

BAB II

LANDASAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teoritis

2.1.1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Menurut Daryanto (2011:148) “komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek/tujuan dengan mengharapkan *feedback* atau umpan balik”.

Menurut Wijayanto (2012:159) “Komunikasi merupakan proses transfer pemahaman (*understanding*) sesuatu yang berarti (*meaningful*)”.

Menurut Rivai dan Mulyadi (2011:338) “komunikasi merupakan proses penting dalam wadah organisasi atau lembaga. Jika seorang pemimpin berhasil dalam berkomunikasi, merupakan jaminan kesuksesan dalam usaha pencapaian tujuan”.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan para ahli dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses atau cara penyampaian dan penerimaan suatu pesan, serta penyampaian atau pertukaran informasi dari pengirim kepada penerima, baik secara lisan, tertulis maupun menggunakan alat komunikasi. Dengan demikian komunikasi dalam suatu organisasi dapat diidentikkan dengan sistem saraf dalam organisasi, artinya perlu adanya arus informasi yang baik.

b. Proses Komunikasi

Menurut Wijayanto (2012:160) proses komunikasi merupakan serangkaian tahapan antara sumber atau pengirim (*source* atau *sender*) dan penerima (*receiver*)

yang akan menghasilkan suatu transfer pemahaman mengenai sesuatu yang berarti, yaitu pesan. Pesan adalah sesuatu yang hendak dikomunikasikan.

c. Jenis Komunikasi

Menurut Sutrisno (2013:45) proses penyampaian pesan ataupun pertukaran informasi ini mempunyai berbagai dimensi :

1. Komunikasi verbal dan nonverbal
Komunikasi verbal merupakan suatu proses pertukaran pengertian yang menggunakan kata-kata. Sedangkan komunikasi nonverbal merupakan proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, gerakan tubuh dan sebagainya.
2. Komunikasi satu arah dan dua arah
Pada komunikasi seperti itu, maka yang ditekankan adalah arus pesan. Pada komunikasi satu arah, pesan hanya mengalir dari pengirim pesan. Dilain pihak pada komunikasi dua arah pesan mengalir baik dari pengirim maupun penerima. Di sini secara bergantian pengirim pesan menjadi penerima dan sebaliknya. Pada umumnya komunikasi dua arah menunjukkan hasil yang baik daripada komunikasi satu arah.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi

Menurut Rivai & Mulyadi (2011:338) ada tujuh faktor komunikasi yang berperan dalam menciptakan dan memelihara otoritas yang objektif di dalam organisasi, yaitu :

1. Saluran komunikasi itu harus diketahui secara pasti.
2. Harus ada saluran komunikasi formal pada setiap anggota organisasi.
3. Jalur komunikasi harus langsung dan pendek.
4. Garis komunikasi formal hendaknya dipergunakan secara normal.
5. Pengatur komunikasi harus orang yang cakap.
6. Garis komunikasi tidak boleh terganggu pada saat organisasi sedang berfungsi.
7. Setiap komunikasi harus disahkan.

e. Manfaat dan Tujuan Komunikasi

Menurut Daryanto (2011:149-150) manfaat penting komunikasi, antara lain :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
Memberitahukan atau menerangkan informasi atau hal-hal yang belum diketahui seseorang maupun publik terhadap apa yang terjadi kepada seseorang ataupun publik sehingga informasi-informasi yang diberikan dapat menambah pengetahuan dan wawasan.

2. Mendidik (*to educate*)
Memberikan pendidikan dan pengetahuan yang bermanfaat, baik secara formal, nonformal maupun informal sehingga mendorong pembentukan watak dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
3. Membujuk (*to persuade*)
Membujuk, mempengaruhi atau membentuk suatu opini seseorang ataupun publik, meyakinkan tentang informasi-informasi yang diberikannya sehingga benar-benar mengetahui situasi yang terjadi di lingkungannya.
4. Menghibur (*to entertain*)
Memberikan hiburan atau kesenangan sehingga seseorang ataupun publik memperoleh selingan dari kejenuhan yang dialaminya karena tekanan-tekanan, baik dalam pekerjaan, pergaulan maupun hal lain yang dialami dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Mangkunegara (2011:148-150), ada dua tinjauan faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi, yaitu faktor dari pihak *sender* atau disebut pula komunikator, dan faktor dari pihak *receiver* atau komunikan.

1. Faktor dari pihak *sender* yaitu keterampilan, sikap, pengetahuan *sender*, dan media saluran yang digunakan.
 - a. Keterampilan *sender*
Sender sebagai pengirim informasi, ide, berita, pesan perlu menguasai cara-cara penyampaian pikiran baik secara tertulis maupun lisan.
 - b. Sikap *sender*
Sikap *sender* sangat berpengaruh pada *receiver*. *Sender* yang bersikap angkuh terhadap *receiver* dapat mengakibatkan informasi atau pesan yang diberikan menjadi ditolak oleh *receiver*. Begitu pula dengan sikap *sender* yang ragu-ragu dapat mengakibatkan *receiver* menjadi tidak percaya terhadap informasi atau pesan yang disampaikan. Maka dari itu, *sender* harus mampu bersikap meyakinkan *receiver* terhadap pesan yang diberikan kepadanya.
 - c. Pengetahuan *sender*
Sender yang mempunyai pengetahuan luas dan menguasai materi yang disampaikan akan dapat menginformasikannya kepada *receiver* se jelas mungkin. Dengan demikian, *receiver* akan lebih mudah mengerti pesan yang disampaikan oleh *sender*.
 - d. Media saluran yang digunakan oleh *sender*
Media atau saluran komunikasi sangat membantu dalam penyampaian ide, informasi, atau pesan kepada *receiver*. *Sender* perlu menggunakan media saluran komunikasi yang sesuai dan menarik perhatian *receiver*.
2. Faktor dari pihak *receiver* yaitu keterampilan *receiver*, sikap *receiver*, pengetahuan *receiver*, dan media saluran komunikasi.

- a. Keterampilan *receiver*
Keterampilan *receiver* dalam mendengar dan membaca pesan sangat penting. Pesan yang diberikan oleh *sender* akan dapat dimengerti dengan baik, jika *receiver* mempunyai keterampilan mendengar dan membaca.
- b. Sikap *receiver*
Sikap *receiver* terhadap *sender* sangat mempengaruhi efektif tidaknya komunikasi. Misalnya, *receiver* bersikap apriori, meremehkan, berprasangka buruk terhadap *sender*, maka komunikasi menjadi tidak efektif, dan pesan menjadi tidak berarti bagi *receiver*. Maka dari itu, *receiver* haruslah bersikap positif terhadap *sender*, sekalipun pendidikan *sender* lebih rendah dibandingkan dengannya.
- c. Pengetahuan *receiver*
Pengetahuan *receiver* sangat berpengaruh pula dalam komunikasi. *Receiver* yang mempunyai pengetahuan yang luas akan lebih mudah dalam menginterpretasikan ide atau pesan yang diterimanya dari *sender*. Jika pengetahuan *receiver* kurang luas sangat memungkinkan pesan yang diterimanya menjadi kurang jelas atau kurang dapat dimengerti oleh *receiver*.
- d. Media saluran komunikasi
Media saluran komunikasi yang digunakan sangat berpengaruh dalam penerimaan ide atau pesan. Media saluran komunikasi berupa alat indera yang ada pada *receiver* sangat menentukan apakah pesan dapat diterima atau tidak untuknya. Jika alat indera *receiver* terganggu maka pesan yang diberikan oleh *sender* dapat menjadi kurang jelas bagi *receiver*.

f. Indikator Komunikasi

Menurut Noor (2013:222-223) secara umum, ragam tingkatan komunikasi ada empat dimensi sebagai berikut :

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca-indra dan sistem saraf manusia.
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik. Dalam komunikasi ini, jumlah perilaku yang terlibat pada dasarnya bisa lebih dari dua orang selama pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.
3. Komunikasi publik (*public communication*), yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

4. Komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audiensi yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

2.1.2. Komitmen Organisasi

a. Pengertian Komitmen

Menurut Wibowo (2014:427) “pada dasarnya, komitmen bersifat individual, merupakan sikap atau perilaku yang dimiliki setiap individu. Sedangkan komitmen setiap individu terhadap organisasi di mana dia bekerja dapat dikatakan sebagai komitmen organisasional”.

Menurut Edison, dkk (2016:224) komitmen adalah suatu bentuk kebulatan tekad atas sesuatu yang diyakini dari sebuah persepsi, sehingga kebijakan yang baik harus lahir dari sebuah komitmen. Misalnya komitmen perusahaan/organisasi tentang mutu. Dengan komitmen yang kuat, manajemen berusaha membangun sistem dan pendukungnya agar mutu yang dipersepsikan sebagai nilai dapat terwujud. Jika mutu itu terwujud, pelanggan dipastikan puas.

Menurut Kaswan (2012:293) “komitmen kerap kali mencerminkan kepercayaan karyawan terhadap misi dan tujuan organisasi, kesediaan melakukan usaha dalam menyelesaikan pekerjaan serta hasrat terus bekerja di sana”.

Menurut Darmawan (2013:169) karyawan telah melakukan kewajibannya sebagai pekerja sedangkan organisasi seharusnya memastikan bahwa hak karyawan telah diterima dengan sesuai. Ketidaseselarasan antara hak dan kewajiban dari kedua belah pihak (pekerja dan yang mempekerjakan) akan menyebabkan perubahan sikap dimana salah satunya adalah terjadi penurunan komitmen terjadinya penurunan komitmen terhadap organisasi

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komitmen adalah suatu bentuk kebulatan tekad atas sesuatu yang diyakini dari sebuah persepsi atau

perilaku yang dimiliki setiap individu yang menunjukkan kesediaan melakukan usaha dalam menyelesaikan pekerjaan serta hasrat terus bekerja di sana.

b. Pengertian Komitmen Organisasi

Menurut Priansa (2014:234) komitmen organisasional adalah loyalitas pegawai terhadap organisasi, yang tercermin dari keterlibatannya yang tinggi untuk mencapai tujuan organisasi. Loyalitas pegawai tercermin melalui kesediaan dan kemauan pegawai untuk selalu berusaha menjadi bagian dari organisasi, serta keinginannya yang kuat untuk bertahan dalam organisasi.

Menurut Sutrisno (2013:296) dari konsep teori organisasi, telah dijelaskan bahwa komitmen pegawai itu merupakan hal yang penting bagi organisasi, terutama untuk menjaga kelangsungan dan pencapaian tujuan. Namun untuk memperoleh komitmen yang tinggi, diperlukan kondisi-kondisi yang memadai untuk mencapainya.

Menurut Triatna (2015:120) “komitmen organisasi memiliki arti yang lebih luas dari sekadar loyalitas yang pasif, tetapi melibatkan hubungan interaktif dan keinginan karyawan untuk memberikan kontribusi yang berarti pada organisasinya”.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi adalah keinginan anggota organisasi untuk mempertahankan keanggotannya dengan menunjukkan sikap loyalitas sebagai pekerja. Sikap loyalitas dalam organisasi penting dalam pencapaian tujuan organisasi.

c. Pendekatan Komitmen

Menurut Triatna (2015:123) untuk memahami komitmen secara lebih mendalam, dapat mengidentifikasi tiga hal berikut dalam memahami komitmen, yaitu sebagai berikut :

- a. Komitmen sebagai pengorbanan dan investasi energi individu terhadap organisasi. Pendekatan ini menganalisis bahwa komitmen lebih banyak menjadi urusan individu dari pada organisasi.
- b. Komitmen sebagai hubungan timbal balik (saling memerlukan antara organisasi dengan individu). Pendekatan ini menganalisis bahwa komitmen bukan saja urusan individu tetapi juga menjadi urusan organisasi. Komitmen dianalisis sebagai suatu hal yang resiprokal (saling).
- c. Komitmen dipandang sebagai pemeliharaan kesetiaan. Pendekatan ini menganalisis komitmen sebagai suatu upaya untuk melekatkan organisasi.

Menurut Priansa (2014:235-236) komitmen organisasional dalam diri pegawai juga nampak dari beberapa hal sebagai berikut :

1. Penyesuaian
Melakukan upaya penyesuaian dengan organisasi dan melakukan hal-hal yang diharapkan oleh organisasi, serta menghormati norma yang berlaku dan hidup dalam organisasi, serta mentaati dan menuruti peraturan dan ketentuan yang berlaku di organisasi.
2. Meneladani
Dengan cara membantu orang lain, menghormati dan menerima hal-hal yang dianggap penting oleh pimpinan, bangga menjadi bagian dari organisasi, serta peduli akan citra organisasi.
3. Mendukung secara aktif
Dengan cara bertindak mendukung serta memenuhi kebutuhan organisasi dan menyesuaikan diri dan kepentingannya dengan misi organisasi.
4. Melakukan pengorbanan pribadi
Dengan cara menempatkan kepentingan organisasi di atas kepentingan pribadi, pengorbanan dalam hal pilihan pribadi, serta mendukung keputusan yang menguntungkan organisasi walaupun keputusan tersebut tidak disenangi oleh pegawai tersebut.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komitmen

Menurut Sutrisno (2013:304) komitmen organisasi akan bersifat dinamis bila teori kategorisasi diri digunakan untuk menjelaskannya. Karena kategorisasi diri ini setiap saat berubah seiring dengan perubahan anggota untuk mengidentifikasikan dirinya pada kelompok. Meskipun kategorisasi diri itu selalu terjadi dalam organisasi, komitmen organisasi akan bisa dibangun melalui similarisasi sifat antar-anggota.

Menurut Priansa (2014:246-247) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komitmen organisasional adalah :

1. Karakteristik individual

Karakteristik individual meliputi usia, masa kerja, tingkat pendidikan, jenis kelamin, ras serta faktor kepribadian yang dimiliki oleh pegawai.

2. Karakteristik pekerjaan

Karakteristik pekerjaan meliputi pekerjaan yang menantang, kejelasan tugas, umpan balik sebagai sarana evaluasi hasil kerja, interaksi sosial dan suasana kondusif.

3. Karakteristik struktural atau karakteristik organisasi

Karakteristik organisasi meliputi desentralisasi dan otonomi, tanggung jawab, kualitas hubungan antara pimpinan dan pegawai, serta sifat dan karakteristik pimpinan.

4. Pengalaman kerja

Pengalaman kerja meliputi ketergantungan organisasi kerja, nilai pentingnya individu bagi organisasi kerja, sejauh mana harapan pegawai dapat terpenuhi oleh organisasi, sikap positif dari rekan kerja terhadap organisasi kerja, tipe kepemimpinan yang ada dan berkembang di dalam organisasi.

e. Manfaat dan Tujuan Komitmen

Menurut Sutrisno (2013:293) *Affective commitment* adalah tingkat keterikatan secara psikologis dengan organisasi berdasarkan seberapa baik perasaan mengenai organisasi. Komitmen dalam jenis ini muncul dan berkembang oleh dorongan adanya kenyamanan, keamanan dan manfaat lain yang dirasakan dalam suatu organisasi yang tidak diperolehnya dari tempat atau organisasi yang lain. Semakin nyaman dan tinggi manfaatnya yang dirasakan oleh anggota, semakin tinggi komitmen seseorang pada organisasi yang dipilihnya.

Menurut Darmawan (2013:168) upaya membangun komitmen digambarkan sebagai usaha untuk menjalin hubungan jangka panjang. Individu-individu yang memiliki komitmen terhadap organisasi memiliki kemungkinan untuk tetap bertahan di organisasi lebih tinggi ketimbang individu-individu yang tidak memiliki komitmen. Mereka yang memiliki komitmen tinggi cenderung menunjukkan keterlibatan yang tinggi yang diwujudkan dalam bentuk sikap dan perilaku.

f. Indikator Komitmen

Menurut Darmawan (2013:168-169) komitmen organisasi sebagai sebuah konsep yang memiliki tiga dimensi, yaitu :

1. *Affective commitment* adalah tingkat seberapa jauh seorang karyawan secara emosi terikat, mengenal dan terlibat dalam organisasi.
2. *Continuance commitment* adalah suatu penilaian terhadap biaya yang terkait dengan meninggalkan organisasi.

3. *Normative commitment* adalah merujuk kepada tingkat seberapa jauh seseorang secara *psychological* terikat untuk menjadi karyawan dari sebuah organisasi yang didasarkan kepada perasaan seperti kesetiaan, afeksi, kehangatan, kepemilikan, kebanggaan, kesenangan, kebahagiaan dan lain-lain.

2.1.3 Kepuasan Kerja

a. Pengertian Kepuasan Kerja

Menurut Badeni (2013:43) kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu elemen yang cukup penting dalam organisasi. Hal ini disebabkan kepuasan kerja personel organisasi dapat memengaruhi perilaku kerja, seperti malas, rajin, produktif dan lain-lain atau mempunyai hubungan dengan beberapa jenis perilaku yang sangat penting dalam organisasi.

Menurut Priansa (2014:291) kepuasan kerja merupakan sekumpulan perasaan pegawai terhadap pekerjaannya, apakah senang/suka atau tidak senang/tidak suka sebagai hasil interaksi pegawai dengan lingkungan pekerjaannya atau sebagai persepsi sikap mental, juga sebagai hasil penilaian pegawai terhadap pekerjaannya. Perasaan pegawai terhadap pekerjaan mencerminkan sikap dan perilakunya dalam bekerja.

Menurut Priansa (2014:290) “kepuasan kerja merupakan hal penting yang dimiliki individu di dalam bekerja. Setiap individu pekerja memiliki karakteristik yang berbeda-beda, maka tingkat kepuasannya pun berbeda-beda pula”.

Menurut Triatna (2015:110) “pengertian kepuasan kerja adalah keadaan emosional seseorang terhadap pekerjaannya, apakah ia menyenangi pekerjaan itu atau tidak”.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja adalah suatu keadaan emosional karyawan

dalam menghadapi dan menyelesaikan pekerjaan dengan perasaan menyenangkan pekerjaannya itu atau tidak.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja

Menurut Kreikner dan Kinicki dalam Wibowo (2012:504-505) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya kepuasan kerja yaitu :

- a. Pemenuhan kebutuhan
Model ini dimaksudkan bahwa kepuasan ditentukan oleh tingkatan karakteristik pekerjaan memberikan kesempatan pada individu untuk memenuhi kebutuhannya.
- b. Perbedaan
Kepuasan merupakan suatu hasil memenuhi harapan. Pemenuhan harapan mencerminkan perbedaan antara apa yang diharapkan dan yang diperoleh individu dari pekerjaan.
- c. Pencapaian nilai
Gagasan pencapaian nilai adalah bahwa kepuasan merupakan hasil persepsi pekerjaan memberikan pemenuhan nilai kerja individual yang penting.
- d. Keadilan
Kepuasan merupakan fungsi dari seberapa adil individu diperlakukan di tempat kerja.
- e. Komponen genetik
Beberapa rekan kerja atau teman tampak puas terhadap variasi lingkungan kerja, sedangkan lainnya kelihatan tidak puas.

Menurut Badeni (2013:44) beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja dan sekaligus dapat dipakai untuk mengukur kepuasan kerja adalah :

1. Pekerjaan itu sendiri.
2. Gaji.
3. Rekan sekerja.
4. Atasan.
5. Promosi.
6. Lingkungan kerja.

c. Indikator Kepuasan Kerja

Menurut Wibowo (2013:140) *job descriptive index* mengukur kepuasan dari lima segi yaitu :

1. *The work itsef*, pekerjaan itu sendiri, yang mencakup tanggung jawab (*responsibility*), kepentingan (*interest*) dan pertumbuhan (*growth*).
2. *Quality of supervision*, kualitas pengawasan, yang mencakup bantuan teknis (*technical help*) dan dukungan sosial (*social support*).

3. *Relationship with co-workers*, hubungan dengan rekan sekerja, yang mencakup keselarasan sosial (*social harmony*) dan rasa hormat (*respect*).
4. *Promotion opportunities*, peluang promosi, termasuk kesempatan untuk kemajuan selanjutnya (*chances for further advancement*).
5. *Pay*, bayaran, dalam bentuk kecukupan bayaran (*adequacy of pay*) dan perasaan keadilan terhadap orang lainnya (*perceived equity vis-à-vis others*).

2.2. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disajikan dalam Tabel 2.1 :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
Astuti, dkk (2016)	Pengaruh Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan	X ₁ : Komunikasi Internal X ₂ : Budaya Organisasi Y : Kepuasan Kerja Karyawan	Uji F Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja Uji t Komunikasi Internal dan Budaya Organisasi secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja
Tilaar, dkk (2014)	Analisis Komitmen Organisasi, Pengembangan Karir Dan Pemberdayaan Terhadap Kepuasan Kerja Pada Kantor Badan Pengelola Perbatasan Kepulauan Sangihe	X ₁ : Komitmen Organisasi X ₂ : Pengembangan Karir Y ; Kepuasan Kerja Karyawan	Komitmen organisasi, pengembangan karir, dan pemberdayaan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Susilowati (2013)	Pengaruh Kepemimpinan dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Dimediasi Budaya Organisasi	X ₁ : Kepemimpinan X ₂ : Komitmen Organisasi Y ; Kepuasan Kerja	Uji F Kepemimpinan dan Komitmen Organisasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja Uji t Kepemimpinan dan Komitmen Organisasi secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja
-------------------	---	---	---

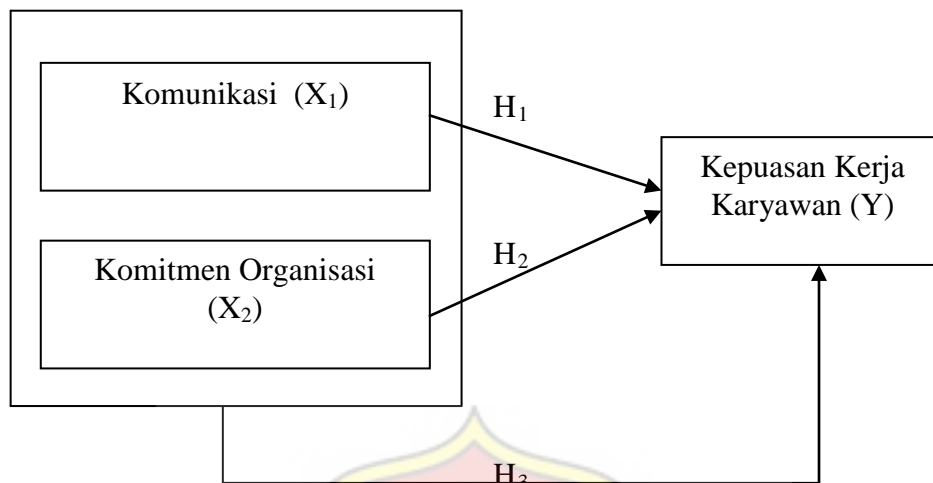
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Menurut Kaswan (2012:294) tingkat komitmen organisasi seorang individu merupakan indikator yang lebih baik dari pergantian karyawan daripada prediktor kepuasan kerja. Komitmen organisasi barang kali merupakan prediktor yang lebih baik karena merupakan respon yang lebih global dan permanen terhadap organisasi secara keseluruhan daripada kepuasan kerja.

Menurut Edison, dkk (2016:227) jika pegawai/karyawan memiliki komitmen yang tinggi terhadap perusahaan/organisasi tempat mereka bekerja, ini menunjukkan ada kepuasan kerja yang terpenuhi, pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja yang bersangkutan dan implikasinya adalah memudahkan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan/organisasi.

Menurut Noor (2013:207) komunikasi yang efektif terjadi apabila individu mencapai pemahaman bersama, merangsang pihak lain melakukan tindakan dan mendorong orang untuk berpikir dengan cara baru. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan meningkatkan motivasi kerja yang tentu saja sangat berpengaruh terhadap kepuasan kerja, baik individu yang bersangkutan maupun organisasinya sehingga dapat mengantisipasi masalah, membuat keputusan secara efektif, mengoordinasikan arus kerja, memsupervisi orang lain, mengembangkan hubungan serta dapat mempromosikan produk dan jasa organisasi.

Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4 Hipotesis

Menurut Widodo (2017:62) hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara yang masih memerlukan pembuktian. Hipotesis nihil adalah dugaan yang menyatakan kesamaan atau tidak adanya perbedaan antara dua kelompok (atau lebih) tentang suatu perkara yang dipersoalkan. Hipotesis alternatif adalah dugaan yang menyatakan ketidaksamaan atau perbedaan.

Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H₁ : Komunikasi berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals, Co.Ltd Medan.
- H₂ : Komitmen organisasi berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals, Co.Ltd Medan.
- H₃ : Komunikasi dan komitmen organisasi berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals, Co.Ltd Medan.