BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Karyawan dan perusahaan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Baik itu di instansi pemerintahan ataupun swasta, Karena karyawan memegang peranan utama dalam menjalankan roda kehidupan perusahaan. Apabila karyawan memiliki produktivitas dan semangat kerja yang tinggi, maka laju perusahaanpun akan berjalan dengan baik, yang pada akhirnya akan dapat mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan, hal ini dikarenakan karyawan memberikan kinerja terbaik dalam melakukan pekerjaannya.

Untuk tercapainya semangat kerja yang tinggi dari karyawan maka perlu adanya suasana kerja yang nyaman, tenang, dan tentunya hubungan baik yang terjalin antara sesama karyawan. Hubungan baik antar karyawan merupakan faktor utama yang menyebabkan seorang karyawan bisa betah bekerja di suatu perusahaan, apabila hubungan antar karyawan tidak baik, dimana tidak ada toleransi, kerjasama, serta saling menghargai pekerjaan masing – masing maka dengan sendiri karyawan akan mengalami tekanan dan frustasi akibatnya pekerjaanpun tidak dapat dilaksanakan secara maksimal.

Hubungan yang baik tercapai apabila ada kepuasan yang dirasakan oleh karyawan ketika melakukan komunikasi. Berbicara mengenai kepuasan dan ketidakpuasan merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti.

Kepuasan dalam bekerja merupakan suatu hal yang selalu di inginkan oleh setiap karyawan, jika kepuasan terpenuhi maka karyawan akan senantiasa melakukan pekerjaanya dengan baik, tetapi sebaliknya jika karyawan tidak mendapatkankan kepuasan dari apa yang dilakukannya di perusahaan maka dengan sendirinya juga berdampak pada penurunan kinerja karyawan itu sendiri.

Untuk mengatasi hal tersebut perlu adanya komunikasi yang efektif diantara karyawan. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

Disadari atau tidak saat ini komunikasi sudah merupakan kebutuhan bagi setiap orang untuk menyampaikan aspirasi, keinginan, harapan ataupun hal – hal yang tidak disukai atau disukainya terhadap seseorang. Orang tersebut harus mengkomunikasikannya agar orang lain tahu apa yang dirasakan orang tersebut. Mungkin secara tidak langsung sebagian besar orang beranggapan komunikasi itu tidaklah penting, tapi seiring dengan berkembangnya zaman, komunikasi sudah memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat agar setiap masalah yang timbul bisa dicari pemecahannya.

Begitu juga diperusahaan komunikasi juga memegang peranan penting agar dapat menciptakan suasana kerja yang nyaman bagi karyawan. Sebagaimana kita ketahui komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dalam penyebaran informasi yang bersifat kompleks. Karena dengan komunikasi, manusia dapat berhubungan antara satu dengan yang lain dalam kehidupan sehari – hari, dalam lingkungan kerja dan lain – lain.

Menurut Everett M. Rogers :

“ Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” **(Mulyana, 2003 : 62).**

Dari penjelasan di atas terlihat jelas bahwa tujuan utama dari komunikasi ini adalah untuk mendapatkan respons atau umpan balik dan mengubah tingkah laku komunikan sesuai dengan keinginan komunikator. Jadi dimanapun kita melakukan interaksi pasti berujung pada komunikasi. Hal ini juga berlaku pada sebuah perusahaan atu instansi.

Begitu juga yang terjadi di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat (DJBC). Interaksi yang terjadi di antara karyawan menunjukkan bahwa diantara karyawan terdapat kedekatan yang lebih yang terjalin dalam bentuk kekeluargaan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana hubungan tersebut terjadi dalam keseharian. Dalam melakukan aktivitas kerja pola komunikasi antar karyawan tidak menunjukkan suatu bentuk komunikasi yang formal. Alur hierarki tetap di ikuti tetapi bentuk komunikasi yang terjadi menunjukkan bahwa ada kedekatan yang terjadi diantara mereka.

Kedekatan ini bisa saja dipengaruhi oleh beberapa faktor. Misalnya, adanya rasa kesamaan diantara sesama sehingga ini dapat membuat siapa tertarik kepada siapa, ataupun pada interaksi awal mereka sudah merasa ada komunikasi yang baik yang terjalin diantara mereka.

Adanya komunikasi yang baik dari sesama karyawan sehingga menimbulkan kedekatan, dapat menjadi kekuatan bagi karyawan untuk mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan secara bersama – sama.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai adalah satu bagian direktorat yang berada dalam bagian Departemen keuangan, dan merupakan instansi pemerintah yang bergerak dibidang pengawasan barang yang masuk atau keluar pabean dan pemungutan bea masuk. Tugas pokok DJBC adalah melaksanakan tugas umum pemerintahan dan pembangunan serta melayani masyarakat, industri dan perdagangan, atau secara spesifik, DJBC wajib melayani pengguna jasa kepabeanan dan cukai sedangkan tugas DJBC Kantor Wilayah Jawa Barat adalah melaksanakan koordinasi, bimbingan teknis, pengendalian, evaluasi dan pelaksanaan tugas di bidang kepabeanan dan cukai dalam wilayah kerjanya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam melaksanakan tugas di atas, Kantor Wilayah DJBC Jawa Barat menyelenggarakan fungsi:

a. Pengendalian dan evaluasi pelaksanaan peraturan perundang-undangan kepabeanan dan cukai.
b. Pelaksanaan pemberian bimbingan teknis, pengawasan teknis, dan penyelesaian masalah di bidang kepabeanan dan cukai atas unit-unit operasional terhadap wilayah kerjanya.
c. Pengendalian, evaluasi, pelaksanaan pemberian perijinan dan fasilitas di bidang kepabeanan dan cukai.

d. Pelaksanaan penelitian atas keberatan terhadap penetapan di bidang kepabeanan dan cukai.

e. Pengendalian, evaluasi, pengkoordinasian dan pelaksanaan intelijen di bidang kepabeanan dan cukai.

f. Pengendalian, evaluasi, pengkoordinasian pelaksanaan patrol serta operasi pencegahan pelanggaran peraturan perundang-undangan, penindakan dan penyidikan tindak di bidang kepabeanan dan cukai.

g. Pengendalian dan pemantauan tindak lanjut hasil penindakan serta penyidikan di bidang kepabeanan dan cukai.

h. Perencanaan dan pelaksanaan audit serta evaluasi hasil audit di bidang kepabeanan dan cukai.

i. Pengkoordinasian dan pelaksanaan pengolahan data, penyajian informasi serta laporan di bidang kepabeanan dan cukai.

j. Pengendalian, pengelolaan, dan pemeliharaan sarana operasi serta senjata api Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.

k. Pengkoordinasian dan pelaksanaan pengawasan pelaksanaan tugas, serta evaluasi kinerja.

l. Pelaksanaan adminstrasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. **(Arsip DJBC, 2009).**

Berdasarkan hal di atas tugas utama DJBC Pusat dan Kantor Wilayah adalah dalam bentuk pelayanan kepada masyarakat, dalam hal ini mengawasi barang yang keluar dan masuk pabean serta melayani para penggunan jasa. Ini semua tidak lepas dari interaksi dan kerjasama antar karyawan dalam

melaksanakan tugas dan untuk tercapainya tujuan perusahaan perlu adanya hubungan yang baik antar karyawan dalam mengkoordinasikan tugas masing – masing. Salah satu bentuk komunikasi yang terjadi antar karyawan adalah Komunikasi Antar pribadi.

Untuk memahami komunikasi antar pribadi kita harus tahu dulu apa itu Diri Pribadi.

> Diri Pribadi adalah sutu ukuran atau kualitas yang memungkinkan seseorang untuk dianggap dan dikenali sebagai individu yang berbeda dengan individu lainnya. Kualitas yang membuat seseorang memiliki kekhasan tersendiri sebagai manusia, tumbuh dan berkembang melalui interaksi sosial, yaitu berkomunikasi dengan orang lain. **(sendjaja, 2002 : 2.13)**

Komunikasi antar pribadi didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya " *The Interpersonal Communication Book*:. (Devito, 1989 : 4) sebagai :

> " Proses pengiriman dan penerimaan pesan – pesan antara dua orang, atau diantara kelompok kecil orang – orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika".
> (*the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*). **(effendy, 2003 : 60).**

Pentingnya situasi komunikasi antarpribadi ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialog. Dengan begitu bisa terjadi interaksi antara komunikator dan komunikan dengan menghasilkan umpan balik (feedback) dari komunikan.

Menurut **Onong Uchjana Effendy** dalam bukunya menyatakan bahwa: dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Walaupun demikian interaksi yang efektif terjadi apabila adanya derajat kesamaan antara orang – orang yang sedang melakukan komunikasi. Sebagaimana yang disebut oleh Wilbur Schramm *Frame Of reference* (kerangka referensi) atau juga *Frame of experience* (kerangka Pengalaman). Para pelaku komunikasi yang mempunyai kesamaan dalam *frame Of reference maupun Frame Of experience* itu

adalah mereka yang hampir sama dalam tingkat pendidikan, jenis profesi atau pekerjaan, agama, bangsa, hobi, ideologi dan lain sebagainya.

Dari penjelasan di atas, terlihat bahwa orang – orang yang saling berdialog akan menimbulkan interaksi, tetapi faktor kesamaan akan lebih meningkatkan keakraban diantara komunikator dan komunikan. Proses pengalihan informasi pada komunikasi antar pribadi selalu mengandung perngaruh tertentu, proses pengaruh tersebut merupakan suatu proses yang bersifat psikologis yang pada gilirannya membentuk proses sosial, hal itu mengandung arti bahwa komunikasi antar pribadi itu mempunyai keunikan karena selalu dimulai dengan proses hubungan yang bersifat psikologis, dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhan.

Proses keterpengaruhan dalam Komunikasi antar pribadi tersebut adalah Atraksi Interpersonal hal ini dikarenakan atraksi interpersonal dapat berpengaruh pada keefektifan komunikasi dan penafsiran pesan oleh komunikan.

Menurut Dean C Barlund dalam Rakhmat, mengatakan bahwa :

> ” Atraksi Interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang**.” (Rakhmat, 2007 : 110).**

Mengetahui garis-garis atraksi dan penghindaran dalam sistem sosial artinya mampu meramalkan dari mana pesan akan muncul, kepada siapa pesan itu akan mengalir, dan lebih-lebih lagi bagaimana pesan itu akan diterima (Barlund 1968;71). Dengan kata lain ini berarti, dengan mengetahui siapa tertarik kepada siapa ataupun siapa menghindari siapa, kita dapat meramalkan arus komunikasi interpersonal akan terjadi. Makin tertarik kita kepada seseorang, makin besar kecendrungan kita berkomunikasi dengan dia.

Di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat, konsep atraksi interpersonal ini di lihat dari bagaimana karyawan saling berkomunikasi dalam melakukan hubungan pekerjaan sehari – hari. Bagaimana pola komunikasi antar pribadi yang terbentuk diantara karyawan. Berdasarkan pengamatan peneliti bentuk komunikasi antar pribadi yang terjalin antar karyawan sudah mencapai tahap kedekatan dimana tidak ada bentuk komunikasi yang formal antar karyawan, tetapi mereka tetap mengikuti hierarki yang ada.

Berdasarkan konsep hubungan antar pribadi yang peneliti ketahui, bahwa apabila seseorang memutuskan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan orang lain, berarti orang tersebut merasa adanya suatu kepuasan yang tercipta diantara mereka ketika melakukan komunikasi, sehingga mereka memutuskan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat. Hubungan kedekatan antar karyawan inilah yang menyebabkan peneliti ingin mengetahui apakah kedekatan tersebut dipengaruhi oleh Faktor Personal dan faktor situasional.

Meskipun tidak selamanya kedekatan antar karyawan dipengaruhi oleh Atraksi interpersonal, karena bisa saja dipengaruhi oleh faktor lain selain faktor personal dan faktor situasional. Tetapi banyak orang lebih memilih menjalin hubungan berdasarkan kesamaan yang mereka miliki baik secara personal maupun situasional. Yang pada akhirnya akan berdampak pada kepuasan yang mereka rasakan dalam berkomunikasi.

Kepuasan adalah suatu konsep yang biasanya berkenaan dengan kenyamanan. Didalam perusahanpun kepuasan memegang tingkat tertinggi, sebab ia berkaitan dengan tujuan manusia untuk merealisasikan dan mengaktualisasikan

potensi dirinya dalam pekerjaan. Kepuasan tercermin dari bentuk totalitas dari pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan di perusahaan. Adanya kepuasan dan ketidakpuasan dalam diri karyawan bisa terlihat dari bagaimana karyawan tersebut menyelesaikan pekerjaannya. Karena, rasa puas yang dirasakan masing – masing individu pasti berbeda.

Selain itu kepuasan komunikasi dapat dicapai melalui faktor lingkungan yakni hubungan antar karyawan, apabila hubungan baik maka komunikasipun akan berjalan lancar dan kepuasanpun akan tercapai.

Menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang dikutip dari kotler mengatakan bahwa :

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya. (**Kotler, 2001 : 112).** Dalam melakukan pekerjaan atau hubungan antar pribadi diruang lingkup perusahaan setiap individu pasti memiliki harapan dari hal yang dilakukakannya dan jika harapan tersebut terpenuhi maka mereka akan merasakan kepuasan.

Sedangkan kepuasan komunikasi adalah keseluruhan tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan dalam lingkungan total komunikasinya. **(Redding, 1972 : 429).**

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa orang – orang yang memiliki kesamaan cenderung untuk saling berkomunikasi karena adanya persamaan baik itu secara personal maupun situasional. Dengan begitu, semakin banyak persamaan antar karyawan maka semakin sering mereka melakukan interaksi dalam konteks hubungan antar pribadi. Sehingga dengan sendirinya akan

menimbulkan kepuasan dalam melakukan komunikasi berdasarkan faktor kesamaan tersebut. Jadi kepuasan komunikasi adalah suatu hal yang menarik untuk diteliti apabila dihubungkan dengan atraksi interpersonal, karena dari dua hal ini akan menimbulkan hubungan baik antar karyawan dan dengan begitu karyawanpun akan bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat menyusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

Sejauhmana Pengaruh Atraksi Interpersonal terhadap Kepuasan Komunikasi Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memberikan batasan masalah yang akan diteliti dalam penyusunan penelitian ini, yaitu :

1. Sejauhmana Pengaruh **Faktor Personal** terhadap kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat?

2. Sejauhmana Pengaruh **Faktor Situasional** terhadap kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat?

3. Sejauhmana Pengaruh Atraksi intrapersonal terhadap **Harapan** antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat?

4. Sejauhmana Pengaruh Atraksi intrapersonal terhadap **Hasil yang dirasakan** antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat?

5. Sejauhmana Pengaruh **Atraksi Interpersonal** terhadap **Kepuasan Komunikasi** antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat?

1.3 Maksud dan tujuan penelitian

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan, menganalisis dan menjawab sejauhmana pengaruh atraksi interpersonal terhadap kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Pengaruh Faktor Personal** terhadap kepuasankomunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

2. Untuk mengetahui **Pengaruh Faktor Situasional** terhadap kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

3. Untuk mengetahui Pengaruh Atraksi interpersonal terhadap **Harapan** antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

4. Untuk mengetahui Pengaruh Atraksi Interpersonal terhadap **Hasil yang dirasakan** antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

5. Untuk mengetahui Pengaruh **Atraksi Interpersonal** terhadap **Kepuasan Komunikasi** antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan Ilmu Humas secara khusus.. Sekaligus menguji teori yang ada pada penelitian ini, khusus mengenai bidang kajian Ilmu Humas yaitu dalam melaksanakan kegiatan internal perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil pengamatan ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam bidang ilmu komunikasi mengenai proses komunikasi, dalam spesialisasi humas yakni bagaimana hubungan yang

terjadi antar karyawan yang ditunjukkan dalam bentuk Komunikasi antar pribadi khususnya Atraksi Intrapersonal. Dan juga mengenai peranan Public Relations internal suatu instansi pemerintah.

2. Bagi UNIKOM dan Program Studi Ilmu komunikasi.

Bagi Universitas, khususnya Program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi humas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu untuk mengembangkan disiplin Ilmu bersangkutan, dan dapat dijadikan sebagai literatur untuk penelitian sejenis.

3. Bagi Perusahaan

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat, untuk mengetahui sejauhmana pengaruh hubungan antar pribadi terhadap Kepuasaan Komunikasi antar karyawan.
- Diharapkan agar penelitian ini dapat menjadi bahan masukan menambah wawasan pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Memahami komunikasi dan hubungan antar pribadi dari sudut pandang individu adalah menempatkan pemahaman mengenai komunikasi di dalam proses psikologis. Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan dimana dia terlibat didalamnya. Karena pemahaman tersebut bersifat sangat pribadi

dan sangat bermakna bagi individu, maka pemahaman psikologis acap kali dianggap sebagai makna yang sesungguhnya dari suatu hubungan antar pribadi.

Proses Psikologis merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari komunikasi antar pribadi. Hal ini terjadi karena dalam komunikasi antar pribadi kita mencoba menginterpretasikan makna yang menyangkut diri kita sendiri, diri orang lain dan hubungan yang terjadi.

Dalam Komunikasi Antar Pribadi ada yang disebut Atraksi Interpersonal. Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. **(Rakhmat, 2007 : 110).** Adanya daya tarik ini membentuk rasa suka. Rasa suka pada seseorang umumnya membuat orang yang kita sukai menjadi signifikan bagi kita. Melalui atraksi interpersonal kita akan dapat melihat kecenderungan komunikasi terjadi karena siapa tertarik kepada siapa. Pada Atraksi Interpesonal terdapat dua faktor yang mempengaruhi hubungan antar individu, yakni : Faktor Personal (Faktor yang timbul dari dalam diri individu), dan Faktor Situasional (faktor yang timbul dari luar diri individu).

Faktor Personal dan Situasional dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Faktor-faktor Personal**

faktor-faktor personal yang mempengaruhi atraksi interpersonal adalah :

a. Kesamaan karakteristik personal

Orang-orang yang memiliki kesamaan dalam nilai-nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosioekonomis, agama, ideologis, cenderung saling menyukai.

b. Tekanan Emosional

Bila orang berada dalam keadaan yang mencemaskannya atau harus memikul tekanan emosional, ia akan menginginkan kehadiran orang lain.

c. Harga diri yang rendah

Menurut Walster, bila harga diri direndahkan, hasrat bergabung dengan orang lain bertambah, dan ia makin responsif untuk menerima kasih sayang orang lain. Dengan perkataan lain, orang yang rendah diri cenderung mudah mencintai orang lain.

d. Isolasi Sosial

Beberapa orang peneliti menyebutkan bahwa tingkat isolasi sosial yang amat besar berpengaruh terhadap kesukaan kita pada orang lain. Menurut Aronson, orang yang kesukaannya kepada kita bertambah akan lebih kita senangi darpada orang yang kesukaannya kepada kita tidak berubah.

2. Faktor Situasional

Adapun faktor-faktor situasional yang mempengaruhi Atraksi interpersonal yaitu :

a. Daya Tarik Fisik

Dalam beberapa penelitian mengungkapkan bahwa daya tarik fisik sering menjadi penyebab utama Atraksi personal. Orang-orang yang berwajah cantik dan ganteng cenderung mendapat penilaian yang baik dan dikatakn mempunyai sifat-sifat yang baik.

b. Ganjaran

Kita cenderung menyenangi orang yang memberi ganjaran pada kita. Ganjaran itu berupa bantuan, dorongan moral, pujian, atau hal-hal yang meningkatkan harga diri kita. Kita akan menyukai orang yang menyukai kita.

c. Familiarity

Yaitu hubungan kita dengan orang-orang yang sudah kita kenal. Menurut Robert B. Zajonc, semakin sering orang melihat seseorang maka ia akan semakin menyukainya.

d. Kedekatan (Proximity)

Orang cenderung menyenangi mereka yang berdekatan dengannya, baik rumah, tempat tidur, tempat duduk, dan sebagainya.

e. Kemampuan

Kita cenderung menyenangi orang-orang yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada kita atau lebih berhasil dalam kehidupannya. Dalam penelitian Aronson, orang yang paling disenangi adalah orang yang memiliki kemampuan tinggi tapi menunjukkan beberapa kelemahan.

Sebagaimana yang dikatakan bahwa atraksi interpersonal memberikan pengaruh terhadap komunikasi antar pribadi, dikarenakan adanya ketertarikan antara komunikator dengan komunikan maka komunikasi yang mereka lakukan pun akan berjalan dengan lancar dan efektif. Komunikasi antar pribadi yaitu Interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara

langsung, dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Pengaruh Atraksi Interpersonal dalam komunikasi Interpersonal terdapat pada dua hal yaitu :

Penafsiran Pesan dan Penilaian

Penilaian terhadap personal tidak berdasarkan rasional saja karena kita adalah manusia yang berperasaan yang dapat menilai manusia melalui emosional. Seseorang yang menyukai orang yang memberikan pesan kepadanya maka ia akan dengan mudah menafsirkan pesan dan melakukan penilaian tetapi jika yang menyampaikan itu orang yang tidak disukainya maka bisa saja ia salah dalam menafsirkan pesan tersebut dan melakukan penilaian yang salah seperti tujuan komunikator baik tetapi dia menanggapinya buruk.

Efektifitas Komunikasi

Komunikasi interpersonal akan efektif jika komunikator dan komunikan merasa senang dalam komunikasi tersebut. Jika komunikasi didasarkan pada suka sama suka maka interaksi antara keduanya akan berjalan lancar dan tidak akan mengalami kekeliruan atau kesalah pahaman.

Untuk melengkapi penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Atribusi dari Heider dan Kelley.

” Atribusi adalah proses menyimpulkan motif, maksud, dan karakteristik orang lain dengan melihat pada perilaku yang tampak.” **(Baron dan Byrne, 1979 : 56).**

Melalui Bukunya yang berjudul *The Psychology Interpersonal Relations*, Heider mengemukakan :

” jika anda melihat perilaku orang lain, maka anda juga harus melihat sebab tindakan seseorang. Dengan demikian anda sebagai pihak yang memulai komunikasi harus mempunyai kemampuan untuk memprediksi perilaku seperti yang tampak di depan anda. **(Liliweri, 1997 : 52**)

Heider seperti yang dikutip Rakhmat (1988) mengungkapkan ada dua jenis atribusi, yaitu :

1. **Atribusi Kausalitas**

   Intinya hanya mempertanyakan apakah perilaku orang lain tersebut dipengaruhi oleh faktor - faktor personal atau faktor – faktor situasional.

2. **Atribusi Kejujuran**

   Ketika orang memperlihatkan atribusi kejujuran maka ada dua hal yang harus diamati :

- Sejauhmana pernyataan orang itu menyimpang dari pendapat umum.
- Sejauhmana orang itu memperoleh keuntungan dari anda akibat pernyataan anda. Makin besar jarak antara pendapat pribadi dengan pendapat umum maka kita makin percaya bahwa dia jujur. **(Liliweri, 1997 : 52-53)**

Jadi antara Atraksi Interpersonal dan Teori atribusi terdapat hubungan dimana Atraksi Interpersonal terdiri dari Faktor - faktor Personal da Faktor – faktor Situasional sedangkan atribusi adalah Proses menyimpulkan perilaku individu berdasarkan faktor personal dan faktor situasional tersebut.

Selain itu juga peneliti menggunakan **Teori Penetrasi Sosial** dari Irwin Altman & Dalmas Taylor (1973). Teori ini menjelaskan bahwa :

" Dalam hubungan antar pribadi selalu terjadi penyusupan sosial. Ketika anda baru berkenalan dengan seseorang, anda sebenarnya mulai dengan suatu suasana yang tidak akrab, namun setelah proses hubungan terus berlanjut maka situasi hubungan mulai berubah menjadi lebih akrab". **(Liliweri, 1997 : 53).**

Menurut teori mereka, karena hubungan itu berkembang, komunikasi bergerak dari level yang relatif sedikit dalam, tidak akrab, menuju level yang lebih dalam, lebih personal. Teori ini menyimpulkan bahwa, hubungan antar pribadi selalu melalui suatu proses yangberubah terus – menerus.

Selanjutnya peneliti menggunakan konsep kepuasan.

" kepuasan menggambarkan suatu konsep individu dan konsep mikro, kepuasan juga menggambarkan evaluasi atas suatu keadaan internal afektif, dan kepuasan juga menggambarkan reaksi afektif individu atas hasil –hasil yang diinginkan yang berasal dari komunikasi yang terjadi dalam Organisasi." **(Pace & Faules, 2006).**

Menurut Redding (1972), " istilah kepuasan komunikasi digunakan untuk menyatakan keseluruhan dari tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan dalam lingkungan total komunikasinya."

Sedangkan Kepuasan Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono adalah Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya. **(Kotler, 2001 : 112).**

Faktor – faktor harapan yaitu :

1. **Kebutuhan Pribadi,** sesuatu yang diinginkan karyawan ketika melakukan komunikasi dengan karyawan lain.

2. **Pengalaman masa lalu,** sesuatu yang pernah dirasakan ketika melakukan komunikasi dengan lingkungan perusahaan sekarang dan perusahaan sebelumnya.
3. **Rekomendasi,** pengalaman dari rekan kerja lainnya. Dimana, mereka akan menceritakan bagaimana bentuk komunikasi yang akan terjadi. **(Nasution, 2001 : 46).**

Sedangkan faktor – faktor dari hasil yang dirasakan adalah :

1. **Evaluasi,** penilaian yang dilakukan terhadap komunikasi yang telah dilakukan.
2. **Keyakinan,** apabila komunikasi yang telah dilakukan memenuhi kepuasan maka, karyawan akan merasa yakin untuk melanjutkan komunikasi tersebut.
3. **Senang,** adalah bentuk rasa puas yang dirasakan oleh karyawan setelah melakukan komunikasi.
4. **Meraih Kepuasan,** setelah semua faktor – faktor tersebut terpenuhi maka karyawan akan merasakan kepuasan yang sebenarnya. **(Tjiptono & Chandra, 2005 : 206).**

Kepuasan hampir tidak berhubungan dengan keefektifan pengungkapan pesan, tetapi bila pengalaman berkomunikasi memenuhi keinginan seseorang, biasanya hal itu dipandang sebagai memuaskan, meskipun mungkin tidak efektif secara khusus sepanjang berkaitan dengan standar penciptaan, pengungkapan, dan penafsiran pesan. Bila informasi

dikomunikasikan dengan cara yang sesuai dengan keinginan kita, maka kita akan mengalami kepuasan dalam berkomunikasi.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui sejauhmana Atraksi Interpersonal dapat memberikan kepuasan komunikasi antar karyawan. Hal ini dapat dilihat dari Faktor Personal dan Situasional serta Harapan dan Hasil yang dirasakan karyawan.

Maka hal tersebut dapat diaplikasikan sebagai berikut :

Faktor Personal (Faktor yang timbul dari dalam diri individu)

1. **Kesamaan karakteristik personal,** dapat diaplikasikan bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) yang memiliki dalam nilai – nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosioekonomis, agama, ideologis, cenderung saling menyukai.
2. **Tekanan Emosional,** dapat diaplikasikan bila karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) berada dalam keadaan yang mencemaskannya atau harus memikul tekanan emosional, maka ia akan menginginkan kehadiran orang lain.
3. **Harga diri yang rendah,** dapat diaplikasikan bila harga diri karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) direndahkan, hasrat bergabung dengan orang lain bertambah, dan ia makin responsif untuk menerima kasih sayang dari orang lain.

4. **Isolasi Sosial,** dapat diaplikasikan kedalam alasan seorang karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) yang dulunya pernah terisolasi, yang kemudian merasa bahagia karena kehadiran karyawan lain. Sehingga karyawan tersebut dapat cenderung menjalin komunikasi karena merasa kehadiran orang lain dapat mendatangkan kebahagiaan baginya. Apabila proses tersebut berjalan dengan baik maka, kepuasan komunikasipun akan dapat dirasakan.

Faktor Situasional (faktor yang timbul dari luar diri individu).

1. **Daya Tarik Fisik,** dapat diaplikasikan bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) yang berwajah cantik dan ganteng cenderung mendapat penilaian yang baik dan dikatakan mempunyai sifat yang baik.
2. **Ganjaran,** dapat diaplikasikan bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) cenderung menyenangi orang yang member ganjaran kepada mereka, seperti ganjaran berupa bantuan, dorongan moral, pujian, atau hal – hal yang meningkatkan harga diri mereka.
3. **Familiarity,** dapat diaplikasikan kedalam bentuk hubungan yang terjadi diantara karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) karena diantara mereka sudah saling mengenal.
4. **Kedekatan,** dapat diaplikasikan kedalam bentuk bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) cenderung menyenangi karyawan yang berdekatan dengannya, baik berdekatan rumah, tempat tidur, tempat duduk dan sebagainya.

5. **Kemampuan,** dapat diaplikasikan bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) cenderung menyenangi orang – orang yang memiliki kemampuan lebih tinggi daripada mereka atau lebih berhasil dalam kehidupannya.

Teori Atribusi

1. **Atribusi Kausalitas**

   Dapat diapliaksikan bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) memutuskan untuk menjalin komunikasi dengan karyawan lain adalah karena adanya persamaan faktor personal dan faktor situasional antara dia karyawan tersebut dan karyawan lain.

2. **Atribusi Kejujuran**

   Dapat diaplikasikan kedalam bentuk penilaian yang dilakukan oleh karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) terhadap karyawan lain ketika melakukan komunikasi.

Teori Penetrasi Sosial

Dapat diaplikasikan bahwa setelah tercapainya hubungan antar pribadi yang dekat antar karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC), mereka sebelumnya telah melalui proses perkenalan yang tidak akrab, dan kemudian terus berlanjut menjadi hubungan yang lebih dekat. Sehingga tercapailah suatu kepuasan komunikasi.

Faktor – faktor Harapan

1. **Kebutuhan Pribadi,** dapat diaplikasikan jika pada saat karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) melakukan komunikasi

dengan keinginan yang besar. Maka, Harapannya akan kepuasan komunikasi akan tinggi.

2. **Pengalaman masa lalu,** dapat diaplikasikan jika pada sebelumnya karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) merasakan kepuasan komunikasi, maka sekarang dia juga akan menganggap bahwa kepuasan komunikasi sudah dapat terpenuhi. Dan begitu juga sebaliknya.
3. **Rekomendasi,** dapat diaplikasi bahwa kepuasan komunikasi karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) akan dipengaruhi berdasarkan rekomendasi yang diberikan oleh rekannya. Jika karyawan memberikan rekomendasi yang positif, maka kepuasan komunikasi akan dapat tercapai, begitu juga sebaliknya.

Faktor – faktor hasil yang dirasakan

1. **Evaluasi,** dapat diaplikasikan kedalam bentuk penilaian yang dilakukan oleh karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) terhadap komunikasi yang telah dilakukan, apakah komunikasi tersebut sudah memenuhi kepuasan mereka apa belum.
2. **Keyakinan,** diaplikasikan kedalam bentuk bahwa setelah melakukan evaluasi, dan karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) merasa adanya kepuasan dalam komunikasi maka karyawan tersebut akan yakin untuk terus melanjutkan komunikasi tersebut.

3. **Senang,** dapat diaplikasi kedalam bentuk bahwa karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) telah memperoleh kepuasan komunikasi.
4. **Meraih Kepuasan,** dapat diaplikasikan kedalam bentuk kepuasan komunikasi seutuhnya yang telah diperoleh karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) terhadapa interaksi yang dilakukan.

1.6 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah mengukur konsep abstrak menjadi besaran yang dapat di ukur, sedangkan Variabel adalah konstruk yang sifat – sifatnya sudah diberi nilai **(Rakhmat, 1998 : 12).** Untuk mengukur variabel – variable penelitian yang telah ditetapkan, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Alat Ukur	Instrumen Pertanyaan
1.	(X) Pengaruh Atraksi Interpersonal	Faktor Personal	- Kesamaan Karakteristik Personal	**1-2**
			- Tekanan Emosional	**3**
			- Harga Diri Yang rendah	**4**
			- Isolasi Diri	**5**
		Faktor Situasional	- Daya Tarik Fisik	**6-7**
			- Ganjaran	**8-9**
			- Familiarity	**10-11**
			- Kedekatan (Proximity)	**12-13**
			- Kemampuan	**14-15**
2.	(Y) Kepuasan Komunikasi	Harapan	- Kebutuhan Pribadi	**16-17**
			- Rekomendasi	**18-19**
			- Pengalaman Masa Lalu	**20**
		Hasil Yang Dirasakan	- Evaluasi	**21**
			- Keyakinan	**22**
			- Senang	**23-24**
			- Meraih Kepuasan	**25**

1.7 Hipotesis

Menurut Sugiyono, yang dimaksud hipotesis adalah : " jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan." **(Sugiyono, 2009 : 64).**

Dasar pertimbangan penggunaan hipotesis, adalah seperti yang dikemukakan oleh Burhan Bungin didalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif yaitu :

> Penggunaan hipotesis dalam penelitian kuantitatif selain sebagai ciri khas dari penelitian kuantitatif dengan mengguankan statistik inferensial, sebenarnya penggunaan hipotesis ini juga menunjukkan penelitian tertentu mengguankan sampel penelitian, **dimana penggunaan (pengujian) hipotesis sebagai cara yang paling tepat untuk mengambil kesimpulan yang akurat terhadap pengujian sampel penelitian**, sehingga peneliti dengan tepat dapat menarik kesimpulan terhadap sampel yang diperlakukan terhadap keseluruhan populasi. **(Bungin, 2008 : 84).**

Dari kutipan diatas, peneliti menentukan untuk menggunakan hipotesis pada penelitian ini, karena dengan hipotesis dapat membantu menarik kesimpulan yang akurat terhadap sampel penelitian yang diperlukan.

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka ditentukan hipotesis dari penelitian ini, yakni :

Ha : Ada pengaruh Atraksi Intrapersonal terhadap kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

Ho : Tidak ada pengaruh Atraksi Intrapersonal terhadap kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

1.7.1 Sub Hipotesis

untuk memperjelas arah penelitian ini, dari identifikasi masalah peneliti menjabarkan hipotesis menjadi sub hipotesis sebagai berikut :

1. Ha : Ada Pengaruh Antara Faktor Personal dengan Kepuasan Komunikasi Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

   Ho : Tidak Ada Pengaruh Antara Faktor Personal dengan Kepuasan Komunikasi Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

2. Ha : Ada Pengaruh Antara Faktor situasional dengan Kepuasan Komunikasi Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

   Ho : Tidak Ada Pengaruh Antara Faktor Situasional dengan Kepuasan Komunikasi Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

3. Ha : Ada Pengaruh Antara Atraksi Interpersonal dengan Harapan Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

Ho : Tidak Ada Pengaruh Antara Atraksi Interpersonal dengan Harapan Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

4. Ha : Ada Pengaruh Antara Atraksi Interpersonal dengan Hasil Yang Dirasakan Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

Ho : Tidak Ada Pengaruh Antara Atraksi Interpersonal dengan Hasil Yang Dirasakan Antar Karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

1.8 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengunakan pendekatan secara kuantitatif. Karena pada penelitian ini, dilakukan pengamatan terhadap masalah yang berlangsung ditengah masyarakat dengan mengaplikasikannya kepada teori dengan menggunakan variabel - variabel yang dapat di ukur. Hal ini sesuai dengan pendapat yang di kemukakan oleh **Ulber Silalahi** dalam bukunya, bahwa :

> " Penelitian kuantitatif merupakan sebuah penyelidikan tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel – variabel yang dapat diukur dengan angka dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar." **(Silalahi, 2006 : 69).**

Dalam metode penelitian yang digunakan adalah metode Survey dan teknik Analisis Korelasi. Seperti yang dikutip dari Soehartono didalam buku Rosady Ruslan, P.D. Leddy berpendapat bahwa :

“ Penelitian survey adalah pengamatan atau penyelidikan secara teoritis untuk mendapatkan keterangan yang tepat terhadap suatu persoalan dan objek tertentu, di daerah kelompok komunitas atau lokasi tertentu akan ditelaah. : **(Ruslan, 2006 : 21).**

Sedangkan untuk penelitian korelasional, juga disebut Uber Silalahi mengemukakan bahwa :

> Penelitian korelasional, juga disebut penelitian kovarisional atau asosiasi, mempelajari apakah perubahan nilai dala suatu variabel ada hubungannya dengan perubahan nilai dalam variabel lain. Ada tidaknya hubungan tersebut dihitung berdasarkan koefisien korelasi. Jadi, penelitian asosiasi atau korelasi bukan menjelaskan sebab – akibat artinya, meskipun dua atau lebih variable menunjukkan asosiasi (perubahan dalam satu variable berhubungan dengan perubahan dalam variabel lain) tidak dengan sendirinya bahwa antara dua variabel tersebut menunjukkan hubungan sebab – akibat karena perubahan nilai dalam satu variabel tidak menyebabkan perubahan nilai dalam variabel lain. **(Silalahi, 2006 : 30).**

Dari kedua pendapat diatas yang memaparkan tentang apakah penelitian survey itu dan untuk menguji apakah teknik korelasional itu, maka peneliti menetukan bahwa untuk meneliti penelitian ini, peneliti memakai metode survey dengan teknik analisis korelasi karena di dalam penelitian ini, peneliti akan langsung menyelidiki dan mengamati secara seksama sehingga mendapatkan keterangan yang tepat, setelah itu peneliti akan mencari apakah terdapat hubungan antar variabel dengan menggunakan teknik analisis korelasi.

Yakni hubungan antara variabel X (pengaruh atraksi intrapersonal) yang merupakan variabel bebas (Independent) dengan Variabel Y (kepuasan komunikasi antar karyawan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat) yang merupakan variabel terikat (Dependent).

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian diperlukan data yang valid (menggambarkan apa yang sebenarnya) realitas atau terandalkan (data dapat dipercaya kebenarannya) dan objektif (sesuai dengan kenyataan).

Untuk memperolah data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. **(Sugiyono, 2009 : 142)**. Responden dalam penelitian ini adalah Karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data dengan bertatap muka antara si penanya dengan yang diwawancarai. Wawancara adalah suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian (Nazir, 1998 :234). Wawancara ini dilakukan kepada Kepala Subbagian Humas dan Rumah Tangga Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah JAwa Barat (DJBC).

3. Studi Kepustakaan

Menurut Supranto seperti dikutip oleh Rusady Ruslan studi pendahuluan adalah mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi, dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan (Ruslan, 2003: 31). Studi kepustakaan digunakan untuk mempelajari sumber bacaan yang

dapat memberikan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

4. Internet Searching

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data internet searching, yaitu dengan teknik atau langkah mencari bahan-bahan pendukung penelitian dari situs-situs internet terpercaya keabsahan datanya yang terkait dengan masalah penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti.

1.10 Populasi dan Sampel

1.10.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah ” keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga **(Singarimbun dan Efendi, 1989 : 108)”.**

Sedangkan menurut Sugiono menjelaskan bahwa : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. **(Sugiyono, 2009 : 80).**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat. Yang berjumlah 124 Orang.

Jumlah secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Data Karyawan DJBC Kanwil Jabar
N = 124

No.	Uraian	Jumlah Karyawan
1.	Kepala Kantor Wilayah	1 orang
2.	Bagian Umum dan Kepatuhan Internal	17 orang
3.	Bidang Kepabeanan dan Cukai	14 orang
4.	Bidang Penindakan dan Penyidikan	19 orang
5.	Bidang Audit	48 orang
6.	Bidang Fasilitas dan Kepabeanan	25 orang
	Jumlah	124 Orang

Sumber : Data subbagian Kepegawaian DJBC, 2010

1.10.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut **(Sugiyono, 2009 : 81).**

Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* (Sederhana). Dalam penyebaran angket yang dilakukan penulis terhadap responden dilakukan dengan cara diundi terlebih dahulu berdasarkan jumlah dari setiap bidang dalam populasi karyawan kemudian nama yang muncul menjadi sampel selanjutnya memberikan angket untuk diisi sendiri oleh para responden.

Besarnya jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh *Yamane* yang dikutip oleh Rahmat, yaitu sebagai berikut :

$$\mathbf{n = \frac{N}{N\,(d)^2 + 1}}$$

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = nilai presisi / tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10%

Kemudian dari rumus tersebut, didapatkan jumlah sampel dari populasi sebagai berikut :

$$\boldsymbol{n = \frac{124}{124\{0.1\}^2 + 1}}$$

$$\mathbf{= \frac{124}{1.24 + 1}}$$

$$\mathbf{= 55}\ \textbf{responden}$$

Dari hasil penghitungan sampel dengan rumus diatas, dihasilkan 48 Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil dari setiap bagian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3

Sampel Karyawan Berdasarkan Bidangnya

n = 55

No.	Uraian	Populasi (N)	Sampel (n)
1.	Bagian Umum dan Kepatuhan Internal	18 orang	18/ 124X55 = 8
2.	Bidang Kepabeanan dan Cukai	14 orang	14 / 124X55 = 7
3.	Bidang Penindakan dan Penyidikan	19 orang	19 / 124X55 = 8
4.	Bidang Audit	48 orang	48 / 124X55 = 21
5.	Bidang Fasilitas dan Kepabeanan	25 orang	25 / 124X55 = 11
	Jumlah	124	55

Sumber : Hasil Olahan yang dibuat peneliti, 2010

1.11 Teknik Analisis data

Setelah memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Penyeleksian data yaitu pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.

2) Klasifikasi data yaitu mengelompokan data dan dipilah-pilah sesuai dengan jenisnya.

3) Melakukan uji validitas dan reabilitas pada kuesioner yang telah disebar untuk pertama kalinya kesebanyak persponden . valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur,

sedangkan reabilits menunjukkan akan adanya konsistensi dan stabilitas antar pertanyaan di dalam kuesioner, dengan kata lain reabilitas ini untuk menguji keterkaitan antara pertanyaan yang satu dengan pertanyaan yang lain didalam kuesioner.

4) Data dimasukan ke dalam *cooding book* (buku koding) dan *cooding sheet* (lembar koding)

5) Mentabulasikan data yaitu menyajikan data dalam sebuah tabel (tabel induk kemudian ke dalam tabel tunggal) sesuai tujuan analisis data.

6) Data yang ditabulasi, dianalisis dengan koefisien korelasi Rank Spearman.

Analisis data kuantitatif dilakukan, dengan cara memindahkan data kuantitatif, dengan cara pemberian skors atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden. Pemberian skor dimaksudkan untuk memindahkan data kuantitatif yang berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket ke dalam nilai-nilai kuantitatif.

Di dalam menentukan skor, yaitu dengan menggunakan skala likert, dengan masing-masing pernyataan dari responden diberi nilai sebagai berikut : Sangat = 5, Sering = 4, Cukup = 3, Kurang = 2, Tidak = 1.

Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan computer dengan program SPSS 12.0 *for windows* untuk menganalisa hubungan antara variebel X dan variabel Y digunakan teknik analisis Rank Spearman. Koefisien Rank Spearman (r) dengan rumus :

$$Rs = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :

r^s : Koefisien Rank Spearman

di : Selisih antara 2 ranking

n : Jumlah sampel

Sedangkan untuk menganalisa pengaruh Koefisien Determinasi (KD) antara variabel X dan varibel Y digunakan rumus :

$$KD = r2 \times 100\ \%$$

Keterangan :

KD = Koefisien

r = besarnya korelasi

(Sarwono, 2004 : 25)

Untuk menguji hipotesis di gunakan rumus uji *t*, yaitu :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

keterangan :

r = besarnya korelasi

n = besarnya sampel (Sugiyono, 2003 : 215)

Kriteria keputusan sebagai berikut :

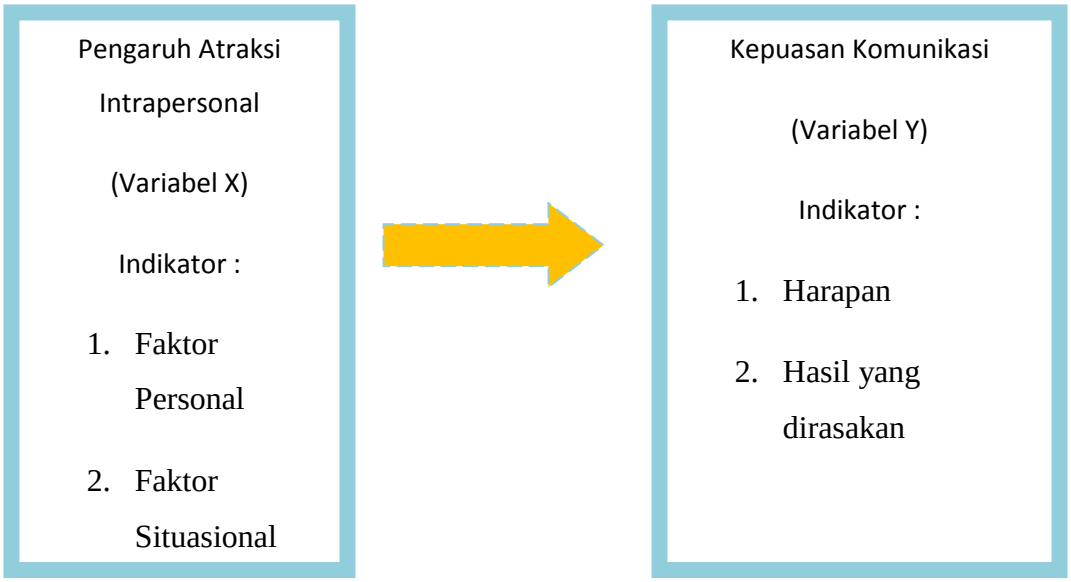
Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan Ha diterima

1.12 Model Penelitian

Dari uraian di atas, maka peneliti mencoba menggambarkan model penelitian yang akan dilaksanakan sebagimana tertera pada gambar berikut :

Gambar 1.1

Model Penelitian



Sumber : Hasil olahan yang dibuat peneliti, 2010

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa, Variabel Y (Kepuasan Komunikasi) dipengaruhi oleh Variabel X (Pengaruh Atraksi Interpersonal). Dimana Faktor Personal dan Faktor Situasional mempengaruhi Harapan dan Hasil yang dirasakan.

1.13 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.13.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kantor Wilayah Jawa Barat.

Alamat : Gedung Keuangan Negara Jl. Asia Afrika No. 114 Bandung

Telepon : 022 4241425

Fax : (022) 4241606

E-Mail : kakwbc05@beacukai.go.id

Website : www. bea-cukai.go.id

1.13.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama 6 bulan, terhitung dari bulan Februari 2010 sampai dengan bulan Juli 2010.

Dengan jadwal tabel waktu secara rinci sebagai berikut :

1.14 Sistemetika Penulisan

Dalam usaha untuk memberikan gambaran sistematis, peneliti memberikan susunan penelitian ini ke dalam 5 bab yakni:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini Berisikan tentang penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran (kerangka teoritis dan kerangka konseptual), operasional variabel, hipotesis dan sub hipotesis, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, populasi dan sampel. model penelitian, lokasi dan waktu penelitian.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang teori – teori yangberhubungan dengan penelitian dan menjadi landasan teori dalam penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini akan dibahas mengenai komunikasi antar pribadi, kepuasan, dan teori penunjang dalam memecahkan masalah penelitian ini.

Bab III : Objek Penelitian

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai gambaran umum perusahaan tempat sumber data primer informasi penelitian seperti sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, struktur organisasi, sarana dan prasarana perusahaan yakni Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Jawa Barat Kantor wilayah Jawa Barat.

Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai cara pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar dan telah diisi oleh responden serta pengolahan data dengan menguraikan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu bab ini akan menjelaskan mengenai analisis dan hasil pengeolahan data yang diperoleh.

Bab V : Penutup

Bab ini menjelaskan kesimpulan terhadap hasil penelitian, berikut saran – saran yang diimplementasikan.