

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tidaklah mudah menterjemahkan arti kata “*human relations*” ke dalam bahasa Indonesia. Secara harfiah terjemahannya adalah hubungan antar manusia, ini tidaklah salah tetapi terjemahan ini tidak mengandung makna *human relations* yang sebenarnya, sebab titik berat *human relations* adalah : “*human-nya*” atau manusianya. Faktor manusia dalam *relations* ini bukan dalam wujudnya, melainkan sifat-sifat, watak, tingkah laku, atau aspek psikis lainnya pada diri manusia.

Dalam suatu manajemen atau suatu lingkungan kerja, *human relations* diperlukan, mulai dari tingkat *top management* sampai pada tenaga pelaksana, terlepas dari kedudukan dan jabatan mereka. Karena bertujuan untuk mempererat rasa persaudaraan dan mendapatkan suatu kepuasan dari apa yang telah mereka kerjakan. Selain itu, *human relations* diperlukan dalam dunia bisnis dan industri, karena mempelajari bagaimana orang dapat berkerja dengan efektif dalam kelompoknya, sehingga menimbulkan suatu keputusan, dalam pencapaian tujuan organisasi maupun pencapaian tujuan personal. Hal ini merupakan kunci dari keseluruhan bisnis, yaitu kepuasan bagi organisasi, kelompok, perusahaan, dan perorangan.

Jika setiap orang ingin berkerja secara harmonis dengan segala perbedaan pandangan, motivasi, dan pencapaian tujuan, maka setiap orang yang ada dalam kelompok kerja/dunia usaha hendaklah memahami *human relations*. Sehingga

pekerjaan yang dilakukan bermanfaat dan dapat berproduksi dengan baik, yang pada akhirnya diharapkan mencapai kepuasan dari hasil kerja untuk individu itu sendiri maupun untuk organisasinya.

*Human relations* pengertiannya dibagi dua yaitu secara luas dan sempit. *Human relations* dalam arti luas adalah interaksi antar manusia dalam semua situasi atau semua bidang kehidupan, untuk mencapai kepuasan. Dengan demikian *human relations* dalam arti luas dapat terjadi dimana saja, seperti dirumah, di jalanan, dalam kendaraan, dan lain-lain dimana setiap dapat melakukannya dengan komunikasi yang baik, sehingga saling memuaskan individu yang terlibat di dalamnya (Effendy, 1977)

*Human relations* dalam arti sempit adalah interaksi dalam situasi kerja di suatu organisasi, yang bertujuan untuk membangkitkan seseorang agar dapat bekerjasama, produktif, dan memiliki keputusan. Selain itu juga *Human Relations* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations Officer (PRO)* dalam membina hubungan yang harmonis di dalam sebuah lembaga, baik antara atasan dengan bawahan, atasan dengan atasan maupun bawahan dengan bawahan. Keharmonisan dalam sebuah perusahaan/lembaga sangat diperlukan guna memberikan rasa aman dan nyaman pada unsur-unsur yang terdapat di dalamnya.

Kenyamanan yang dirasakan oleh para karyawan maupun pimpinan akan memberikan *support* tersendiri sehingga dengan adanya *support* ini karyawan dapat memberikan yang terbaik untuk perusahaan/lembaga. Hal ini sejalan dengan tujuan dari *human relations* itu sendiri yaitu motivasi.

Rasa nyaman yang ditanamkan dan dibina pada sebuah perusahaan/ lembaga akan menumbuhkan rasa memiliki yang tinggi bagi karyawan dan perusahaan/ lembaga akan menjadi *second home* (rumah kedua) bagi elemen yang terkait di dalamnya. Selain itu didalam sebuah lembaga/perusahaan perlu adanya hubungan antar manusia (*human relations*). Sebab hal itu adalah faktor penting dalam sebuah lembaga/perusahaan yang harus diperhatikan atas pekerjaan yang dilakukannya, biasanya terdapat permasalahan yang terjadi di internal maupun eksternal manusia, dimana setiap karyawan memiliki karakteristik, sifat dan kemampuan yang berbeda-beda pula. Seorang pemimpin dalam hal ini perlu sedikit banyak mempelajari karakteristik karyawannya dan lebih dapat memahami tindakan apa yang dilakukan dalam memahami karyawannya, sehingga hal ini dapat berpengaruh dalam peningkatan motivasi kerja karyawan.

Karyawan menurut Effendy (2000:144) dalam bukunya *Human Relations* dan *Public Relations* adalah semua pekerja, baik pekerja halus yang berpakaian bersih di ruang kantor yang serba bersih pula, maupun pekerja kasar yang berpakaian penuh minyak di pabrik-pabrik.

Menjalin suatu hubungan, pasti akan menemukan permasalahan, terkait dengan ini, *human relations* tidak terlepas dari faktor manusia itu sendiri, di dalam dunia kerja tidak tertutup kemungkinan akan timbul suatu masalah atau konflik di sebuah lembaga/perusahaan. Sebagai pemimpin harus mampu menjalin hubungan baik dengan karyawannya dan melakukan suatu komunikasi persuasif, yang bersifat membujuk secara sukarela tanpa adanya paksaan ataupun ancaman, komunikasi persuasif disini ditekankan agar seorang pemimpin dapat menuangkan

ide atau gagasan yang dapat memotivasi karyawannya baik dalam pekerjaannya ataupun diluar pekerjaannya yang dapat berpengaruh pada prestasi kerja karyawan baik kualitas maupun kuantitas kerjanya.

Seorang pemimpin yang baik juga harus dapat memberikan masukan-masukan dan menanamkan pengertian, kepercayaan yang bertujuan untuk memotivasi pegawai dengan harapan dapat menumbuhkan semangat kerja, disiplin kerja pegawai dan rasa tanggung jawab pegawai dalam visi bekerja. Dalam buku *human relations* dan *public relations* menjelaskan definisi *human relations* :

“*Human relations* merupakan suatu komunikasi persuasive yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*work situation*) dalam situasi keorganisasian (*work organization*) dengan semangat kerja sama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati” (Effendy, 2000:144)

Dalam mewujudkan hubungan yang harmonis di internal perusahaan, maka komunikasi harus berada pada posisi sentral. Bagaimanapun komunikasi merupakan saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh, mekanisme perubahan, alat untuk mendorong dan memotivasi serta sarana yang memungkinkan setiap anggota untuk saling membantu, saling berinteraksi dan berpartisipasi, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya. Namun demikian, ada kalanya komunikasi di internal perusahaan mengalami kendala-kendala terutama komunikasi yang terjadi dari bawah ke atas (dari pihak karyawan ke pihak manajemen).

Motivasi kerja bisa menjadi daya dorong atau penyemangat bagi seseorang untuk memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya demi keberhasilan

perusahaan mencapai tujuannya, dengan pengertian bahwa tercapainya tujuan perusahaan berarti tercapai pula tujuan pribadi para karyawan yang bersangkutan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada hari Kamis tanggal 12 September 2013, menunjukkan adanya kegiatan rutin yang dilakukan oleh seluruh karyawan yaitu acara *Coffee Morning* dan *Rapat Kerja Rutin*, serta adanya *reward and punishment*.

*Coffee Morning* adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh seluruh karyawan di lingkungan kerja PT. Saung Angklung Udjo setiap hari Senin pukul 08.00 WIB. *Coffee Morning* adalah salah satu cara pendekatan emosional yang efektif bagi seluruh karyawan karena dalam acara *Coffee Morning* para karyawan bisa saling berkomunikasi satu sama lain dan hal tersebut dapat membuat motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo menjadi lebih meningkat setiap minggunya. Serta kegiatan ini menjadi sebuah *culture* yang memang tetap dibangun oleh perusahaan.

Selain itu, setiap hari Jumat pukul 10.00 WIB dilaksanakan juga kegiatan *Rapat Kerja Rutin*, yaitu rapat yang dilakukan oleh para *Top Management* kegiatan ini dilakukan untuk melihat sejauh mana kinerja karyawan dalam jangka waktu satu minggu dan merencanakan pekerjaan yang akan dilakukan di minggu berikutnya (antara lain *planning* dan *evaluation*)

Ketiga kegiatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan *Human Relations* berkaitan dengan kinerja karyawan. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul :” Hubungan Kegiatan *Human*

*Relations* Dengan Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, peneliti merumuskan permasalahan dalam: “Hubungan Kegiatan *Human Relations* Dengan Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan PT. Saung Angklung Udjo”

## **C. Identifikasi Masalah**

Sebagai penjelasan dari perumusan masalah diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan kegiatan *Coffee Morning* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana hubungan kegiatan *Rapat Rutin* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo?
3. Bagaimana hubungan kegiatan *reward and punishment* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo?

#### D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui kegiatan *Coffee Morning* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo
2. Mengetahui kegiatan *Rapat Rutin* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo
3. Mengetahui hubungan kegiatan *reward and punishment* dengan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo

#### E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi PT. Saung Angklung Udjo sebagai sumbangan pemikiran dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengatasi permasalahan mengenai *human relations* (Hubungan antar manusia) dan motivasi kerja karyawan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah keilmuan tentang peran dan fungsi *public relations* dalam hubungan internal mengenai *human relations* yang terjadi di dalam sebuah perusahaan/lembaga dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Dan dapat mengetahui tentang kenyataan yang terjadi dilapangan.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan tentang penelitian yang dilakukan oleh *public relations* dalam menumbuhkan citra perusahaan pada

*publik internal* di suatu perusahaan. Serta dapat berguna sebagai bahan referensi dalam penelitian di masa yang akan datang, khususnya bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

## F. Kerangka Pemikiran

### 1. Kerangka teori

#### a. S-O-R

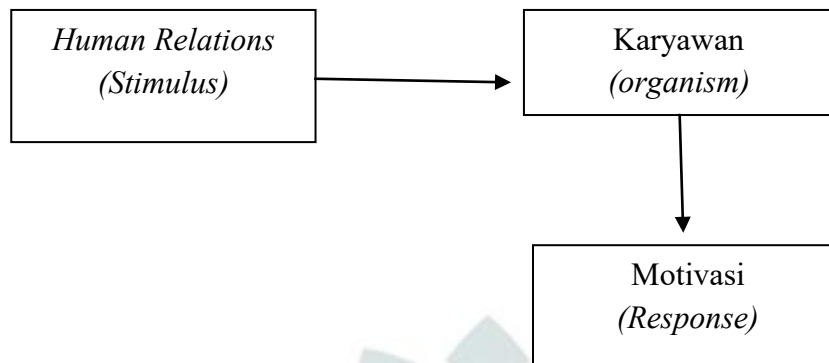
Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Human Relations* perusahaan terhadap peningkatan motivasi kerja karyawan PT. Saung Angklung Udjo. Berkaitan dengan masalah diatas maka yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini adalah teori S-O-R atau Stimulus-Organism-Response yang dikemukakan oleh Skinner dalam buku Effendy (2000: 254-255) bahwa “Asumsi dasar teori SOR ini menelaah efek yang ditimbulkan dalam reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Unsur-unsur dalam model ini adalah:

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikan (Organism, O)
- c. Efek (Response, R)



## Gambar 1

### Teori S-O-R



Sumber: Onong Uchjana Effendy, 2000:225

Berdasarkan bagan di atas, dapat dikatakan bahwa stimulus diadopsi sebagai kegiatan *Coffee Morning* dan kegiatan *Rapat Rutin* dalam internal perusahaan, yang memberikan rangsangan kepada karyawan (*organism*) dan pada akhirnya, karyawan memberikan respon dalam bentuk motivasi kerja.

#### b. Teori Behavior

merupakan sebuah teori yang dicetuskan oleh Gage dan Berliner pada abad ke-19 tentang perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman. Kemudian teori ini berkembang menjadi aliran psikologi belajar yang berpengaruh terhadap pengembangan teori pendidikan dan pembelajaran yang dikenal sebagai aliran behavioristik. Aliran ini menekankan pada terbentuknya perilaku yang tampak sebagai hasil belajar.

Teori behavior dengan model hubungan stimulus-responnya, mendudukan orang yang belajar sebagai individu yang pasif. Respon atau perilaku tertentu

dengan menggunakan metode pelatihan atau pembiasaan semata. Munculnya perilaku akan semakin kuat bila diberikan penguatan dan akan menghilang bila dikenai hukuman.

## 2. Kerangka Konseptual

*Human relations* dalam arti sempit adalah hubungan interpersonal yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam organisasi kekerjaan (*work organization*). Namun dalam *human relations* bukan hanya sebagai suatu hubungan akan tetapi *action oriented*. Suatu kegiatan untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif dan memuaskan. (Effendy, 2009:50)

### 1. *Human Relations*

*Human relations* perlu diadakan guna untuk mengurangi kesalahpahaman dalam komunikasi serta dalam interpretasinya, serta menggugah kegairahan dalam bekerja, sehingga menimbulkan kerjasama yang lebih produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati. (Effendy, 1993:75)

Kegiatan komunikasi yang sering dilakukan dalam *human relations* adalah komunikasi interpersonal, karena komunikasi dalam bentuk ini bersifat dialogis, maka prosesnya berlangsung secara timbal balik, kita akan mengetahui dan memahami *frame of reference* komunikan secara menyeluruh dan bidang pengalaman (*field of experience*), PT. SAU sendiri telah melaksanakan upaya tersebut dimana *human relations* dilaksanakan sebagai bentuk kegiatan komunikasi, seperti kegiatan *coffee morning* bersama dipagi hari *Rapat rutin* dan

adanya *reward and punishment*, disini baik pimpinan maupun pegawai PT. SAU melebur menjadi satu dalam kegiatan rutin *coffee morning* dipagi hari, selain itu juga kegiatan ini dijadikan sebagai solusi dalam pemecahan masalah dan mengembangkan kegairahan motivasi kerja para karyawan. Kegiatan ini bersifat resmi ataupun tidak resmi yang bertujuan menimbulkan suasana keakraban untuk saling memberikan masukan terhadap masalah-masalah yang terjadi didalam situasi kerja, dan dalam kegiatan inilah sikap saling menghargai pendapat sesama pegawai dilaksanakan.

## 2. Motivasi Kerja

Motivasi kerja adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Motivasi juga merupakan usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu bergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaknya atau mendapatkan kepuasan dengan perbuatannya. (Effendy, 2009:69)

Berdasarkan berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Motivasi kerja merupakan bagian yang urgen dalam suatu organisasi yang berfungsi sebagai alat untuk pencapaian tujuan atau sasaran yang ingin dicapai.
- b. Motivasi kerja mengandung dua tujuan utama dalam diri individu yaitu untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pribadi dan tujuan organisasi, dan

- c. Motivasi kerja yang diberikan kepada seseorang hanya efektif manakala di dalam diri seseorang itu memiliki kepercayaan atau keyakinan untuk maju dan berhasil dalam organisasi.

Di samping itu, motivasi merupakan bagian dari *human relations* juga, untuk bagaimana meningkatkan sumber daya manusia yang ada dalam diri seseorang, sehingga seseorang yang diberi motivasi dapat bekerja lebih keras, berusaha mencari tingkat tanggung jawab, bekerja tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan, dan melakukan pekerjaannya dengan profesional.

Dalam motivasi kerja dapat diukur sebagai berikut :

- a. Tinggi, motivasi kerja tinggi apabila bawahan memiliki disiplin kerja yang tinggi, mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan
- b. Sedang, motivasi kerja sedang apabila bawahan kurang memiliki disiplin kerja, kurang mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan
- c. Rendah, motivasi kerja rendah apabila bawahan tidak memiliki disiplin kerja, tidak memiliki tanggung jawab yang besar terhadap pekerjaan

Fungsi *human relations* dalam manajemen ialah memotivasi para pegawainya, membangkitkan motif mereka, menggugah daya gerak semangat kerja mereka, untuk bekerja lebih giat, jadi komunikasi yang terjalin harus bersifat positif. (Effendy, 2009:71)

Adapun yang menjadi perangkat konseptual adalah:

Variabel (X) : *Human Relations*

Variabel (Y) : Motivasi kerja

### 3. Kerangka Operasional

Inti dari penelitian ini adalah mengetahui hubungan antara dua variable, kedua variable tersebut terdiri dari variable independen (X) dan variable terikat (Y).

Dibawah ini merupakan kerangka operasional mengenai variable dalam penelitian “**Hubungan Kegiatan *Human Relations* Dengan Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo**”.

**Table 1**

**Kerangka Operasional Penelitian**

Variabel	Sub Variabel	Indikator
(X) <i>Human Relations</i>	Kegiatan <i>coffee morning</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sharing</i> antar pegawai</li> <li>• Saling memberikan informasi yang mudah dimengerti</li> <li>• Saling Menghormati</li> <li>• Perbedaan antar pegawai</li> <li>• Saling menjaga hubungan yang baik antar pegawai</li> <li>• Menjaga <i>culture</i> yang akrab</li> </ul>

	Kegiatan rapat rutin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Planning and evaluation</i></li> <li>• Mengikuti dalam setiap kegiatan rapat</li> <li>• Mengutarakan pendapat, ide, usulan tentang topik pembahasan</li> <li>• Menghargai pendapat orang lain</li> </ul>
	<i>reward and punishment</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendapatkan hadiah bagi yang berprestasi</li> <li>• Mendapat hukuman bagi yang melanggar</li> </ul>
(Y) Motivasi	Kinerja pegawai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semangat kerja pegawai</li> <li>• Inisiatif dan Kreativitas pegawai</li> <li>• Kualitas dan kuantitas kerja pegawai</li> </ul>
	Displin kerja pegawai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu dalam mengikuti berbagai kegiatan</li> <li>• Menghargai waktu</li> <li>• Tanggung Jawab</li> </ul>

## G. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara yang memerlukan pengujian secara empiris. Secara etimologi hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*, *hypo* artinya kurang dan *thesis* artinya pendapat, jadi dapat diartikan hipotesis adalah kesimpulan atau pendapat yang kurang sempurna, untuk menyempurnakannya diperlukan sebuah pembuktian kebenaran secara empiris.

Rancangan Hipotesis :

Rancangan Hipotesis :

Ho: Tidak terdapat hubungan kegiatan *Coffee Morning* dengan motivasi kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo.

Ha: Terdapat hubungan kegiatan *Coffee Morning* dengan motivasi kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo.

Ho: Tidak terdapat hubungan kegiatan *rapat kerja rutin* dengan motivasi kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo.

Ha: Terdapat hubungan kegiatan *rapat kerja rutin* dengan motivasi kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo.

Ho: Tidak terdapat hubungan *reward and punishment* dengan motivasi kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo.

Ha: Terdapat hubungan *reward and punishment* dengan motivasi kerja Karyawan PT. Saung Angklung udjo.

## H. Langkah-langkah Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Saung Angklung udjo Jl. Padasuka No.118 Bandung 40192. Fokus penelitian ini adalah semua pegawai yang bekerja di PT. Saung Angklung udjo. Peneliti memilih PT. Saung Angklung Udjo sebagai tempat penelitian karena perusahaan tersebut memiliki keunikan dalam segi karyawannya, dimana karyawan PT. Saung Angklung Udjo terdiri dari berbagai usia dan elemen-elemen yang lainnya.

### 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasi, penelitian korelasi adalah penelitian yang akan melihat hubungan antara variabel dengan variabel lain. Variabel yang digunakan untuk memprediksi disebut variabel predictor atau variabel independen (*Human Relations*) sedangkan variabel yang diprediksi disebut variabel kriteria atau variabel dependen (Peningkatan Motivasi kerja). Karena dalam penelitian ini hanya menghubungkan dua variabel saja, maka menurut Rakhmat (2007:27) korelasinya disebut korelasi sederhana (*Simple Correlational*).

Karakteristik penelitian korelasional ini adalah

- a. Menghubungkan dua variabel atau lebih.
- b. Besarnya hubungan didasarkan pada koefisien korelasi.
- c. Dalam melihat hubungan tidak dilakukan manipulasi sebagaimana dalam penelitian eksperimental.
- d. Datanya bersifat kuantitatif.



Dalam hal ini metode korelasional digunakan untuk menyelidiki bagaimana hubungan antara kegiatan *Human Relations* dengan peningkatan Motivasi Kerja Karyawan P.T Saung Angklung Udjo.

### 3. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

- a. Data tentang kegiatan *Coffee Morning* hubungannya dengan motivasi.
- b. Data tentang kegiatan *Rapat Rutin* hubungannya dengan motivasi.
- c. Data tentang kegiatan *Reward and Punishment* hubungannya dengan motivasi.

2. Sumber Data

- a. Untuk data tentang hubungan kegiatan *Coffee Morning* dan *Reward and Punishment* dengan motivasi kerja di dapat dari karyawan sebagai sumber data primer, sedangkan sebagai sumber data sekunder didapat dari *Top Management*.
  - b. Untuk data tentang kegiatan *Rapat Rutin* hubungannya dengan motivasi kerja karyawan didapat dari peserta rapat yaitu dalam hal ini *Top Management*.
- ### 4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan objek penelitian atau kumpulan dari nilai-nilai pengukuran tentang suatu sifat yang akan dipelajari, atau total nilai yang mungkin, hasil penghitungan atau pengukuran, kuantitatif atau kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan. Ukurannya dilambangkan dengan huruf "N".

(Rakhmat, 2007:78)

Populasi dalam penelitian ini adalah, Populasi yang bersifat homogen, populasi yang unsur-unsurnya memiliki sifat atau keadaan yang sama, yaitu jumlah keseluruhan karyawan yang bekerja di Saung Angklung Udjo dan harus mempunyai hubungan dengan tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui hubungan kegiatan *human relations* dengan motivasi kerja pegawai Saung Angklung Udjo. Jumlah populasi pegawai yang bekerja di Saung Angklung Udjo adalah 120 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian, ukurannya dilambangkan dengan huruf “n”. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* (random sampling). (Rakhmat, 2007:78)

Untuk menentukan ukuran sampel dari sejumlah populasi ditentukan rumusnya menurut Taro Yamane dalam Jalaludin Rakhmat (1998:82) sebagai berikut :

$$n = \frac{N1}{N1d^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Sampel

N1 : Populasi

d<sup>2</sup> : Kemungkinan kesalahan sampel 20%

$$n = \frac{120}{120 \cdot 0,2^2 + 1}$$

$$n = \frac{120}{120 \cdot 0,04 + 1}$$

$$n = \frac{120}{6}$$

$$n = 20$$

Jadi jumlah sampel yang diteliti adalah 20 orang

## I. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian, disamping perlu menggunakan metode yang memadai, juga perlu alat dan teknik pengumpulan data yang relevan. Dengan teknik pengumpulan data yang tepat maka semakin objektif suatu penelitian.

### a. Angket

Kuesioner adalah suatu alat pengumpul data dan informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Kuesioner ini disebut teknik komunikasi secara tidak langsung. Klasifikasi kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup ini peneliti menyediakan pertanyaan atau pernyataan bersifat positif maupun negatif dimana hal ini bertujuan lebih menggali keakuratan informasi yang akan diolah nanti. Sekaligus memberikan sejumlah kemungkinan jawaban kepada responden

### b. Wawancara / Interview

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Wawancara ini bisa disebut juga dengan teknik

komunikasi secara langsung. Wawancara ditujukan kepada responden penelitian yaitu karyawan Saung Angklung Udjo.

c. Observasi

Observasi adalah sebagai alat pengumpul data mengenai pengamatan langsung dan tidak langsung mengenai perilaku dan makna perilaku dari para responden. Jenis observasi yang digunakan peneliti dalam penelitian kali ini adalah observasi nonpartisipan yaitu observer tidak ikut dalam kehidupan orang yang diobservasi dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat peneliti mengumpulkn informasi dan data dengan mengamati langsung dilapangan yaitu di Saung Angklung Udjo.

## J. Teknik Pengukuran Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti. hasil penelitian yang valid bila terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data yang terjadi pada objek.

Metode Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Uji validitas ini dengan rumus korelasi *Rank Spearman*. Dan nilai  $r$  table pada  $\alpha = 5\%$

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka item atau butir pertanyaan dinyatakan valid, dan
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka item atau butir pertanyaan tidak valid dan harus digugurkan dari kuesioner

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk menguji sejauh mana alat yang menjadi pengukur bisa dipercaya dan diandalkan. Reliabilitas ini akan menunjukkan konsisten suatu alat pengukur di dalam pengukuran gejala yang sama. Untuk menguji reliabilitas ini dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

Uji validitas dan reliabilitas ini menggunakan alat computer dengan program *SPSS for windows release 15.0*

## K. Analisis Data

Sedangkan data kuantitatif diolah kedalam skor frekuensi melalui proses sebagai berikut :

- a. Membuat kolom-kolom seperti : kolom item, pernyataan responden, serta membuat frekuensi jawaban yang sudah diperoleh dari responden
- b. Mencari nilai  $f$  (frekuensi) dengan jalan menjumlahkan secara total dari setiap pernyataan responden
- c. Mencari frekuensi seluruhnya ( $n$ ) dengan menjumlahkan seluruh responden
- d. Setiap soal mempunyai 5 (lima) jawaban yang dipilih salah satunya yaitu SS, S, N, TS, dan STS yang masing-masing jawaban diberi poin skala ordinal. Poin untuk masing-masing jawaban diberi nilai sebagai berikut :

$$SS = 5 \quad S = 4 \quad N = 3 \quad TS = 2 \quad STS = 1$$

- e. Untuk mencari persentase masing-masing jawaban digunakan rumus ;

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

Keterangan : f = frekuensi

N = jumlah keseluruhan responden

- f. Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan kegiatan *human relations* dengan motivasi kerja pegawai langkah-langkah sebagai berikut

Menghitung koefisien korelasi dengan :

- 1) Rumus *product moment*

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

**Table 2**

**Interpretasi koefisien korelasi nilai**

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

- 2) Pengujian lanjutan, uji signifikansi menggunakan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kaidah pengujian :  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  , maka tolak  $H_0$  artinya signifikan  
dan  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , terima  $H_0$  artinya tidak signifikan.

- 3) Mencari hubungan antara data dengan data, dan data dengan teori

- 4) Mencari kesimpulan





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG