performance*. Hal ini disebabkan oleh motivasi kerja merupakan bagian penting dari tingkah laku kerja. *Job performance* adalah hasil yang ingin dicapai oleh seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan (As'ad, 1999: 47).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja sesuai dengan kebutuhannya masing-masing, sedangkan motivasi kerja karyawan akan mensuplai energi untuk bekerja/mengarahkan aktivitas selama bekerja serta menyebabkan karyawan mengetahui adanya tujuan yang relevan dengan tujuan organisasi.

Hasibuan (1996: 97) mengatakan tujuan dari motivasi kerja adalah:

- 1) Meningkatkan moral dan kepuasan kerja
- 2) Meningkatkan produktivitas kerja
- 3) Mempertahankan kestabilan kerja
- 4) Meningkatkan disiplin kerja
- 5) Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
- 6) Mengefektifkan pengadaan karyawan
- 7) Meningkatkan loyalitas, kreativitas dan partisipasi
- 8) Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan
- 9) Bertanggung jawab terhadap pekerjaan

Menurut Sardiman (2006 : 83) motivasi pada diri seseorang itu memiliki ciri-ciri :

- 1) Tekun menghadapi tugas
- 2) Ulet menghadapi kesulitan (tidak lekas putus asa)
- 3) Menunjukkan minat terhadap bermacam-macam masalah
- 4) Lebih senang bekerja mandiri
- 5) Tidak cepat bosan terhadap tugas-tugas yang rutin
- 6) Dapat mempertahankan pendapatnya
- 7) Tidak cepat menyerah terhadap hal yang diyakini
- 8) Senang mencari dan memecahkan masalah soal-soal

Setiap orang berbeda kebutuhan, keinginan dan kekurangannya. Mereka kerja disuatu perusahaan dengan harapan akan terpenuhi kebutuhannya, keinginan maupun kekurangannya sehingga memperoleh kepuasan lahir batin. Namun demikian, jika dilihat dari sisi kepegawaian, mereka bekerja secara kelompok, mereka tidak lepas dari pengaruh lingkungan, latar belakang serta kebudayaannya (Suhandang, 2004: 188).

Pada prinsipnya setiap manusia mempunyai needs (kebutuhan, dorongan, *intrinsic* dan *extrinsic* faktor) yang pemunculannya sangat bergantung dari kepentingan individu. A. Maslow (Russell, 2007: 176) membuat “*need hierarchy theory*” untuk menjawab tentang tingkatan kebutuhan manusia, karena bagaimanapun juga individu sebagai karyawan tidak bisa melepaskan diri dari kebutuhan-kebutuhannya.

Menurut Maslow, kebutuhan-kebutuhan manusia itu dapat digolongkan dalam lima tingkatan:

1) *Physiological Needs* (Kebutuhan yang bersifat biologis)

Misalnya sandang, pangan dan tempat berlindung, sex dan kesejahteraan individu. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang amat primer karena kebutuhan ini telah ada dan terasa sejak manusia dilahirkan ke bumi.

2) *Safety Needs* (Kebutuhan rasa aman)

Jika ini dikaitkan dengan kerja maka kebutuhan akan keamanan jiwanya sewaktu bekerja, selain itu juga perasaan aman akan harta yang ditinggal sewaktu mereka bekerja. Perasaan aman juga menyangkut terhadap masa depan karyawan.

3) *Social Needs* (Kebutuhan-kebutuhan sosial)

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial, sehingga mereka mempunyai kebutuhan-kebutuhan sosial sebagai berikut: kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain dimana ia hidup dan bekerja, kebutuhan akan perasaan dihormati, kebutuhan untuk bisa berprestasi, kebutuhan untuk ikut serta.

4) *Esteem Needs* (Kebutuhan akan harga diri)

Situasi yang ideal ialah apabila prestise itu timbul akan prestasi. Akan tetapi tidak selalu demikian halnya. Dalam hal ini semakin tinggi kedudukan seseorang maka semakin banyak hal yang digunakan sebagai simbol statusnya itu.

5) *Self Actualization* (Ingin berbuat yang lebih baik)

Ini diartikan bahwa setiap manusia ingin mengembangkan kapasitas mental dan kapasitas kerjanya melalui pengembangan pribadinya. Oleh sebab itu pada tingkatan ini orang cenderung untuk selalu mengembangkan diri dan berbuat yang paling baik.

Banyak faktor yang mempengaruhi motivasi manusia dalam bekerja antara lain bahwa manusia mempunyai seperangkat kebutuhan, mulai dari kebutuhan yang paling dasar sampai kepada taraf kebutuhan yang paling tinggi, aktualisasi diri (Miryanti, 2011: 15).

Dalam motivasi kerja dapat diukur sebagai berikut (Sutrisno, 2009: 31) :

- 1) Meningkat: motivasi kerja meningkat apabila karyawan memiliki disiplin dan loyalitas kerja yang tinggi, mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan serta menghasilkan kualitas hasil pekerjaan yang sangat memuaskan bagi pimpinan dan kemajuan perusahaan
- 2) Menurun: motivasi kerja menurun apabila karyawan kurang memiliki disiplin kerja, kurang mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan serta kualitas hasil pekerjaan yang kurang memuaskan bagi atasan.

2. Konsep Operasional

Konsep Operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teoritis. Dilatarbelakangi oleh

kerangka teoritis sebelumnya, selanjutnya penulis merumuskan konsep operasional sebagai tolak ukur atau indikator dalam penelitian.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *human relations*, sedangkan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah motivasi kerja.

a. Indikator *human relations*:

- 1) Terjalannya komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan
- 2) Pemimpin melaksanakan komunikasi persuasif kepada bawahan
- 3) Adanya rasa puas terhadap suasana bekerja.
- 4) Adanya kepuasan dari segi materi (upah dan gaji, fasilitas, insentif, reward, tunjangan) dan non materi (kompensasi, outbond, pelatihan, seminar) guna meningkatkan semangat kerja karyawan.
- 5) Adanya kebutuhan untuk bekerjasama dalam melaksanakan pekerjaan.
Hal ini dilakukan baik antar karyawan maupun atasan dengan karyawan.

b. Indikator motivasi kerja :

- 1) Adanya motif
Dorongan atau semangat kerja berupa tindakan seorang karyawan untuk bekerja memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari (makanan, minuman, tempat tinggal, dan kebutuhan lainnya).
- 2) Adanya disiplin kerja
Mematuhi peraturan yang ada dalam lingkungan kerja dengan kesadaran yang tinggi tanpa adanya keterpaksaan, kehadiran tepat waktu.

3) Adanya rasa tanggung jawab

Memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi atas pekerjaan yang dikerjakannya sehingga dapat menyelesaikannya tepat waktu.

4) Adanya Loyalitas

Kesetiaan antara pimpinan dan karyawan

5) Adanya kualitas kerja

Kemampuan yang dicapai seorang karyawan, kecermatan dan ketelitian dalam bekerja serta kemampuan membuat suatu keputusan yang berhubungan dengan pekerjaan.

H. Hipotesis

Berdasarkan konsep *human relations* yang dikemukakan Effendi, bahwa *human relations* adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam situasi kerja (*work organizations*) dengan tujuan untuk meningkatkan semangat kerja dan kerjasama yang produktif dengan perasaan senang dan puas hati (Effendy, 2009: 19). Maka usaha yang dilakukan agar karyawan merasa nyaman, aman, serta motivasi kerjanya meningkat dengan menggunakan *human relations* dan melakukan komunikasi dua arah agar terciptanya keterbukaan antara kedua belah pihak baik pimpinan maupun bawahan, sehingga karyawan lebih loyal dalam bekerja.

Hipotesis adalah pertanyaan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya dalam menerangkan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk langkah selanjutnya.

Dari kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_a: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang

H_o: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

Kaidah pengujian signifikansi :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_o ditolak artinya signifikan dan

$t_{hitung} < t_{tabel}$, H_o diterima artinya tidak signifikan

dengan taraf signifikansi: $\alpha = 0,05$ (Sunarto, 2009: 113).

I. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang khususnya di divisi *wood corrective & preventive department*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah karyawan PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang. Definisi karyawan dalam penelitian ini adalah orang-

orang yang bekerja pada divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

b. Objek Penelitian

Sedangkan objek penelitian ini adalah Pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan objek penelitian (Rakhmat, 2004: 77). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 60 orang yaitu seluruh karyawan divisi *wood corrective & preventive department* yang bekerja di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

Sampel adalah bagian yang diamati. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi. Alasan mengambil total sampling menurut (Sugiyono, 2010: 134) jumlah populasi yang kurang dari 100, seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

4. Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari:

a. Data primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk

dimanfaatkan (Ruslan, 2006: 138). Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban kuesioner yang sudah diisi oleh responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan (Ruslan, 2006: 139). Data sekunder dalam penelitian ini berupa artikel ataupun arsip-arsip PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang harus direspon oleh responden (Widodo, 2012: 59). Kuesioner disebarkan kepada karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan seharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, kulit (Bungin, 2008: 133). Observasi dalam penelitian ini yaitu mengamati secara langsung fenomena yang terjadi pada divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti (Widodo, 2012: 61). Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari literatur atau arsip-arsip yang berupa gambaran umum lokasi penelitian seperti profil, visi misi, tujuan dan struktur organisasi PT. Indah Kiat Pulp & Paper (IKPP) Perawang.

6. Analisis Data

Teknik analisa data deskriptif kuantitatif dengan menggunakan perhitungan statistik. Statistik adalah salah satu alat untuk mengumpulkan data, mengolah data, menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis data yang dikumpulkan tadi.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik koefisien korelasi dengan menggunakan beberapa cara:

a. Teknik analisis kualitas data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur

tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas :

- a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) (Noor, 2011: 164).

2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji realibilitas digunakan *Teknik Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

b. Teknik analisis deskriptif persentase

Teknik deskriptif persentase ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada dalam penelitian, yaitu variabel *human relations* dan variabel motivasi kerja. Langkah-langkah yang ditempuh untuk menguji variabel dengan menggunakan teknik deskriptif persentase ini adalah:

- 1) Membuat tabel frekuensi angket variabel (x) dan variabel (y)
- 2) Menentukan skor responden yang diperoleh dengan skor yang telah ditemukan

3) Menjumlahkan skor yang diperoleh setiap responden

4) Memasukkan skor tersebut kedalam rumus

$$\% = \frac{F \cdot 100\%}{N}$$

Keterangan :

F = skor yang diperoleh

N = skor ideal

% = persentase

c. Analisis regresi linear sederhana

Analisis ini untuk menganalisis data penelitian mengenai pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang.

1) Persamaan regresi linear

Bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel tidak bebas atau variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Nilai intercept konstan atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan (Noor, 2011: 179).

2) Koefisien korelasi

Metode analisis korelasi product moment yaitu korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Teknik analisa data yang digunakan penulis dalam penulisan ini adalah deskriptif kuantitatif menjelaskan permasalahan yang diteliti dengan bentuk angka-angka dengan rumusan korelasi product moment:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - \sum X \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot X^2 - (\sum X)^2 \cdot n \cdot Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi Product Moment

n = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y (Bungin, 2008:197)

Dengan rincian sebagai berikut:

Jawaban A “sangat sering” diberi skor 5

Jawaban B “sering” diberi skor 4

Jawaban C “cukup sering” diberi skor 3

Jawaban D “tidak sering” diberi nilai 2

Jawaban E “sangat tidak sering” diberi nilai 1 (Umar, 2009: 51)

Korelasi Pearson Product Moment (r), dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq +1)$. Adapun interpretasi terhadap nilai r hasil analisis korelasi adalah sebagai berikut (Akdon, 2007: 124) :

Tabel 1

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

J. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis membagi penulisan dalam lima Bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi Latar belakang permasalahan, Alasan pemilihan judul, Penegasan istilah, Permasalahan, Tujuan dan manfaat penelitian, Kerangka teoritis dan konsep operasional, Hipotesis, Metodologi penelitian dan Sistematika penulisan

BAB II : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum berisi tentang, gambaran umum PT. Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP) Perawang, *human relations* di PT. Indah

Kiat Pulp and Paper (IKPP) Perawang dan motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP) Perawang.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab III berisi tentang Pengaruh *human relations* terhadap motivasi kerja karyawan divisi *wood corrective & preventive department* di PT. Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP) Perawang

BAB IV : ANALISIS DATA

Berisi tentang analisis data penelitian

BAB V : KESIMPULAN