BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan dan menganalisis data dari hasil penelitian yang dilakukan tentang "Efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya"

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket yang telah dilaksanakan mulai tanggal 10-05 Juli 2010 di lingkungan kantor PT. Cipta TPI yang beralamat di Jl. Pintu II TMII Jakarta Timur 13810.

Agar pembahasan lebih sistematis dan terarah maka peneliti membaginya ke dalam empat pembahasan, yaitu:

1. **Analisis Uji Validitas dan Reabilitas**
2. **Analisis Deskriptif Identitas Responden**
3. **Analisis Deskriptif Hasil Penelitian**
4. **Pembahasan**

4.1 Uji Validitas

Untuk mendapatkan kualitas hasil penelitian yang bermutu dan baik maka peneliti harus melakukan uji validitas dan reabilitas dengan interval kepercayaan 95%, tingkat signifikan sebesar 5% dan dilakukan untuk 30 responden sehingga df (*degree of freedom*)= 28. Nilai r hasil didapat dari hasil

perhitungan korelasi pearson antara skor tiap butir pernyataan dengan skor total. Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas ini adalah sebagai berikut :

- Jika r hasil > 0.306 , maka butir atau pernyataan tersebut valid.
- Jika r hasil < 0.306 , maka butir atau pernyataan tersebut tidak valid.

Uji Validitas Pada Variabel Efektivitas Humas

Tabel 4.1
Efektivitas Humas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	21.77	9.978	.672	.738
p2	21.87	11.430	.424	.780
p3	22.50	10.672	.637	.751
p4	21.90	11.197	.288	.805
p5	22.20	9.614	.582	.750
p6	22.27	9.237	.701	.725
p7	22.90	8.852	.489	.784

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian juli 2010

Dari seluruh pernyataan pada variabel efektifitas humas dinyatakan bahwa pertanyaan 4 tidak valid karena $r_{hitung} > r_{tabel.}$

Maka peneliti menguji kembali dan di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.2 Efektivitas Humas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	17.77	8.047	.694	.750
p2	17.87	9.361	.449	.799
p3	18.50	8.810	.619	.772
p5	18.20	7.752	.589	.768
p6	18.27	7.582	.665	.750
p7	18.90	6.921	.518	.808

Dari seluruh pernyataan pada variabel efektifitas humas dinyatakan bahwa pertanyaan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel.}$

Uji Validitas Pada Variabel Motivasi

Tabel 4.3 Motivasi
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	20.23	4.806	.393	.503
p2	20.20	5.959	-.126	.699
p3	20.10	4.231	.392	.486
p4	19.83	4.489	.412	.485
p5	20.03	4.240	.504	.444
p6	20.27	3.651	.425	.464

Dari seluruh pernyataan pada variabel motivasi dinyatakan bahwa pertanyaan 2 tidak valid karena $r_{hitung} > r_{tabel.}$

Maka peneliti menguji kembali dan di dapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4 Motivasi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	16.30	4.838	.341	.692
p3	16.17	4.006	.447	.654
p4	15.90	4.093	.547	.616
p5	16.10	4.162	.503	.633
p6	16.33	3.402	.485	.649

Dari seluruh pernyataan pada variabel motivasi dinyatakan bahwa pertanyaan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel.}$

4.2 Uji Reabilitas

Sedangkan uji Reliabilitas diperlukan untuk mengukur tingkat kehandalan kuesioner. Untuk itu dilakukan uji reliabilitas internal pada instrumen penelitian dengan menggunakan teknik reliabilitas dengan metode *Alpha*. Dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas ini yaitu:

- Bila r hasil > 0. 6, maka kuesioner yang diuji reliabel.
- Bila r hasil < 0. 6, maka kuesioner yang diuji tidak reliabel.

Tabel 4.5 Uji Reabilitas

Variabel	*Cronbach' Alpha*	Keterangan
Efektivitas humas (x)	0.790	Reliable
motivasi (y)	0.699	Reliable

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian

Seluruh variabel dinyatakan reliable karena nilai *Cronbach' Alpha* lebih besar dari 0.600.

4.3 Analisis Deskriptif Identitas Responden

Pada penelitian ini data yang diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada sebagian karyawan PT. cipta TPI yang berjumlah 81 orang. Untuk mengukur identitas responden dalam penelitian ini, peneliti melihat dari jenis kelamin, usia responden, pendidikan responden, dan lama bekerja sebagai karyawan. Data tersebut digambarkan dalam bentuk tabel tunggal yaitu dari tabel 4.6 sampai dengan tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Jenis Kelamin Responden
n = 12

No	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Laki-laki	47	58
2	Perempuan	34	42
Jumlah		81	100

Sumber: Penelitian Lapangan (Angket), juli 2010

Dari tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah empat puluh tujuh orang dengan persentase 58%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah tiga puluh empat orang dengan persentase 42%.

Dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa di berdasarkan penyebaran angket jumlah laki laki lebih banyak dari jumlah perempuan karena bidang pekerjaan dalam dunia penyiaran masih tergolong pekerjaan yang berat dimana dalam bidang ini karyawan dituntut memiliki waktu 24 jam dalam 7 minggu.

Tabel 4.7
Usia Responden
n = 12

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	20-25 tahun	14	17.3
2	26-31 tahun	27	33.35
3	32-37 tahun	27	33.35
4	38-43 tahun	12	14.8
5	Di atas 43 tahun	1	1.2
	Jumlah	81	100

Sumber : Penelitian Lapangan (Angket), juli 2010

Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 20-25 tahun yang berjumlah empat belas orang dengan persentase 17.3 % dan berusia 26-31 tahun berjumlah dua puluh tujuh orang dengan persentase 33.35 % jumlah responden yang berusia 32-37 tahun sebanyak dua puluh tujuh orang dengan persentase 33.35 % sementara yang berusia 38-43 tahun berjumlah dua belas orang dengan persentase 14.8 %. Serta yang berusia diatas 43 tahun berjumlah satu orang dengan persentase 1.2 %..

Dari hasil penelitian terlihat bahwa jumlah karyawan yang berada di usia 26-31 tahun dan usia 32-37 tahun yang paling banyak dengan jumlah yang sama. Hal ini disebabkan pada usia di atas 25 tahun merupakan usia dimana kemampuan dan pengalaman yang digunakan secara produktif. Sedangkan di dunia penyiaran pekerjaannya membutuhkan pengalaman untuk bersaing dengan

media lain. Dan pada usia ini tingkat kreativitas relatif tinggi, baik dalam hal mencari informasi yang *up to date*, wawasan akan dunia penyiaran, *style* dan *entertainment*, dan lainnya. Hal ini merupakan faktor penting untuk bekerja di sebuah perusahaan televisi, karena kreativitaslah sebuah dunia penyiaran bisa diakui dan diterima oleh masyarakat.

Tabel 4.8
Agama Responden
n = 12

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Islam	64	79
2	Kristen katolik	9	11,1
3	Kristen protestan	8	9,9
4	Hindu	0	0
5	Budha	0	0
Jumlah		81	100

Sumber : Penelitian Lapangan (Angket), Juni 2010

Dari tabel 4.8 dapat dilihat hasil penelitian mengenai keyakinan atau agama yang dipeluk paling tinggi responden adalah agama islam sebanyak enam puluh empat orang dengan persentase 79 % sementara itu penganut Kristen katolik sebanyak Sembilan orang dengan persentase 11,1 %, sedangkan penganut Kristen protestan sebanyak delapan orang dengan persentase 9,9 %.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan PT. Cipta TPI memeluk agama islam, sebagaimana kita ketahui mayoritas penduduk Negara kita memeluk agama islam.

Tabel 4.9
Pendidikan Responden
n = 12

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMA / Sederajat	0	0
4	Diploma	28	34.6
5	Sarjana	51	63
6	Pasca Sarjana	2	2.4
Jumlah		81	100

Sumber : Penelitian Lapangan (Angket), Juli 2010

Dari tabel 4.9 dapat dilihat hasil penelitian mengenai tingkat pendidikan paling tinggi responden adalah Sarjana sebanyak lima puluh satu orang dengan persentase 63 % sementara itu tingkat pendidikan Diploma sebanyak dua puluh delapan orang dengan persentase 34.6 %, sedangkan tingkat pendidikan pasca sarjana sebanyak dua orang dengan persentase 2.4 %.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan PT. Cipta TPI dengan tingkat pendidikan yang tinggi, kredibilitas seorang karyawan dapat lebih diakui dan berkualitas. Karena dalam dunia kerja khususnya penyiaran karyawan

dituntut memiliki keahlian dan ilmu yg memadai untuk dapat bersaing didunia kerja.

Tabel 4.10
Lama Bekerja Sebagai Karyawan
n = 12

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Dibawah 1 tahun	36	44,4
2	1 – 5 tahun	33	40,7
3	6 – 11 tahun	12	14,8
4	12 – 17 tahun	0	0
5	18 – 23 tahun	0	0
Jumlah		81	100

Sumber : Penelitian Lapangan (Angket), juli 2010

Pada tabel 4.10 dapat dilihat berapa lama responden bekerja sebagai karyawan PT Cipta TPI. Responden yang bekerja dibawah 1 tahun sebanyak tiga puluh enam orang dengan persentase sebesar 44,4 %, sedangkan responden yang bekerja sekitar 1 – 5 tahun sebanyak tiga puluh tiga orang dengan persentase 40,7 %. Dan responden yang bekerja selama 6 – 11 tahun berjumlah dua belas orang dengan persentase yang sama yaitu sebesar 14,8 %.

Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa karyawan PT Cipta TPI merupakan generasi muda. Karena pihak PT Cipta TPI memerlukan generasi-generasi muda dengan ide-ide baru yang diharapkan dapat meyumbangkan pemikiran-pemikiran baru, salah satunya adalah perombakan

karyawan dengan mengeluarkan atau memindahkan beberapa karyawannya maka regenerasi karyawan terus berjalan.

4.4 Analisis Deskripsi Data Penelitian

Dalam hal ini peneliti akan menguraikan tentang data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan *Corporate secretary head division* PT. Cipta TPI maupun melalui penyebaran angket kepada responden yaitu karyawan PT. Cipta TPI. Data penelitian tersebut berisikan tentang kredibilitas komunikator dalam kegiatan *Media Monitoring*, intensitas kegiatan *Media Monitoring*, serta isi pesan dalam kegiatan *Media Monitoring* yang merupakan indikator dari efektivitas, kemudian harapan, nilai, serta pertautan yang merupakan indikator dari motivasi.

4.4.1 Efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring*

Analisis deskriptif data penelitian adalah analisis pada data yang diperoleh baik dari data primer maupun data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara *Corporate secretary head division* PT. Cipta TPI, sedangkan data sekunder diperoleh dari penyebaran angket penelitian kepada responden yaitu karyawan PT.Cipta TPI.

Secara umum data penelitian berisikan mengenai, kredibilitas dari komunikator nya, dan intensitas dari kegiatan *media monitoring* dan isi pesan dalam kegiatan tersebut baik dari segi evaluasi juga sosialisasi yang nantinya

dapat terlihat efektif tidaknya terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya.

Adapun data penelitian juga berisikan mengenai harapan, nilai serta pertautan yang nantinya akan sangat mempengaruhi motivasi perolehan karyawannya. Untuk lebih jelas, peneliti menyajikan data penelitian ke dalam tabel dan disertai dengan analisisnya. Dilihat dari data yang diperoleh peneliti melalui angket yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang pertama yaitu mengenai kredibilitas komunikator dalam kegiatan *media monitoring* di PT. Cipta TPI terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya.

4.4.1.1 Indikator kredibilitas Humas melalui *Media Monitoring*

Tabel 4.11
Humas PT. Cipta TPI Memiliki Kemampuan Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**28**	**24,6**
2	**Setuju**	**45**	**55,6**
3	**Cukup Setuju**	**8**	**9,9**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), juli 2010

Dari tabel 4.11 dapat dilihat sebanyak dua puluh delapan orang responden atau 24,6 % dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa Humas PT. Cipta TPI memiliki kemampuan melalui *Media Monitoring* sudah baik Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak empat puluh lima orang responden dengan persentase sebesar 55,6 %, dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak delapan orang dengan persentase 9,9 %.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa komunikator dalam kegiatan kegiatan *media monitoring* memiliki kemampuan dalam menyajikan informasi melalui *media monitoring*, pengalaman yang lebih baik dalam memberikan informasi, dan kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada para karyawannya sehingga dapat memotivasi perolehan informasi karyawan.

Tabel 4.12
Humas PT. Cipta TPI Memiliki Kepercayaan Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Bagi Karyawannya
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**17**	**21**
2	**Setuju**	**54**	**66,7**
3	**Cukup Setuju**	**10**	**12,3**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), juli 2010

Dari tabel 4.12 dapat dilihat sebanyak tujuh belas orang responden atau 21 % dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa kepercayaan komunikator ketika memberikan informasi dalam kegiatan *media monitoring* sudah baik. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak lima puluh empat orang responden dengan persentase sebesar 66,7 %, dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak sepuluh orang responden dengan persentase sebesar 12,3%.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kepercayaan komunikator ketika memberikan informasi dalam kegiatan *media monitoring* sudah baik. Dan komunikator sudah menguasai materi dengan baik untuk memberikan informasi kepada para karyawannya tentang semua hal yang berhubungan dengan

perusahaannya serta yang berkaitan dengan dunia penyiaran. Hal tersebut sangatlah penting, seperti halnya dengan kemampuan, karena para karyawan membutuhkan informasi terpercaya dari sumber yang terpercaya pula hal ini secara tidak langsung dapat memotivasi karyawan dalam mencari informasi.

Tabel 4.13
Korelasi Antara Kredibilitas Humas Melalui *Media Monitoring* Dengan Motivasi Perolehan Informasi Karyawan PT. Cipta TPI

Correlations

			Kredibilitas	Motivasi
Spearman's rho	Kredibilitas	Correlation Coefficient	1.000	.299**
		Sig. (2-tailed)	.	.007
		N	81	81
	Motivasi	Correlation Coefficient	.299**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.007	.
		N	81	81

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas maka hasil analisa SPSS menunjukkan bahwa besarnya korelasi antara kredibilitas dengan motivasi karyawan PT. Cipta TPI adalah sebesar 0,299 artinya hubungan cukup. Hal ini sesuai dengan angka korelasi sebagai berikut:

- 0 – 0,25 : Korelasi sangat lemah
- > 0,25 – 0,5 : Korelasi cukup

- >0,5 – 0,75 : Korelasi kuat
- >0,75 – 1 : Korelasi sangat kuat

(Sarwono, 2005:47)

Dari penjelasan di atas bisa dilihat bahwa Rs > 0,5 artinya mempunyai hubungan yang cukup.

Pengaruh koefisian determinasi

KD = R^2 x 100%

= $(0,299)^2$ x 100%

= 0.09 x 100%

= 9%

Artinya pengaruh antara kredilitas dengan motivasi karyawan sebesar 9%, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 91%

Uji Hipotesis

H1: Jika kredibilitas humas PT Cipta TPI melalui media monitoring efektif, maka motivasi perolehan informasi karyawannya baik.

HO: Jika kredibilitas humas PT Cipta TPI melalui media monitoring tidak efektif, motivasi perolehan informasi karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{0{,}09\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0{,}299^2))}}$$

$$= \frac{0{,}09 \times \sqrt{79}}{\sqrt{1-0{,}089}}$$

$$= \frac{0{,}09 \times 8{,}888}{\sqrt{0{,}911}}$$

$$= \frac{0.799}{0{,}954}$$

$$= 0.84$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

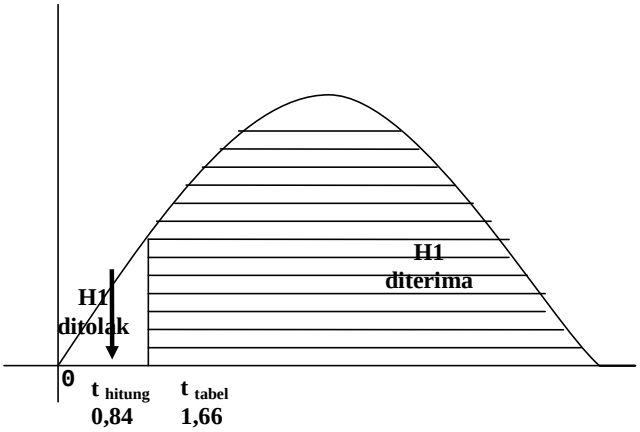
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.1
Kurva Uji t Kredibilitas Humas PT Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Bagi Karyawannya.



Dari gambar 4.1. di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho diterima, yang berarti H1 ditolak atau jika kredibilitas humas melalui media monitoring tidak efektif, dan motivasi perolehan karyawannya tidak baik.

4.4.1.2 Indikator Intesitas *media monitoring*

Hasil penelitian lapangan berdasarkan indikator intensitas media monitoring peneliti sajikan ke dalam tabel berikut :

Tabel 4.14
Frekuensi Pemakaian *Media Monitoring* Yang Dilakukan Oleh Humas PT. Cipta TPI Sudah Tepat
n=12

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**0**	**0**
2	**Setuju**	**38**	**46,9**
3	**Cukup Setuju**	**42**	**51,9**
4	**Tidak Setuju**	**1**	**1,2**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), juli 2010

Dari tabel 4.14 dapat dilihat sebanyak tiga puluh delapan orang responden atau 46,9 % dari sampel yang telah diambil menyatakan setuju bahwa frekuensi kegiatan *media monitoring* sudah sesuai dengan kebutuhan para karyawan. Lalu yang menyatakan cukup setuju mempunyai jumlah sebanyak empat puluh dua responden dengan persentase sebesar 51,9 %, dan yang menyatakan tidak setuju mempunyai jumlah sebanyak satu responden dengan persentase 1,2 %.

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi kegiatan media monitoring di PT. Cipta TPI masih kurang. Dan dianggap masih belum sesuai dengan kebutuhannya. Untuk meningkatkan motivasi perolehan informasi karyawan PT Cipta TPI diharapkan frekuensi kegiatan *media monitoring* lebih

diperbanyak. Ini disebabkan oleh beberapa karyawan yang tidak sempat mengikuti kegiatan *media monitoring* tersebut baik karena harus *stand by* di ruangan kantor maupun urusan yang lainnya. Jika dengan seringnya *media monitoring* diadakan, maka diharapakan motivasi perolehan informasi karyawan bisa lebih baik.

Tabel 4.15
Durasi *Media Monitoring* Yang Dilakukan Oleh Humas PT. Cipta TPI Untuk Memotivasi Perolehan Informasi Karyawanya Sudah Tepat
n=12

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**28**	**34,6**
2	**Setuju**	**30**	**37**
3	**Cukup Setuju**	**23**	**28,4**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), juli 2010

Dari tabel 4.15 dapat dilihat sebanyak dua puluh delapan orang responden atau 34,6 % dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa durasi (lamanya) setiap kegiatan Sarasehan berlangsung sudah baik. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak tiga puluh orang responden dengan persentase sebesar 37 %, yang menyatakan cukup setuju sebanyak dua puluh tiga orang responden dengan persentase sebesar 28,4%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berlangsungnya kegiatan *media monitoring* dirasa sudah cukup memadai. Selama ini kegiatan media monitoring berlangsung setiap hari. Akan tetapi dikarenakan masih adanya beberapa karyawan yang tidak dapat mengikuti kegiatan ini, akibat kesibukan luar kantor ataupun didalam kantor maka mereka yang tidak bisa mengikutinya dapat dengan mudah mengakses *media monitoring* ini. Sehingga kebutuhan karyawan akan informasi dapat terpenuhi. Kebutuhan akan informasi bagi karyawan sangatlah penting, oleh karena itu durasi berlangsungnya *media monitoring* lebih intensif.

Hasil korelasi antara Intensitas dengan motivasi perolehan informasi karyawan PT. Cipta TPI dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Korelasi Antara Intensitas *Media Monitoring* Dengan Motivasi Perolehan Informasi Karyawan PT. Cipta TPI

Correlations

			intensitas	**motivasi**
Spearman's rho	intensitas	Correlation Coefficient	1.000	.359**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	81	81
	motivasi	Correlation Coefficient	.359**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	81	81

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel diatas maka hasil analisa SPSS menunjukkan bahwa besarnya korelasi antara Intensitas dengan kinerja karyawan radio Sky 90,50 FM Bandung adalah sebesar 0,359 artinya hubungan cukup dan searah. Hal ini sesuai dengan angka korelasi sebagai berikut:

- 0 – 0,25 : Korelasi sangat lemah
- > 0,25 – 0,5 : Korelasi cukup
- >0,5 – 0,75 : Korelasi kuat
- >0,75 – 1 : Korelasi sangat kuat

(Sarwono, 2005:47)

Dari penjelasan di atas bisa dilihat bahwa Rs < 0,75 mempunyai hubungan yang cukup dan searah.

Pengaruh koefisian determinasi

KD = R^2 x 100%

= $(0,359)^2$ x 100%

= 0.1288 x 100%

= 12,8%

Artinya pengaruh antara intensitas dengan kinerja karyawan sebesar 12,8 %, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 87,2%

Uji Hipotesis

H1: Jika intensitas kegiatan *media monitoring* efektif, maka motivasi karyawannya baik.

HO: Jika intensitas kegiatan *media monitoring* tidak efektif, maka motivasi karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{0{,}359\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0{,}359^2))}}$$

$$= \frac{0{,}359x\ \sqrt{79}}{\sqrt{1-0.1288}}$$

$$= \frac{0{,}359\ x\ 8{,}888}{\sqrt{0{,}8712}}$$

$$= \frac{3{,}19}{0{,}933}$$

$$= 3{,}419$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

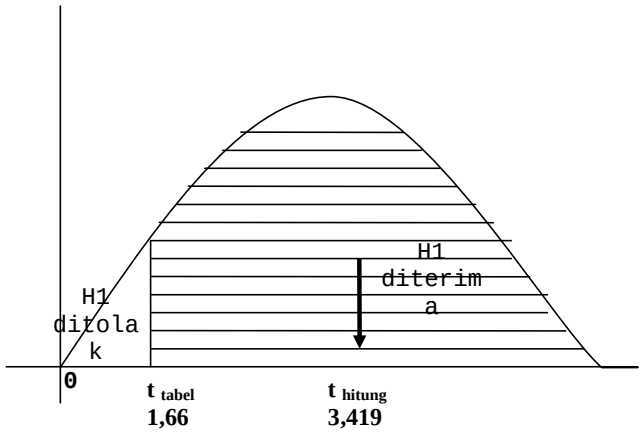
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.2
Kurva Uji t Intensitas *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya.



Dari gambar 4.3 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho ditolak yang berarti H1 diterima atau intensitas *media monitoring* efektif, dan motivasi perolehan informsi karyawannya baik.

4.4.1.3 Indikator Isi Pesan *media monitoring*

Hasil penelitian lapangan berdasarkan indikator isi pesan kegiatan Sarasehan peneliti sajikan ke dalam tabel berikut :

Tabel 4.17
Isi Pesan Yang disampaikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Karyawannya Sudah Jelas
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**12**	**14.81**
2	**Setuju**	**39**	**48.14**
3	**Ragu-Ragu**	**22**	**27.16**
4	**Tidak Setuju**	**8**	**9.87**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.17 dapat dilihat sebanyak dua belas orang responden atau 14.81% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa isi pesan dari *media monitoring* sudah jelas bagi karyawan. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang responden dengan persentase sebesar 48.14%, dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak dua puluh dua orang responden dengan persentase sebesar 27.16% serta yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 9.87%.

Dari hasil penelitian di atas memperlihatkan bahwa isi pesan dari kegiatan Sarasehan sudah jelas bagi karyawan. Dianggap jelas dari segi penyampaian informasi yang mudah dimengerti serta jelas dalam penyampaiannya. Dengan kejelasan dari isi pesan tersebut karyawan dapat menyerap informasi yang didapatnya dengan mudah. Dan hal tersebut cukup

memberikan pengaruh terhadap motivasi karyawan dalam memperoleh informasi.

Tabel 4.18
Isi Pesan Yang Disampaikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya Sudah Lengkap
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**12**	**14.81**
2	**Setuju**	**34**	**41.97**
3	**Cukup Setuju**	**34**	**41.97**
4	**Tidak Setuju**	**1**	**1.23**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.18 dapat dilihat sebanyak dua belas orang responden atau 14,81% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa isi pesan dari kegiatan Sarasehan sudah lengkap bagi karyawan. Sedangkan yang menyatakan setuju dan cukup setuju masing-masing sebanyak tiga puluh empat orang responden dengan persentasemasing-masing sebesar 41,97%, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak satu orang responden dengan persentase sebesar 1.23%.

Dari hasil penelitian di atas telihat bahwa informasi yang diberikan oleh humas melalui media monitoring sudah sangat lengkap bagi karyawan. Jika

karyawan merasa sudah lengkap akan informasi yang diberikan, membuat karyawan merasa terpuaskan, karena informasi yang mereka butuhkan terpenuhi.

Tabel 4.19
Isi Pesan Yang Disampaikan Oleh Humas PT.Cipta TPI Melailui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya Sudah Aktual
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**15**	**18.51**
2	**Setuju**	**6**	**7.41**
3	**Cukup Setuju**	**32**	**39.51**
4	**Tidak Setuju**	**27**	**33.33**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**1**	**1.23**
Jumlah		**12**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.19 dapat dilihat bahwa jumlah yang menyatakan sangat setuju sebanyak lima belas orang responden atau 18.51% dari sampel yang telah diambil menyatakan bahwa isi pesan sudah aktual sedangkan enam orang responden menyatakan setuju dengan persentase 7.41% dan tiga puluh dua orang responden menyatakan cukup setuju dengan persentase sebanyak 39.51% namun dua puluh tujuh orang menyatakan tidak setuju dengan persentasenya sebanyak 33.33% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden dengan persentase 1.23%.

Dari hasil penelitian di atas menunjukan bahwa informasi yang diberikan oleh humas melalui media monitoring kurang aktual.

Hasil korelasi antara isi pesan dengan motivasi perolehan informasi karyawan PT. Cipta TPI dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.20
Korelasi Antara Isi Pesan Dengan Motivasi Perolehan Informasi Karyawan PT. Cipta TPI

Correlations

			IsiPesan	Motivasi
Spearman's rho	IsiPesan	Correlation Coefficient	1.000	.357**
		Sig. (2-tailed)	.	.001
		N	81	81
	Motivasi	Correlation Coefficient	.357**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.
		N	81	81

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil analisa SPSS di atas menunjukkan besarnya korelasi antara isi pesan dengan motivasi perolehan informasi karyawan PT. Cipta TPI adalah sebesar 0,357 artinya hubungannya cukup dan searah.

Pengaruh koefisien determinasi **:**

KD = R^2 x 100%

= $(0,357)^2$ x 100%

= 0,127 x 100%

= 12,7%

Artinya efektivitas isi pesan terhadap motivasi perolehan informasi karyawan PT. Cipta TPI sebesar 12,7%, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 87,3%.

Uji Hipotesis

H1: Jika isi pesan kegiatan *media monitoring* efektif, maka motivasi perolehan informasi karyawannya baik.

HO: Jika isi pesan kegiatan *media monitoring* tidak efektif, maka motivasi perolehan informasi karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{0{,}357\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0{,}357^2))}}$$

$$= \frac{0{,}357 \times \sqrt{79}}{\sqrt{1-0.127}}$$

$$= \frac{0{,}357 \times 8{,}888}{\sqrt{0{,}87}}$$

$$= \frac{3{,}173}{0{,}932}$$

$$= 3{,}4$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

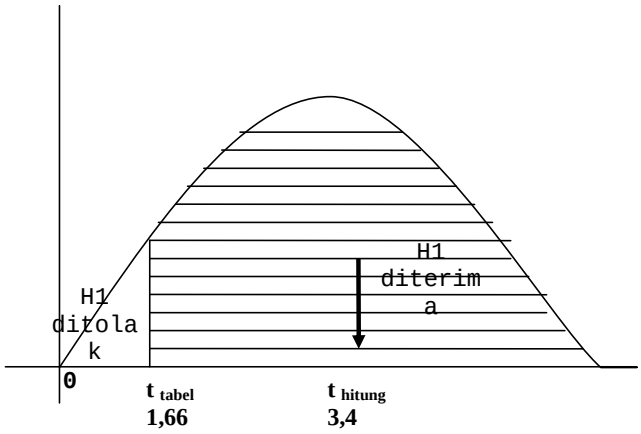
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.3
Kurva Uji t Intensitas *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya.



Dari gambar 4.3 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho ditolak yang berarti H1 diterima atau isi pesan *media monitoring* efektif, dan motivasi perolehan informsi karyawannya baik.

4.4.2 Motivasi perolehan informasi Karyawan

Motivasi adalah faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa motivasi pada dasarnya adalah kondisi mental yang mendorong dilakukannya suatu tindakan (action atau activities) dan memberikan kekuatan (energy) yang mengarah kepada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan. Oleh karena itu tidak akan ada motivasi perolehan informasi, jika tidak dirasakan rangsangan-rangsangan terhadap hal semacam di atas yang akan menumbuhkan motivasi, dan motivasi yang telah tumbuh memang dapat menjadikan motor dan dorongan untuk mencapai tujuan pemenuhan kebutuhan informasi.

Hal tersebut dalam penelitian ini dapat diukur melalui tiga indikator yaitu harapan, nilai dan pertautan.

4.4.2.1 Indikator harapan

Hasil penelitian lapangan berdasarkan indikator tugas fungsional peneliti sajikan ke dalam tabel berikut :

Tabel 4.21
Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Memberikan Harapan Kemajuan Prestasi Kerja
N=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**14**	**17.28**
2	**Setuju**	**52**	**64.20**
3	**Cukup Setuju**	**15**	**18.52**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.21 dapat dilihat sebanyak 14 orang responden atau 17.28% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa dengan memperoleh informasi melalui *media monitoring*, harapan kemajuan prestasi kerja menjadi lebih baik. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak lima puluh dua orang responden dengan persentase sebesar 64.20%, yang menyatakan cukup setuju sebanyak lima belas orang responden dengan persentase sebesar 18.52%.

Dari hasil penelitian di atas terlihat bahwa setelah memperoleh informasi yang diberikan oleh humas melalui *media monioring*, harapan kemajuan prestasi kerja karyawan lebih baik.

Tabel 4.22
Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Memberikan Harapan Pada Perbaikan Aktualisasi Diri
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**18**	**22.22**
2	**Setuju**	**40**	**49.38**
3	**Cukup Setuju**	**23**	**28.39**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.22 dapat dilihat sebanyak delapan belas orang responden atau 22.22% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa setelah memperoleh informasi melalui media monitoring, harapan pada aktualisasi diri karyawan menjadi lebih baik. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak empat puluh orang responden dengan persentase sebesar 49.38%, dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak dua puluh tiga orang responden dengan persentase sebesar 28.39%.

Dari hasil penelitian di atas terlihat bahwa setelah memperoleh informasi melalui media monitoring, harapa aktualisasi diri karyawan lebih baik.

Pengembangan diri karyawan mempunyai kualitas lebih baik dari sebelumnya. Hal tersebut sangatlah penting, karena kualitas sebuah perusahaan ditentukan dari kualitas para karyawannya.

Tabel 4.23
Korelasi Antara Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Dengan Harapan Perolehan Informasi Karyawan

Correlations

			harapan	efektivitas
Spearman's rho	harapan	Correlation Coefficient	1.000	.156
		Sig. (2-tailed)	.	.163
		N	81	81
	efektivitas	Correlation Coefficient	.156	1.000
		Sig. (2-tailed)	.163	.
		N	81	81

Hasil analisa SPSS di atas menunjukkan besarnya korelasi antara efektivitas Humas PT.Cipta TPI melalui *media monitoring* dengan harapan karyawannya adalah sebesar 0,156 artinya hubunganya sangat lemah dan searah.

Pengaruh koefisien determinasi :

KD = R^2 x 100%

= $(0,156)^2$ x 100%

= 0.024 x 100%

= 2,4%

Artinya efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* dengan harapan karyawannya sebesar 2,4%, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 97,6%.

Uji Hipotesis

H1: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, maka harapan karyawannya baik.

HO: Jika efektivitas efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* tidak efektif, maka harapan karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{0{,}156\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0{,}561^2))}}$$

$$= \frac{0{,}156 \times \sqrt{79}}{\sqrt{1-0.024}}$$

$$= \frac{0{,}156 \times 8{,}888}{\sqrt{0{,}024}}$$

$$= \frac{1{,}386}{0{,}155}$$

$$= 8{,}941$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

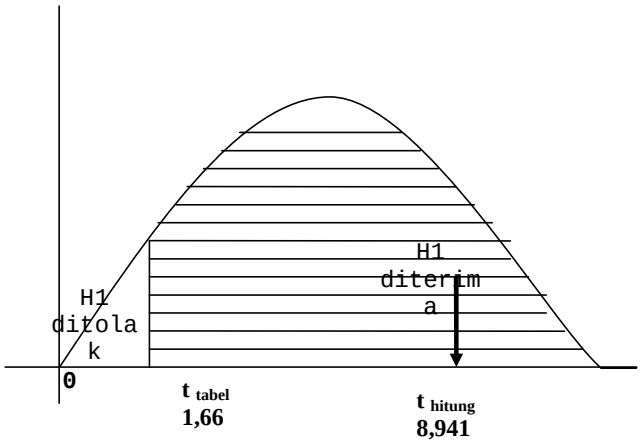
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.4
Kurva Uji t Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Harapan Dalam Memperolehan Informasi Bagi Karyawannya.



Dari gambar 4.4 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho diterima, yang berarti H1 ditolak atau efektivitas humas PT Cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, dan harapan perolehan informasi karyawannya baik.

4.4.2.2 Indikator Nilai

Hasil penelitian lapangan berdasarkan indikator harapan peneliti sajikan ke dalam tabel berikut **:**

Tabel 4.24
Informasi Yang Disampaikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Menggunakan *Media Monitoring* Memiliki Nilai Penting Untuk Diketahui
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**28**	**34.57**
2	**Setuju**	**33**	**40.74**
3	**Cukup setuju**	**20**	**24.69**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.24 dapat dilihat sebanyak sua puluh delapan orang responden atau 34.57% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa setelah mengikuti kegiatan memperoleh informasi melalui *media monitoring*, interaksi dengan sesama karyawan menjadi lebih baik. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang responden dengan persentase sebesar 40.74%., dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak dua puluh orang responden dengan persentase sebesar 24.69%.

Dari hasil penelitian di atas menunjukan bahwa setelah memperoleh informasi melalui media monitoring, nilai penting informasi yang diketahui

menjadi lebih baik.Walau ada yang menyatakan cukup setuju peneliti menyimpulkan bahwa ada karyawan yang merasa tidak begitu memerlukan informasi untuk meningkatkan pengetahuan ataupun wawasan yang memadai.

Tabel 4.25
Informasi Yang Disampaikan Humas PT. Cipta TPI *Melalui Media* Monitoring Memiliki Keterkaitan Dengan Pekerjaan/Kepentingan Saya
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**41**	**50.62**
2	**Setuju**	**30**	**37.04**
3	**Cukup Setuju**	**10**	**12.34**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.25 dapat dilihat sebanyak empat puluh satu orang responden atau 50.62% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa setelah mendapatkan informasi melalui *media monitoring*, kemampuan bekerja maupun menjalankan pekerjaan yang terkait dengan dunia penyiaran menjadi lebih baik. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak tiga puluh orang responden dengan persentase sebesar 37.04%, yang menyatakan cukup setuju sebanyak sepuluh orang responden dengan persentase sebesar 12.34%.

Dari hasil penelitian di atas menunjukan bahwa setelah memperoleh informasi melalui *media monitoring*, kemampuan bekerja maupun mejalani pekerjaan yang berkaitan dengan dunia penyiaran menjadi lebih baik. Penguasaan informasi serta wawasan didunia penyiaran merupakan hal yang mutlak diperlukan sehingga tercapainya tujuan perusahaan maupun tujuan individu dalam kaitannya dengan perusahaan dimana dia bekerja.

Tabel 4.26
Korelasi Antara Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Nilai Dalam Memperoleh Informasi Bagi Karyawannya

Correlations

			nilai	efektivitas
Spearman's rho	nilai	Correlation Coefficient	1.000	.260*
		Sig. (2-tailed)	.	.019
		N	81	81
	efektivitas	Correlation Coefficient	.260*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.019	.
		N	81	81

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil analisa SPSS di atas menunjukkan besarnya korelasi antara efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* dengan nilai informasi adalah sebesar 0,260 artinya hubungannya cukup dan searah.

KD = R^2 x 100%

= $(0,260)^2$ x 100%

= 0.45 x 100%

= 16,25%

Artinya efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring dengan nilai informasi sebesar 16.25%, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 83,75%.

Uji Hipotesis

H1: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, maka nilai perolehan informasi karyawannya baik.

HO: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* tidak efektif, maka nilai perolehan informasi karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$t_{hitung} = \dfrac{0,260\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0,260^2))}}$

$$= \frac{0{,}260 \times \sqrt{79}}{\sqrt{1 - 0.198}}$$

$$= \frac{0{,}260 \times 8{,}888}{\sqrt{0{,}068}}$$

$$= \frac{2{,}3}{0{,}261}$$

$$= 8{,}8$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

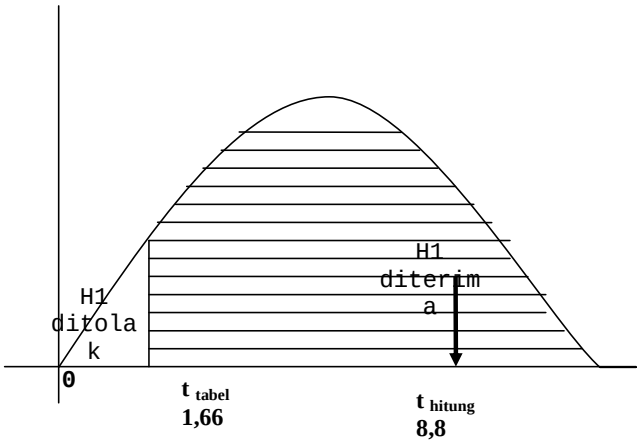
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.5
Kurva Uji t Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Nilai Perolehan Informasi Karyawannya.



Dari gambar 4.4 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho diterima, yang berarti H1 ditolak atau efektivitas humas PT Cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, dan nilai perolehan informasi karyawannya baik.

4.4.2.3 Indikator pertautan perolehan informasi

Hasil penelitian lapangan berdasarkan indikator pertautan perolehan informasi peneliti sajikan ke dalam tabel berikut :

Tabel 4.27
Informasi Yang Diberikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Memiliki Pertatutan Dengan Pengalaman Karyawannya Terhadap Harapan Dan Nilai Dari Hasil Yang Didapat
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**31**	**38.27**
2	**Setuju**	**36**	**44.44**
3	**Cukup setuju**	**15**	**18.52**
4	**Tidak Setuju**	**0**	**0**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.27 dapat dilihat sebanyak tiga puluh satu orang responden atau 38.27 % dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa setelah memperoleh informasi melalui *media monitoring*, memiliki pertatutan dengan pengalaman karyawannya terhadap harapan dan nilai dari hasil yang didapat. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak tiga puluh enam orang responden dengan persentase sebesar 44.44 %., dan yang menyatakan cukup setuju sebanyak lima belas orang responden dengan persentase sebesar 18.52%.

Dari hasil penelitian di atas menunjukan bahwa setelah memperoleh informasi melalui media monitoring,merasakan keterkaitan antara informasi yang diperoleh dengan harapan-harapan serta hasil yang didapatnya.

Tabel 4.28
Efektifitas Humas PT. Cipta TPI Dalam Memotivasi Karyawan Untuk Memperoleh Informasi Menimbulkan Keterkaitan Antara Harapan Dan Nilai Dengan Hasil Yang Didapat.
n=81

No.	Uraian	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	**Sangat Setuju**	**33**	**40.74**
2	**Setuju**	**26**	**32.10**
3	**Cukup Setuju**	**20**	**24.69**
4	**Tidak Setuju**	**2**	**2.47**
5	**Sangat Tidak Setuju**	**0**	**0**
Jumlah		**81**	**100**

Sumber: Penelitian lapangan (angket), Juli 2010

Dari tabel 4.28 dapat dilihat sebanyak tiga puluh tiga orang responden atau 40.74% dari sampel yang telah diambil menyatakan sangat setuju bahwa setelah mendapatkan informasi melalui *media monitoring* menimbulkan dampak, baik dalam aspek harapan maupun nilai berkaitan dengan hasil yang diinginkan. Sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak dua puluh enam orang responden dengan persentase sebesar 32.10%, yang menyatakan cukup setuju sebanyak dua puluh orang responden dengan persentase sebesar 24.69% dan 2 orang menyatakan tidak seuju dengan persentase 2.47%.

Dari hasil penelitian di atas menunjukan bahwa setelah memperoleh informasi melalui *media monitoring*,menimbulkan keterkaitan antara harapan dan nilai dengan hasil yang didapat dalam berbagai bentuk

Tabel 4.29
Korelasi Antara Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Pertautan Perolehan Informasi Karyawan

Correlations

			pertautan	efektivitas
Spearman's rho	pertautan	Correlation Coefficient	1.000	.398**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	81	81
	efektivitas	Correlation Coefficient	.398**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	81	81

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil analisa SPSS di atas menunjukkan besarnya korelasi antara efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* dengan nilai informasi adalah sebesar 0,398 artinya hubungannya cukup dan searah.

KD = R^2 x 100%

= $(0,398)^2$ x 100%

= 0,158 x 100%

= 15,8%

Artinya efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring dengan nilai informasi sebesar 15,8 %, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 84,2%.

Uji Hipotesis

H1: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, maka pertautan perolehan informasi karyawannya baik.

HO: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* tidak efektif, maka pertautan perolehan informasi karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$$t_{hitung} = \frac{0{,}398\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0{,}398^2))}}$$

$$= \frac{0{,}398 \times \sqrt{79}}{\sqrt{1-0{,}158}}$$

$$= \frac{0{,}398 \times 8{,}888}{\sqrt{0{,}842}}$$

$$= \frac{3{,}537}{0{,}917}$$

$$= 3{,}857$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

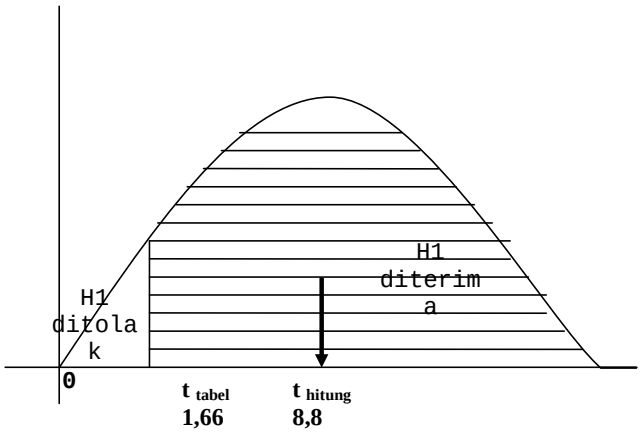
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.6
Kurva Uji t Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Nilai Perolehan Informasi Karyawannya.



Dari gambar 4.4 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho diterima, yang berarti H1 ditolak atau efektivitas humas PT Cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, dan pertautan perolehan informasi karyawannya baik**.**

4.4.3 Efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya.

Dalam hal ini korelasi antara variabel X yaitu efektivitas humas melalui media monitoring dengan variabel Y yaitu motivasi perolehan informasi karyawan dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.30
Uji Korelasi Antara Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya

Correlations

			efektivitas	motivasi
Spearman's rho	Efektivitas humas melalui *media monitoring*	Correlation Coefficient	1.000	.423**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	81	81
	Motivasi perolehan informasi	Correlation Coefficient	.423**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	81	81

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil analisa SPSS di atas menunjukkan besarnya korelasi antara efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* dengan nilai informasi adalah sebesar 0,423 artinya hubungannya cukup dan searah.

KD = R^2 x 100%

= $(0,423)^2$ x 100%

= 0,18 x 100%

= 18%

Artinya efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring dengan nilai informasi sebesar 18 %, sedangkan faktor lain yang mempengaruhi adalah sebesar 82%.

Uji Hipotesis

H1: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, maka motivasi perolehan informasi karyawannya baik.

HO: Jika efektivitas humas PT. cipta TPI melalui *media monitoring* tidak efektif, maka motivasi perolehan informasi karyawannya tidak baik.

Uji hipotesis (menggunakan uji t)

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

Dimana :

r = besarnya korelasi
n = jumlah sampel

Proses penghitungan :

$t_{hitung} = \dfrac{0{,}423\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-(0{,}423^2))}}$

$= \dfrac{0{,}423 \times \sqrt{79}}{\sqrt{1-0{,}18}}$

$= \dfrac{0{,}423 \times 8{,}888}{}$

$$\sqrt{0,82}$$

$$= \frac{3,759}{0,9}$$

$$= 4,176$$

Mencari t_{tabel} :

dk = derajat kebebasan

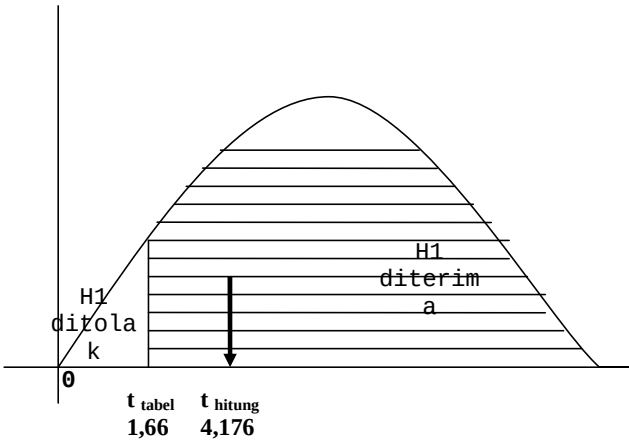
dk = n – 2 (n adalah jumlah sampel)

dk = 81 – 2

dk = 79

Dengan dk 79 dan alfa (α) 0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 (lihat lampiran tabel distribusi t).

Gambar 4.7
Kurva Uji t Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Nilai Perolehan Informasi Karyawannya.



Dari gambar 4.4 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah Ho diterima, yang berarti H1 ditolak atau efektivitas humas PT Cipta TPI melalui *media monitoring* efektif, dan motivasi perolehan informasi karyawannya baik.

4.5 Pembahasan

Kegiatan *media monitoring* di PT. Cipta TPI merupakan kegiatan yang rutin dilaksanakan setiap hari kerja yang dilakukan oleh humas. Hal ini karena setiap harinya humas PT. Cipta TPI melakukan evaluasi dengan dokumentasi, analisis, atau salinan konten media yang memiliki keterkaitan dengan dunia penyiaran pada umumnya dan khususnya yang berkaitan dengan perusahaan, media monitoring juga berfungsi sebagai sosialisasi program baru perusahaan dan sekaligus menambaah wawasan ataupun informasi, juga memotivasi karyawan untuk terus meng *update* informasi yang diberikan dengan konten-konten informasi yang tentu saja berkaitan dengan karyawan dan perusahaan dimana ia bekerja.

Hasil dari analisa data penelitian di atas menunjukkan korelasi antara kredibilitas humas melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi karyawan adalah sebesar 0,299 artinya kredibilitas humas melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya cukup dan searah. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan humas dalam menyampaikan

informasi melalui media monitoring masih belum cukup memenuhi kebutuhan karyawannya Hal lain yang mempengaruhi adalah kepercayaan humas dan karyawan terhadap media monitoring dalam meningkatkan motivasi perolehan informasi belum cukup baik. Ini disebabkan tidak semua karyawan mengikuti kegiatan tersebut karena harus tugas di luar kantor maupun hal lainnya seperti sakit, cuti atau urusan lainnya.

Peningkatan motivasi perolehan informasi juga dapat dipengaruhi oleh intensitas dari *media monitoring*. Hal ini dipengaruhi oleh frekuensi media monitoring masih belum cukup memenuhi kebutuhan informasi karyawannya Hal lain yang mempengaruhi adalah durasi (lamanya) setiap berlangsungnya *media monitoring* yang belum cukup baik. besarnya korelasi antara intensitas dengan motivasi perolehan informasi karyawan sebesar 0,359 Ini disebabkan terlalu banyak arus informasi yang harus kejartayang untuk disebarkan.

Selain itu, kinerja karyawan juga bisa dipengaruhi oleh isi pesan dalam media monitoring tersebut. Dari analisa data penelitian, korelasi isi pesan terhadap motivasi perolehan informasi karyawan PT cipta TPI adalah sebesar 0,357 Artinya efektivitas isi pesan dalam *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya cukup dan searah.

Peranan humas melalui media monitoring dalam memberikan harapan kemajuan prestasi kerja tidak kuat besar. Dan pengaruhnya terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya lemah. karena masih belum didukung oleh intensitas yang

cukup bagi para karyawannya. Hal tersebut dikarenakan frekuensi *media monitoring* yang dirasakan oleh karyawan TPI masih belum sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu juga durasi berlangsungnya *media monitoring* dirasa belum.

Dari analisa data penelitian, korelasi antara harapan perolehan informasi dengan efektivitas adalah sebesar 0.156 artinya pengaruh harapan perolehan informasi karyawan dengan efektivitas lemah dan searah. Hal ini dikarenakan setelah memperoleh informasi dari *media monitoring* hanya beberapa karyawan dapat menyelesaikan tugasnya dengan baik dan tepat waktu serta memperoleh apa yang diharapkannya.

Motivasi perolehan informasi karyawan juga dipengaruhi oleh nilai perolehan informasi. Indikator nilai perolehan informasi dapat diukur dengan penting atau tidaknya informasi yang ada, serta keterkaitan antara informasi tersebut dengan karyawan.

Hasil dari analisa data penelitian, korelasi antara nilai perolehan informasi dengan efektivitas *media monitoring* adalah sebesar 0.260. Artinya pengaruh nilai perolehan informasi dengan efektivits *media monitoring* relatif kuat dan searah. Setelah memperoleh informasi dari *media monitoring* sebagian kecil dari karyawan PT. Cipta TPI belum memiliki pertautan yang cukup berarti, namun berdasarkan hasil analisis peneliti hubungan antara pertautan perolehan

informasi dengan efektivitas humas melalui media monitoring adalah sebesar 0,398 yang artinya cukup kuat dan searah.

Berdasarkan analisa data penelitian di atas didapat korelasi antara Efektivitas Humas melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya sebesar 0,423. Artinya Efektivitas Humas melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya terbilang cukup kuat. Akan Humas melalui media monitoring sayangnya belum dirasakan oleh semua karyawan PT. Cipta TPI. Walaupun demikian, sebagian besar dari karyawan PT. Cipta TPI menyetujui bahwa kegiatan *media monitoring* bisa motivasi perolehan informasi karyawan. Hal ini menunjukkan hubungan kedua variabel signifikan dan searah, jika kegiatan Humas melalui media monitoring efektif, maka motivasi perolehan karyawannya semakin baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan di analisa pada bab IV, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hubungan antara kredibilitas humas melalui *media monitoring* sebagai komunikator terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya adalah cukup kuat, hal ini disebabkan karena karyawan PT. Cipta TPI mengangap kredibilitas humas sebagai sesuatu yang penting dalam memperoleh sumber informasi bagi mereka yang dapat memenuhi kebutuhannya mengenai informasi, Sehingga kredibilitas humas dapat mepengaruhi motivasi perolehan informasi karyawan.

2. Hubungan antara intensitas *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya adalah Cukup kuat. Hal ini disebabkan karena waktu berjangka yang dilakukan oleh humas dalam memberikan informasi kepada karyawannya dianggap sudah efektif..

3. Hubungan antara isi pesan *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya adalah Cukup kuat. Hal ini disebabkan karena karyawan PT. Cipta TPI percaya bahwa isi pesan *media monitoring* adalah yang terbaik bagi mereka sehingga dapat memotivasi karyawan untuk memperoleh informasi tersebut. Sehingga isi pesan *media monitoring* dapat mempengaruhi motivasi perolehan informasi karyawan.

4. Hubungan antara efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap harapan dalam memperoleh informasi bagi karyawannya adalah sangat lemah**.** Hal ini disebabkan karena media monitoring kurang memberikan harapan akan kemajuan prestasi kerja karyawan serta kurang memberikan manfaat atas harapan perbaikan aktualisasi diri karyawannya.

5. Hubungan antara efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap nilai dalam memperoleh informasi bagi karyawannya adalah cukup kuat**.** Hal ini disebabkan karena media monitoring memiliki nilai penting untuk diketahui dan dipahami oleh karyawan serta memiliki keterkaitan dengan kepentingan karyawan

6. Hubungan antara efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap pertatutan dalam memperoleh informasi bagi karyawannya adalah cukup kuat**.** Hal ini disebabkan karena *media monitoring* memiliki pertautan dengan pengalaman karyawan terhadap harapan dan nilai dari hasil yang didapat

oleh karyawan. Serta media monitoring menimbulkan keterkaitan antara harapan dan nilai dengan hasil yang didapat oleh karyawan.

7. Hubungan antara efektivitas humas PT.Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya adalah cukup kuat. Yang artinya Efektivitas Humas melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya terbilang cukup kuat. Akan Humas melalui media monitoring sayangnya belum dirasakan oleh semua karyawan PT. Cipta TPI. Walaupun demikian, sebagian besar dari karyawan PT. Cipta TPI menyetujui bahwa kegiatan *media monitoring* bisa motivasi perolehan informasi karyawan. Hal ini menunjukkan hubungan kedua variabel signifikan dan searah, jika kegiatan Humas melalui media monitoring efektif, maka motivasi perolehan karyawannya semakin baik.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah :

5.2.1 Bagi instansi atau perusahaan :

1. Dari segi penyajiannya, diharapkan dibuat semenarik mungkin, dengan cara membenahi media *softboard* yang digunakan untuk menyebarkan informasi melalui *media monitoring*, dengan cara mengelompokan *media monitoring* berdasarkan tanggal atau hari *media monitoring* tersebut diperoleh dengan instrumen-instrumen tambahan yang menunjukan hal tersebut.
2. Dari segi waktu terbitnya *media monitoring*, mohon optimalkan lagi, dengan cara memperluas area *softboard* sehingga informasi yang diberikan oleh humas melalui *media monitoring* dapat diperoleh oleh seluruh karyawan. Yang berdampak meningkatnya wawasan para karyawan.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya :

1. Lebih siap untuk menentukan pendekatan apa yang akan digunakan, judul, variabel, indikator, alat ukur, teori, dan lain sebagainya untuk melakukan penelitian.
2. Dalam meneliti *media monitoring* peneliti diharapkan untuk terus *up to date* dengan informasi-informasi yang disampaikan didalam *media monitoring* hal ini ditujukan agar peneliti memiliki wawasan tentang informasi yang beredar didalam kegiatan tersebut sehingga peneliti mampu menilai dampak-dampak apa yang kira-kira akan muncul setelah informasi-informasi tersebut beredar.