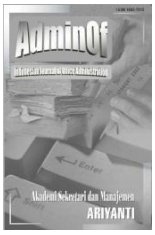
Adminof I (1) (2019) 12-22

Indonesian Journal of Office Administration

Adminof

Volume I, Nomor 1, 2019



STUDI ANALISIS DAMPAK KOMUNIKASI PERSUASIF ANTAR KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN
(Studi Kasus di Yayasan Pendidikan Ariyanti)

[1]Darul Wiyono
[1]Akademi Sekretari dan Manajemen Ariyanti
darulwiyono96@ariyanti.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan di Yayasan Pendidikan Ariyanti. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 63 dari total populasi sebesar 75, diambil dengan metode pengambilan data *proportional stratified random sampling*. Analisis data menggunakan pendekatan regresi berganda dan diolah dengan bantuan aplikasi statistik SPSS for windows versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: Komunikasi persuasif; kinerja karyawan.

Pendahuluan

Kinerja dalam perusahaan merupakan jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Kinerja pada umumnya diartikan sebagai kesuksesan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya untuk mencapai target kerja. Menurut Robbins dalam Suparyadi (2015) kinerja adalah ukuran dari suatu hasil. Hasil dari suatu pekerjaan yang dapat berupa barang atau jasa dan kinerja seseorang dapat dilihat dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh seseorang tersebut. Sedangkan Mangkunegara (2009) berpendapat bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan tersebut.

Kinerja karyawan yang tinggi merupakan harapan bagi perusahaan. Semakin banyak karyawan yang memiliki kinerja yang bagus maka semakin baik pula kinerja dari perusahaan. Keberhasilan kinerja karyawan dapat diukur dengan penilaian kinerja. Berdasarkan hasil prasurvey, ketidakstabilan kinerja karyawan Yayasan Pendidikan Ariyanti disebabkan karena adanya karyawan yang masih melakukan kesalahan dalam mengerjakan tugas yang menjadi tanggung jawab karyawan tersebut sehingga penilaian terhadap kinerjanya menjadi rendah. Ada juga karyawan yang kurang mengetahui bidang pekerjaanya. Penilaian kinerja karyawan yang menurun karena adanya karyawan yang melakukan pekerjaannya tetapi tidak mencapai target yang telah ditetapkan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah komunikasi. Komunikasi merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antara seseorang dengan orang lain. Dengan

adanya komunikasi maka terjadilah hubungan sosial antara satu dengan yang lainnya, atau terjadinya interaksi timbal balik. Aktivitas komunikasi dalam kehidupan manusia mencakup spektrum yang sangat luas. Komunikasi menjadi bahan yang penting dalam menyampaikan pikiran, perasaan, ide-ide dan masalah kehidupan yang dihadapi seseorang kepada orang lain. Dalam perspektif manajemen komunikasi merupakan bagian integral dari alat manajemen dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain komunikasi menjadi kunci yang menentukan efektif atau tidaknya manajemen.

Komunikasi adalah pemindahan maupun pemahaman arti, ide, dan informasi dimana suatu pemikiran akan dikirimkan sehingga si-penerima dapat memahami dengan gambaran mental, arti, informasi yang sama dengan yang dimaksud oleh si-pengirim (Robbins, 2015). Komunikasi penting bagi organisasi karena komunikasi merupakan alat utama bagi anggota organisasi untuk dapat bekerja sama dalam melakukan aktivitas manajemen demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kualitas manajemen dinilai dari proses karyawannya berkomunikasi. Melalui komunikasi, baik pimpinan maupun rekan kerja dapat memberikan keterangan tentang pekerjaan yang membuat para karyawan dapat melaksanakan pekerjaannya. Salah satu tantangan besar di dalam komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi keseluruh bagian organisasi dengan baik dan bagaimana penerima informasi dapat menerima dengan baik sesuai dengan apa yang diharapkan pemberi informasi.

Menurut Effendy (2013:55) berdasarkan keterampilan berkomunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut: (1) komunikasi informatif; (2) komunikasi persuasif; (3) komunikasi perpesive; (4) komunikasi koersif; (5) komunikasi instruktif; dan (6) hubungan manusiawi. Salah satu komunikasi yang paling sering dilakukan oleh manusia adalah komunikasi persuasif., dalam hal ini menarik untuk melihat komunikasi yang bersifat persuasif dalam sautu perusahaan. Komunikasi persuasif merupakan proses mempengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri (Rakhmat, 2008: 102). Komunikasi yang bersifat persuasif sangatlah diperlukan dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan, karena kegiatan persuasif merupakan salah satu strategi yang penting dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal ini komunikasi dapat membantu setiap individu dalam berhubungan dengan orang lain, serta dapat mempengaruhi dan menyakinkan orang lain.

Untuk bekerja dalam tim, diperlukan komunikasi yang bersifat persuasif agar dapat meyakinkan orang lain dengan pendapat-pendapat yang dikemukan. Yang mana pola komunikasi persuasif yang terjadi di Yayasan Pendidikan Ariyanti adalah pola komunikasi vertical dan horizontal, yakni suatu pola yang terjadi dari atas kebawah antara pimpinan perusahaan terhadap karyawan dan sesama rekan kerja yang ada dalam lingkungan perusahaan. Komunikasi persuasif yang dilakukan haruslah efektif, agar nantinya keinginan dari komunikator dapat diterima oleh komunikan, kemudian komunikan akan melakukan pekerjaan sesuai yang diharapkan. Untuk mendukung efektivitas dari komunikasi persuasif yang dilakukan terdapat tiga komponen utama, antara lain: (1) Cognitive Component; (2) Affective Component; & (3) Conative Component; (Applebaum & Anatol, 1974). Apabila ketiga komponen tersebut telah tercakup, maka akan memungkinkan terwujudnya komunikasi persuasif yang efektif. Namun pada praktiknya komunikasi persuasif yang diterapkan di Yayasan Pendidikan Ariyanti belum bisa sepenuhnya dikatakan efektif, hal ini diduga menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya kinerja karyawan. Berdasarkan hasil prasurvey pada Yayasan Pendidikan Ariyanti masalah yang terjadi dalam komunikasi internal yaitu masih adanya *miscomunication* antar karyawan Yayasan Pendidikan Ariyanti yang disebabkan kurangnya koordinasi antar karyawan, sehingga menyebabkan kesalahpahaman atau salah penafsiran antar karyawan. Para karyawan tidak saling terbuka mengkomunikasikan kendala serta berbagai solusi, baik sesama karyawan maupun kepada atasan.

Kajian Pustaka

1. Komunikasi

Menurut Robbins (2015) komunikasi adalah pemindahan maupun pemahaman arti, dimana suatu pemikiran akan dikirimkan sehingga si-penerima dapat memahami dengan

gambaran mental yang sama dengan yang dimaksud oleh si-pengirim. Sedangkan menurut Mangkunegara (2013) komunikasi adalah sebagai proses pemindahan suatu informasi, ide, pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan harapan orang tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud.

Menurut Effendy (2013) ada 4 tujuan komunikasi organisasi, yaitu: 1) Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima; 2) Mengubah pendapat atau opini (*to change opinion*), yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima; 3) Mengubah perilaku (*to change the behavior*), yaitu perilaku individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima; dan 4) Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu tingkat sosial individu atau kelompok menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

Menurut Bovee & Thill (2013) terdapat 2 pembagian komunikasi, yaitu: 1) Komunikasi Internal adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dan sebagainya; dan 2) Komunikasi Eksternal membahas informasi ke dalam dan keluar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat. Komunikasi internal dibedakan menjadi dua, yaitu: 1) Komunikasi Vertikal adalah komunikasi dari atas ke bawah (*Downward Communication)* dimulai dari manajemen puncak kemudian mengalir kebawah melalui tingkatan-tingkatan manajemen sampai karyawan dan personalia paling bawah; dan 2) Komunikasi dari bawah ke atas (*Upward Communication)* alur pesan yang disampaikan berasal dari bawah (karyawan) menuju ke atas (manajer).

Menurut Siagian (2010) ada 3 (tiga) fungsi komunikasi, yaitu: 1) Informatif, dalam kegiatannya, baik karyawan maupun manajer membutuhkan banyak sekali informasi agar dapat menyelesaikan tugas-tugasnya secara efisien; 2) Pengendali, komunikasi juga berfungsi sebagai pengendalian dan pengawasan perusahaan. Komunikasi yang berfungsi sebagai pengendalian ini bentuknya berupa perintah dan laporan; dan 3) Persuasif, fungsi persuasif pada umumnya tercermin dalam interaksi antar karyawan, dimana seseorang berupaya agar orang yang diajak berkomunikasi menerima ide, jalan pikiran, penugasan dan pimpinan.

Terdapat beberapa pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi artinya komunikasi hanya dapat terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media (saluran), penerima (komunikan), dan efek (Effendy, 2013). Sumber, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source, sender, decoder.* Pesan, Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, ide, nasihat atau proganda. Dalam istilah asing pesan diterjemahkan dengan kata *message, content,* atau *information.* Media (saluran), ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi terbagi atas media massa dan media nirmassa. Nirmassa merupakan komunikasi tatap muka sedangkan media massa menggunakan saluran yang berfungsi sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan secara massal. Penerima (komunikan), adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Pengaruh (efek), adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa diartikan perubahan dampak atau akibat dari pesan yang diperkirkan akan terjadi dan menimbukan efek atau pengaruh tertentu seperti opini, persepsi, dan citra dari komunikasi.

2. Kinerja Karyawan

Menurut Wibowo (2014) kinerja berasal dari pengertian *performance*. Ada pula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung. Armstrong dan Baron (dalam Wibowo, 2014) mengemukakan

bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Kinerja adalah tingkat pencapai hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan (Rivai, Mansyur, Muthis, & Arafah, 2015). Sedangkan Robbins dalam Suparyadi (2015) mengartikan kinerja sebagai ukuran dari suatu hasil. Hasil dari suatu pekerjaan yang dapat berupa barang atau jasa dan kinrja sesorang dapat dilihat dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh seseorang tersebut.

As'ad dalam (Suparyadi, 2015) menyatakan bahwa kinerja merupakan kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Hal ini menjelaskan bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan. Mangkunegara (2009) menjelaskan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan tersebut. Kinerja merupakan hasil upaya seseorang yang ditentukan oleh kemampuan karakteristik pribadinya serta persepsi terhadap perannya dalam pekerjaan itu. Berdasarkan beberapa pengertian kinerja menurut para ahlidapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan serangkaian kegiatan yang menggambarkan sejauh mana hasil yang sudah dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Menurut Robbins & Judge (2009) ada 6 (enam) kriteria kinerja karyawan secara individual, yaitu: 1) Kualitas, diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap ketrampilan dan kemampuan; 2) Kuantitas diukur dari persepsi karyawan terhadap jumlah aktifitas yang ditugaskan beserta hasilnya; 3) Ketetapan waktu, diukur dari persepsi karyawan terhadap suatu aktifitas yang diselesaikan di awal waktu sampai menjadi output; 4) Efektivitas, Tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikan hasil dari setiap unit di dalam penggunaan sumber daya, efektifitas kerja karyawan dalam menilai pemanfaatan waktu dalam menjalankan tugas, efektivitas penyelesaian tugas yang dibebankan organisasi; 5) Kemandirian, merupakan tingkat kemampuan seseorang dalam melakukan fungsi kerjanya tanpa meminta bantuan, bimbingan dari orang lain atau pengawas; dan 6) Komitmen kerja, merupakan tingkat dimana karyawan mempunyai komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab terhadap organisasi.

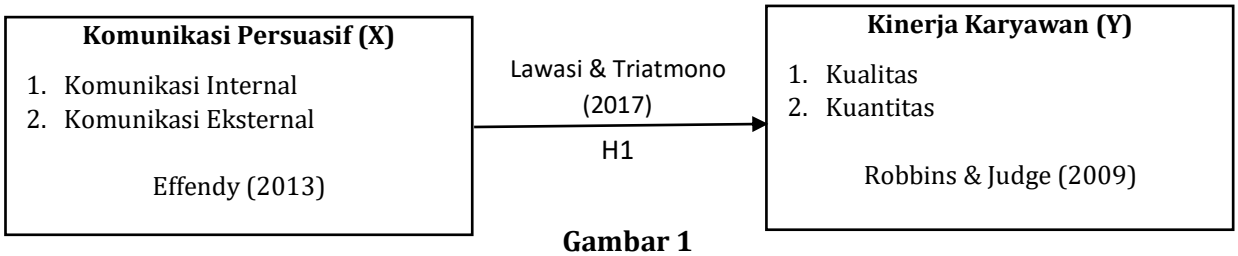
3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dan kerangka berfikir merupakan gambaran tentang hubungan antar variabel yang akan diteliti, yang akan disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2017). Di dalam penelitian ini variabel yang dianggap paling mempengaruhi kinerja yaitu efektivitas komunikasi persuasif.

Kinerja yang baik adalah bagaimana seseorang karyawan mampu memperlihatkan perilaku kerja yang mengarahkan terciptanya maksud dan tujuan perusahaan. Komunikasi merupakan salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan kinerja dalam sebuah perusahaan. Effendy (2013) menyatakan bahwa komunikasi akan terjadi dan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan, dengan kata lain mengerti bahasanya belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Jelas bahwa percakapan kedua orang dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan. Jadi dengan adanya komunikasi yang baik dapat meningkatkan kinerja karyawan karena dengan komunikasi yang baik dan komunikatif tidak ada kesalahan informasi dan kesalahan penyampaian terhadap pekerjaan yang akan dikerjakan.

Ada beberapa pengaruh komunikasi terhadap pekerjaan, yaitu dimana dalam melakukan pekerjaan pasti diperlukannya sebuah proses komunikasi yang efektif baik antara atasan dengan bawahan ataupun antar karyawan. Dengan adanya komunikasi yang efektif, karyawan akan mudah melaksanakan tugasnya masing-masing sesuai arahan pimpinan dan bisa bekerjasama dengan baik antar karyawan maka karyawan akan semakin produktif dan memiliki kepuasan kerja yang baik sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai dan juga untuk kelangsungan

hidup perusahaan dan karyawan. Kerangka konseptual pengaruh efektivitas komunikasi persuasive terhadap kinerja karyawan terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara 2 (dua) variabel atau lebih yaitu variabel independen serta variabel dependen (Sugiyono, 2017).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Yayasan Pendidikan Ariyanti yang beralamat di Jalan H.O.S. Cokroaminoto (Pasirkaliki) No. 127-129-131 Bandung, yang dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Januati 2019.

3. Batasan Operasional

Batasan operasional dari penelitian ini adalah pengaruh komunikasi terhadap kinerja karyawan. Variabel-variabel yang akan dianalisis: 1) Varibel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini variabel independennya adalah komunikasi (X); 2) Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (independen). Variabel terikat pada penelitian ini adalah kinerja karyawan (Y).

4. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden terhadap suatu kejadian atau gejala sosial. Skala likert digunakan untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian, maka setiap pertanyaan diberi lima alternatif jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai 5 (Sugiyono, 2017).

5. Populasi dan Sample

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di Yayasan Pendidikan Ariyanti sebanyak 75 orang dan jenis populasinya adalah heterogen.

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam menentukan responden yang akan dijadikan sampel, penulis menggunakan teknik pengambilan *proportional stratified random sampling*. Stratified sampling, adalah cara penarikan sampel untuk populasi yang memiliki karakteristik heterogen atau karakteristik yang dimiliki populasi bervariasi (Prasetyo dan Jannah, 2005:130). *Proportional sampling* atau sampling berimbang, yaitu dalam menentukan sampel, peneliti mengambil wakil-wakil dari tiap-tiap kelompok yang ada dalam populasi yang jumlahnya disesuaikan dengan jumlah anggota subjek yang ada di dalam masing-masing kelompok tersebut (Arikunto, 2010:98). *Random sampling* atau sampling acak. Teknik ini disebut juga serampangan, tidak pandang bulu atau tidak pilih kasih, obyektif, sehingga seluruh elemen populasi mempuyai kesempatan untuk menjadi sampel penelitian (Taniredja dan Mustafidah, 2012:35). Besaran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 63 diperoleh dengan tingkat kesalahan 5% berdasarkan perhitungan

menggunakan persamaan Slovin untuk populasi 75. Oleh karena itu, ukuran sampel yang ditentukan adalah 84% (persentase sampel populasi).

6. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) jenis data, yaitu: 1) Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber utama untuk kemudian diolah dan dianalisis. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil pengisian kuesioner dan hasil wawancara sebagai data pendukung; dan 2) Data sekunder adalah data yang berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Peneliti memperoleh data sekunder dari literatur, buku dan internet.

7. Metode Pengumpulan Data

Metode Lapangan (*Field Research*) adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat langsung ke objek tujuan dilapangan untuk memperoleh data atau informasi. Teknik yang diterapkan dalam mengumpulkan data yaitu: 1) Kuesioner (*Questionnaire*) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017); dan 2) Observasi, Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikhologis.

Studi Kepustakaan (*Library Research*) adalah mengumpulkan data-data atau keterangan yang diperlukan dengan cara mempelajari, membaca buku-buku, referensi, internet dan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan langsung dengan masalah yang dibahas.

8. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika r_{tabel} = 0,361. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05 (Ghozali, 2012).

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha* >0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60. (Ghozali, 2012).

9. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan regresi linier berganda. Metode analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan dan penganalisisan data, sehingga dapat diketahui gambaran umum dari objek yang diteliti. Analisis statistik dengan regresi berganda digunakan untuk memprediksi seberapa jauh pengaruh satu atau beberapa variable bebas (*independen*) yaitu komunikasi (X) terhadap variabel terikat (*dependen*) yaitu kinerja karyawan (Y). Metode regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Adapun model persamaan yang digunakan (Sugiyono, 2017) yaitu:

$$Y = \beta 0 + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan:
Y = Kinerja karyawan
β0 = Konstanta
β = Koefisien regresi berganda
X = Komunikasi
ε = Standard error

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada didalam daerah kritis (daerah dimana H0 ditolak).

Adminof I (1) (2019) 12-22

10. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat atau menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat Asymp. Sig. (2-tailed). Jika tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima, sehingga dikatakan data residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan uji glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah model yang memiliki nilai tolerance ≥ 0,1 atau nilai VIF ≤ 10. Sebaliknya, jika nilai Tolerance < 0,1 atau nilai VIF > 10, maka ada multikolinearitas di antara variabel independen (Ghozali, 2016).

11. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis digunakan Uji Signifikansi Parsial (Uji - t) dan Koefisien Determinasi (R2). Uji statistik-t dilakukan untuk melihat secara parsial (individual) bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan adalah: H0 diterima jika t hitung ≤ t tabel pada α = 5% atau Sig. t ≥ α dan Ha ditolak jika t hitung > t tabel pada α = 5% atau Sig. t < α. Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Corrected Item-Total Correlation Konstruk Komunikasi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Komunikasi Vertikal-1	37.3016	20.150	.840	.761	.927
Komunikasi Vertikal-2	37.2381	20.442	.848	.794	.926
Komunikasi Vertikal-3	37.3810	20.562	.836	.754	.927
Komunikasi Vertikal-4	37.0794	20.461	.709	.668	.934
Komunikasi Horisontal-1	37.4286	20.507	.753	.625	.931
Komunikasi Horisontal-2	37.2063	21.844	.628	.818	.937
Organisasi ke Khalayak-1	37.1905	21.931	.602	.795	.938
Organisasi ke Khalayak-2	37.3968	20.921	.783	.776	.930
Khalayak ke Organisasi-1	37.3492	20.876	.870	.809	.926
Khalayak ke Organisasi-2	37.4286	21.410	.651	.702	.936

Sumber: Data primer, diolah 2019

Adminof I (1) (2019) 12-22

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Corrected Item-Total Correlation Konstruk Kinerja Karyawan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kecepatan Kerja-1	37.8571	58.770	.753	.897	.931
Kecepatan Kerja-2	37.8254	60.534	.703	.856	.934
Tingkat kesalahan-1	37.7778	60.692	.709	.891	.933
Tingkat kesalahan-2	37.9524	58.433	.756	.784	.931
Ketelitian	37.7619	58.926	.773	.789	.931
Pemahaman	37.9206	56.461	.827	.837	.928
Kerjasama	38.5714	59.249	.762	.720	.931
Kemampuan	38.3492	59.424	.829	.764	.929
Target-1	38.3492	60.489	.705	.743	.934
Target-2	38.7143	58.401	.691	.944	.934
Ketepatan Waktu	38.7619	57.926	.647	.938	.937

Sumber: Data primer, diolah 2019

Tabel 1 dan 2 menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam penelitian ini semua butir di atas 0,361 artinya Nilai DF dalam penelitian ini: jumlah sampel (63)-2=61. R Tabel pada DF 61 Probabilitas 0,05 adalah **0,361**. Nilai **Corrected Item-Total Correlation > 0,361,** maka semua item di atas adalah **valid**.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Konstruk Komunikasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.938	.939	10

Sumber: Data primer, diolah 2019

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Konstruk Komunikasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.938	.940	11

Sumber: Data primer, diolah 2019

Tabel 3 dan 4 dapat disimpulkan bahwa secara umum variabel penelitian dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

Adminof I (1) (2019) 12-22

3. Uji Normalitas

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.60478076
Most Extreme Differences	Absolute	.183
	Positive	.088
	Negative	-.183
Test Statistic		.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji pada tabel 5 besarnya *Kolmogorov- Smirnov Z* adalah 0,183 dan signifikan pada 0,000. Hal ini bahwa data residual model regresi terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinieritas

Tabel 6
Hasil Uji Multikokolinieritas

Coefficients[a]								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.788	2.844		.277	.783		
	Iklim Organisasi (X1)	.444	.080	.533	5.515	.000	1.000	1.000
	Promosi Jabatan (X2)	.797	.126	.611	6.322	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Komitmen Organisasi (Y)								

Sumber: Data primer, diolah 2019

Tabel 4 menunjukkan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.301	8.028		1.532	.131		
	Komunikasi Persuasif (X)	.716	.192	.430	3.724	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)								

Sumber: Data primer, diolah 2019

Hasil pengujian heteroskaedastisitas melalui uji *Park* dapat dilihat pada tabel 7 apabila koefisien parameter beta > 0.05 maka tidak ada masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Adminof I (1) (2019) 12-22

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.301	8.028		1.532	.131		
	Komunikasi Persuasif (X)	.716	.192	.430	3.724	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)								

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat disimpulkan bahwa: Hipotesis menguji tentang pengaruh positif komunikasi persuasif pada kinerja karyawan. Tabel 8 menunjukkan bahwa komunikasi persuasif (X) memiliki nilai signifikansi p<0,05, sehingga **hipotesis didukung.** Koefisien regresi variabel komunikasi persuasif (β1 = 0,430) yang bernilai positif dan variabel lain pada kondisi ceteris paribus menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel komunikasi persuasif dengan kinerja karyawan. Jadi, jika variabel komunikasi persuasif baik maka kinerja karyawan akan meningkat. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lawasi & Triatmono (2017) yang menyatakan komunikasi merupakan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap kinerja karyawan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.430[a]	.185	.172	7.66686
a. Predictors: (Constant), Komunikasi Persuasif (X)				
b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)				

Sumber: Data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui besarnya Adjusted R Square untuk variasi variabel dependen adalah 0,430, hal itu berarti 43% kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh komunikasi persuasif. Sedangkan sisanya yaitu 1 – 0,430 = 0,570 atau 57% menunjukkan bahwa kinerja karyawan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang diuji dalam penelitian ini. Hasil temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Lawasi & Triatmono (2017); Rizky, Widyaningrum, & Negoro (2017); Kholid, Nurhardjo, & Prajitiasari (2015); Femi (2017) yang menyatakan komunikasi persuasif berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja organisasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian hipotesis pada pemasalahan yang diangkat mengenai pengaruh komunikasi persuasif pada kinerja karyawan (studi pada Yayasan Pendidikan Ariyanti), maka penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini didukung**.** Yaitu hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi persuasif berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja karyawan. Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan yang bekerja pada Yayasan Pendidikan Ariyanti sudah mampu berkomunikasi dengan efektif, baik di internal maupun ke eksternal, dan baik secara vertical maupun horizontal.

Daftar Pustaka

Applebaum, R.L., dan Anatol, K.W.E. (1974). Strategies for Persuasive Communication. Ohio: A Bell & Howell, Co.

Bovee, C. L., & Thill, V. J. (2013). Komunikasi Bisnis. Jakarta: Indeks.

Effendy, O. U. (2013). Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Femi, A. F. (2017). The Impact of Communication on Workers Performance in Selected Organizations in Lagos State, Nigeria. Departemen of Sociology, Landmark University Nigeria. *Journal of Humanities and Social Science, 19*(8), 75-82.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kholid, F. M., Nurhardjo, B., & Prajitiasari, E. D. (2015). Pengaruh Komunikasi dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi serta Kinerja Karyawan PT PLN (Persero) Area Situbondo. *Jurnal Manajemen, 1*(1), 1-20.

Lawasi, E. S., & Triatmono, B. (2017). Pengaruh Komunikasi, Motivasi, dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, *5*(1), 47-57.

Mangkunegara, A. P. (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mangkunegara, A. P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Prasetyo, B. & Jannah, L.M. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Rajagrafindo Perkasa.

Rakhmat, Jalaluddin. (2008). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rivai, V., Mansyur, F., Muthis, T., & Arafah, W. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Rizky, R. C., Widyaningrum, M. E., & Negoro, B. K. (2017). Pengaruh komunikasi, sikap pimpinan dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Golden Tanggun Pratama. *Jurnal Manajemen Branchmark*, *3*(3), 680-692.

Robbins, S. P. (2015). Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, dan Aplikasi. Jakarta: Prenhallindo.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.

Siagian, S. P. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.

Suparyadi. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Taniredja, T. & Mustafidah, H. (2012). Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Wibowo. (2014). Manajemen Kinerja. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.