

**PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI
TERHADAP MOTIVASI KERJA ANGGOTA
LEMBAGA DAKWAH FAKULTAS
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**OLEH:
NUR KURNIAWATI MUHAISYAH**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**

**PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI
TERHADAP MOTIVASI KERJA ANGGOTA
LEMBAGA DAKWAH FAKULTAS
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**OLEH:
NUR KURNIAWATI M.
E02211302**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Pengaruh Efektivitas Komunikasi Interpersonal Terhadap Motivasi Kerja Anggota Lembaga Dakwah Fakultas Universitas Hasanuddin**

Nama Mahasiswa : **Nur Kurniawati Muhaisyah**

Nomor Pokok : **E021181302**

Makassar, 15 April 2022

Menyetujui,

Pembimbing I

Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

Pembimbing II

Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.
NIP. 197306172006042001

Mengetahui,

**Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**





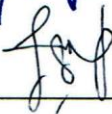

Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi Sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik. Pada Hari Rabu, Tanggal 27 Bulan April Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua.

Makassar, 27 April 2022

Tim Evaluasi

Ketua	: Dr. Sudirman Karnay, M.Si.	 (_____)
Sekretaris	: Nosakros Arya, S.Sos., M.Ikom	 (_____)
Anggota	: 1. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si	 (_____)
	2. Dr. Kahar, M.Hum	 (_____)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Terhadap Motivasi Kerja Anggota Lembaga Dakwah Fakultas Universitas Hasanuddin” ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 15 April 2022

Yang membuat pernyataan,

A 10,000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', 'METERAI TEMPEL', and 'PC82AAJX792734800'.

(Nur Kurniawati M.)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji hanya milik Allah *subhanahu wata'ala* atas segala rahmat dan inayah-Nya sehingga skripsi ini terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya dan setulus-tulusnya kepada kedua orang tua terhebat, Ibu Aisyah dan Bapak Muhajir atas segala dukungan dan doa yang tak pernah putus, dengan penuh kesabaran dan ketabahan bekerja keras demi mewujudkan cita-cita anaknya. Ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya penulis juga sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si sebagai Ketua Departemen Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan nasehat.
2. Ibu Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang telah memberikan bimbingan yang terbaik, saran, masukan, dan nasehat sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Kahar, M.Hum dan Bapak Nosakros Arya, S.Sos., M.Ikom., selaku penguji yang telah memberikan banyak saran dan masukan
4. Ibu Sitti Murniati Mukhtar, S.Sos, SH., yang selalu memberi dukungan serta memberi semangat

5. Para dosen Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Unhas yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan
6. Keluarga yang senantiasa memberi dukungan moril maupun materil kepada penulis
7. Para pengurus LDF Universitas Hasanuddin yang bersedia membantu, menyebarkan, dan memberi kelengkapan data yang penulis butuhkan
8. Teman-teman seperjuangan, Kiki, Syatra, Vivi, Zahra, Diana, Nisa, Nunu, Ara, Aini, Sri, Yae, dan Laela. Terima kasih untuk semua dukungan, masukan, serta dorongannya selama ini.
9. Teman-teman Altocumululus, semua mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi angkatan 2018, terima kasih banyak atas segala dukungan dan kenangannya.
10. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu demi satu, yang turut memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tiada gading yang tak retak andaiapun retak jadikanlah sebagai ukiran, begitupun dengan skripsi ini, masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Untuk itu melalui kata pengantar ini penulis sangat terbuka menerima kritik serta saran yang membangun sehingga secara bertahap penulis dapat memperbaikinya. Namun demikian penulis sangat berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang besar terhadap kemajuan dunia pendidikan serta kepada setiap mereka yang membutuhkan. Aamiin. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

ABSTRAK

NUR KURNIAWATI MUHAISYAH. *Pengaruh Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Terhadap Motivasi Kerja Anggota Lembaga Dakwah Fakultas Universitas Hasanuddin* (Dibimbing oleh Sudirman Karnay dan Tuti Bahfiarti).

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis tingkat efektivitas komunikasi antarpribadi anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin; (2) untuk menganalisis motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin; (3) untuk menganalisis pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Hasanuddin. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh anggota organisasi yang tergabung dalam lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin. Responden ditentukan secara *stratified random sampling*. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder diperoleh dari studi pustaka. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan analisis regresi linier menggunakan SPSS 28.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi antarpribadi memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin, Hubungan positif berarti semakin efektif komunikasi antarpribadi maka semakin meningkat pula motivasi kerja, sebaliknya jika semakin lemah efektivitas komunikasi antarpribadi maka semakin menurun pula tingkat motivasi kerja. Sementara koefisien determinasi sebesar 43,5% mengindikasikan bahwa peran atau kontribusi efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja sebesar 43,5%.

ABSTRACT

NUR KURNIAWATI MUHAISYAH. *The Effect of Antarpribadi Communication Effectiveness on Work Motivation of Members of the Da'wah Institute, Faculty of Hasanuddin University* (Supervised by Sudirman Karnay and Tuti Bahfiarti).

The aims of this study were: (1) to analyze the level of effectiveness of interpersonal communication among members of the da'wah institution at the Hasanuddin University faculty; (2) to analyze the work motivation of members of the da'wah institution of the Hasanuddin University faculty; (3) to analyze the effect of the effectiveness of interpersonal communication on the work motivation of members of the da'wah institution at the Hasanuddin University faculty.

This research was conducted at Hasanuddin University. The population of this research is all members of the organization who are members of the da'wah institution of the Hasanuddin University faculty. Respondents were determined by stratified random sampling. Primary data was collected using a questionnaire and secondary data were obtained from the literature study. The data that has been collected is then presented in the form of a frequency table and linear regression analysis using SPSS 28.

The results show that the effectiveness of interpersonal communication positively influences the work motivation of members of the da'wah institution at the Hasanuddin University faculty. A positive relationship means that the more effective interpersonal communication is, the more work motivation will increase, on the other hand, if the effectiveness of interpersonal communication is weak, the level of work motivation will also decrease. While the coefficient of determination of 43.5% indicates that the role or contribution of the effectiveness of interpersonal communication to work motivation is 43.5%.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Kerangka Konseptual	9
F. Hipotesis.....	17
G. Definisi Operasional.....	17

H. Metode Penelitian.....	19
BAB II.....	24
A. Pengertian Komunikasi	24
B. Komunikasi Antarpribadi.....	25
C. Komunikasi dalam Organisasi	28
D. Motivasi Kerja Organisasi	29
BAB III	32
A. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Universitas Hasanuddin.....	32
B. Lembaga Dakwah Fakultas Universitas Hasanuddin.....	33
BAB IV	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan.....	63
BAB V.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah pengurus lembaga dakwah di 13 fakultas periode 2021-2022	20
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	42
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Item Pertanyaan Aspek Keterbukaan	44
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Empati	46
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Dukungan	47
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Sikap Positif	48
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Kesetaraan	49
Tabel 4. 7 Tingkat Efektivitas Komunikasi Antarpribadi	50
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Dorongan Mencapai Tujuan	51
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Semangat Kerja	53
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Inisiatif	54
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Kreatifitas	55
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Item Pernyataan Aspek Rasa Tanggung Jawab	56
Tabel 4. 13 Tingkat Motivasi Kerja	57
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Validitas	58
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Realibilitas	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Output 1	60
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Output 2	61
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Output 3	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji t	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis	77
Lampiran 2 Hasil Data responden.....	78
Lampiran 3 Tabel Distribusi t dan r	87
Lampiran 4 r hitung variabel X (efektivitas komunikasi antarpribadi).....	88
Lampiran 5 r hitung variabel Y (motivasi kerja)	91
Lampiran 6 uji realibilitas variabel X	94
Lampiran 7 uji realibitas variabel Y.....	95
Lampiran 8 output uji regresi linier	96
Lampiran 9 Kuesioner.....	100
Lampiran 10 Screenshot penyebaran kuesioner.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi antarpribadi, setiap individu menggunakan semua elemen dari komunikasi. Dengan komunikasi individu dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan, dan kesan kepada sesama. Komunikasi tidak hanya mendorong kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kehidupan kelompok sosial. (Rahmi, 2021).

Komunikasi antarpribadi lebih mengacu khusus untuk komunikasi yang terjadi antara orang-orang dan menciptakan ikatan pribadi antara mereka. Komunikasi antarpribadi menciptakan hubungan antara orang, sehingga tindakan satu orang mempengaruhi dan mencerminkan tindakan orang lain. Komunikasi antarpribadi melibatkan memperhatikan karakteristik dan keadaan yang membuat peserta individu yang unik (Solomon D. & Theiss J, 2013). Pengaruh tujuan antarpribadi yang diinginkan berhasil dicapai hanya jika kita meyakinkan orang lain untuk bekerja sama dengan kita. Apakah kita mencapai pengaruh tujuan antarpribadi tergantung pada kemampuan untuk berkomunikasi dalam mengubah pikiran atau perilaku orang lain. Keterampilan berinteraksi secara antarpribadi dapat menciptakan hubungan yang erat, hubungan timbal balik yang baik, melancarkan proses penjualan, melancarkan proses negosiasi, manajemen, dan

manajemen konflik. Oleh karena itu kemampuan komunikasi antarpribadi menjadi salah satu faktor penting dalam pekerjaan.

Komunikasi antarpribadi memiliki peranan dalam menentukan keefektifan dalam suatu organisasi. Komunikasi antarpribadi yang efektif dapat mengubah perilaku anggota yang akhirnya dapat memenuhi tuntutan organisasi. Korelasi antara komunikasi antarpribadi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada individu-individu yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi. Anggota organisasi harus memiliki kemampuan dalam komunikasi antarpribadi. Hal ini bertujuan untuk mendorong hubungan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan, bawahan dan atasan maupun antar rekan organisasi lainnya. Komunikasi antarpribadi yang baik akan menciptakan suasana kerja yang nyaman dan harmonis, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan kinerja serta pemenuhan target organisasi.

Organisasi merupakan sebuah sistem sosial yang kompleksitasnya jelas terlihat melalui jenis, peringkat, bentuk, dan jumlah interaksi yang berlaku. Proses yang akan selalu terjadi dalam organisasi apapun adalah proses komunikasi. Melalui organisasi terjadi pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman. Dalam melakukan proses berinteraksi, manusia membutuhkan komunikasi yang efektif agar adanya timbal balik hingga terciptanya kepuasan hati dan terjalin hubungan yang baik antar manusia. Organisasi didirikan sebagai suatu wadah untuk mencapai suatu atau beberapa tujuan. Organisasi mengelola berbagai rangkaian kegiatan yang diarahkan menuju tercapainya tujuan organisasi. Pelaksanaan rangkaian kegiatan

dalam organisasi dilakukan oleh anggota dalam organisasi yang bersangkutan (Ningsih, Bahfiarti, & Rakhmat, 2013).

Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, dalam komunikasi internal juga terdapat komunikasi formal dan informal. Komunikasi downward atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi upward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, dan komunikasi downward atau komunikasi dari bawahan kepada atasan (Redding & Sanborn, 2007). Dalam penelitian ini menitikberatkan pada komunikasi horizontal secara antarpribadi antar anggota organisasi.

Unit kegiatan mahasiswa atau bisa disebut UKM adalah wadah aktivitas kemahasiswaan untuk mengembangkan minat, bakat dan keahlian tertentu bagi para anggota-anggotanya. Lembaga ini merupakan *partner* organisasi kemahasiswaan intra kampus lainnya seperti senat mahasiswa, dan badan eksekutif mahasiswa, baik yang berada ditingkat program studi, jurusan maupun universitas, lembaga ini bersifat otonom, dan bukan merupakan subordinat dari badan eksekutif maupun senat mahasiswa.

Penelitian kali ini, penulis ingin mengetahui lebih jauh mengenai bagaimana pengaruh komunikasi antarpribadi yang efektif terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin. Lembaga dakwah merupakan salah satu organisasi kampus yang fokus pada penyebaran agama Islam ke dalam lingkup kampus. Salah satu tujuan dari lembaga dakwah yaitu sebagai wadah para

organisasi dakwah yang memiliki jiwa dan komitmen terhadap dakwah yang militan serta merupakan suplemen kuliah Pendidikan Agama Islam di kampus, untuk mengartikulasikan ajaran Islam yang telah diajarkan secara teoritis di ruang-ruang kuliah.

Lembaga Dakwah Fakultas atau sering disingkat LDF di lingkup Universitas Hasanuddin yang Penulis maksudkan adalah organisasi berbasis dakwah khususnya yang tersebar di 13 fakultas Universitas Hasanuddin. 13 organisasi tersebut merupakan UKM tingkat fakultas yang melakukan kegiatan dakwah di fakultas masing-masing, secara umum organisasi dakwah di tiap fakultas ini disebut Lembaga Dakwah Fakultas atau sering disingkat LDF.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pemimpin.id tahun 2021 kepada beberapa organisasi dan kepanitiaan tentang bagaimana antusiasme mereka dalam menjalankan organisasi selama pandemi. Dari hasil yang didapatkan, 3 dari 5 responden merasakan menurunnya antusiasme mereka pada saat pelaksanaan organisasi dan kepanitiaan di masa pandemi. Menurunnya antusiasme ini disebabkan oleh beberapa hal diantaranya hilangnya motivasi, jenuh dengan keadaan daring, kurangnya komitmen dari anggota lain, rekan yang tidak sesuai dengan ekspektasi, *bonding* dengan anggota yang kurang baik, banyak anggota yang *ghosting*, tugas yang menumpuk, dan lain-lain. Termasuk yang dialami pula oleh organisasi dakwah kampus yang berada di lingkup kampus Universitas Hasanuddin. Kurangnya intensitas bertemu dengan sesama anggota organisasi, membuat semangat dan motivasi anggota menurun, dan beberapa kasus anggota yang mulai mengundurkan diri.

Secara umum permasalahan yang dihadapi pengurus Lembaga dakwah fakultas di lingkup Universitas Hasanuddin yaitu kurangnya semangat dan motivasi kerja para anggota serta mulai banyak yang mengundurkan diri. Hal itu disebabkan oleh bencana pandemi yang melanda seluruh dunia. Pandemi membuat hampir aktivitas dibatasi, kegiatan organisasi khususnya organisasi yang bergerak di bidang dakwah terpaksa dilanjutkan melalui virtual, sehingga hal itu membuat anggota organisasi tidak lagi bisa untuk intens bertemu secara langsung.

Kurangnya motivasi tersebut dapat diketahui dari data keaktifan anggota, Penulis menanyakan ke 10 lembaga dakwah fakultas terkait kepengurusan dan keaktifan anggotanya. Hasilnya menunjukkan 10 LDF tersebut memiliki lebih dari 10% anggota yang tergolong kurang bahkan tidak aktif. Angka 10% merupakan persentase yang cukup banyak dalam sebuah organisasi dakwah yang rata-rata anggotanya 40 orang. Seperti LDF Fakultas Ekonomi yang memiliki 43 keseluruhan anggota 13 diantaranya tergolong kurang dan tidak aktif, LDF FIB yang memiliki 58 keseluruhan anggota dan 23 diantaranya tergolong tidak aktif, LDF Fakultas Pertanian sebanyak 33 anggota tidak aktif dari 76 jumlah keseluruhan anggota, LDF FMIPA sebanyak 23 tidak aktif dari 63 keseluruhan anggota, LDF Fakultas Peternakan memiliki 5 anggota tidak aktif dari 26 keseluruhan anggota, LDF FIKP memiliki 8 anggota tidak aktif dari 41 jumlah keseluruhan anggota, LDF FKM memiliki 7 dari 16 anggota *ikhwah* yang tidak aktif, LDF FK 19 tidak aktif dari 48 keseluruhan anggota, LDF FISIP terdapat 4 tidak aktif dari 40 keseluruhan anggota, dan LDF Teknik memiliki 34 tidak aktif dari 50 keseluruhan anggota.

Peranan organisasi kemahasiswaan yang berbasis keagamaan atau dakwah islam sangat penting dalam lingkup sebuah kampus. Disebutkan dalam UU no. 19 tahun 1989 dan no. 20 tahun 2003 tentang system pendidikan nasional, disebutkan bahwa setiap perguruan tinggi wajib menyelenggarakan pendidikan agama. Pendidikan agama tentu tidak hanya cukup dengan mata kuliah pada satu semester berjalan, sehingga dibutuhkan peran organisasi kemahasiswaan untuk memberikan pendidikan agama islam, moral, akhlak, serta dakwah kepada civitas akademik yang ada di lingkup kampus. Berangkat dari urgensi lembaga dakwah di lingkup kampus tersebut, maka dibutuhkan peran yang maksimal serta manfaat yang besar oleh organisasi-organisasi tersebut..

Dalam pencapaian tujuan suatu organisasi serta peran yang maksimal diperlukan motivasi kerja bagi setiap anggotanya, karena hal tersebut akan berpengaruh pada kualitas hasil serta pencapaian tujuan dari organisasi tersebut. Motivasi sebagai suatu kerelaan berusana seoptimal mungkin dalam pencapaian tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha memuaskan beberapa kebutuhan individu. Dalam pencapaian sebuah tujuan organisasi tentunya didukung oleh sikap rela dalam menjalankan setiap pekerjaan yang diberikan oleh organisasi (Robbins, 2017). Gibson berpendapat bahwa motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku. Motivasi kerja sebagai pendorong timbulnya semangat atau dorongan kerja. Kuat dan lemahnya motivasi kerja seseorang berpengaruh terhadap besar kecilnya prestasi yang diraih.

Penelitian yang serupa dilakukan oleh Ramadhan 2021 yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Melalui Media Digital Terhadap Motivasi kerja anggota Lembaga Dakwah Kampus Level Mandiri Se-Bandung Raya Selama Masa Pandemi Covid-19”. Pada penelitian tersebut juga menjadikan organisasi dakwah kampus sebagai objek penelitian, namun berbeda dari variabel bebas, variabel terikat, serta tempat penelitian dengan penelitian yang penulis akan lakukan.

Selain itu, ada pula penelitian dari Indra 2010 dengan judul “Hubungan Kepemimpinan Transformasional dengan Motivasi kerja anggota Lembaga Dakwah Kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”, penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pada objek penelitian, sedangkan pada variabel bebas, variabel terikat, serta tempat penelitian memiliki perbedaan.

Berdasarkan uraian di atas, untuk itu penulis mengambil penulisan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Terhadap Motivasi Kerja Anggota Lembaga Dakwah Fakultas Universitas Hasanuddin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka penulis menyusun rumusan masalah untuk mempermudah pembahasan yakni:

1. Bagaimana efektivitas komunikasi antarpribadi yang terjadi dalam lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin?
2. Bagaimana motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin?

3. Bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis komunikasi antarpribadi lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin
2. Untuk menganalisis motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin
3. Untuk menganalisis pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada kajian komunikasi antarpribadi, khususnya dalam bahasan efektivitas komunikasi antarpribadi.
- b. Hasil penelitian ini berguna sebagai bahan masukan bagi akademisi yang ingin mengetahui lebih lanjut terkait komunikasi antarpribadi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini berguna sebagai gagasan dalam efektivitas komunikasi antarpribadi dalam lembaga dakwah fakultas
- b. Hasil penelitian ini berguna untuk memberikan informasi terkait aktivitas lembaga dakwah fakultas
- c. Seluruh kegiatan penyusunan dan hasil dari penyusunan ini diharapkan dapat menambah pengalaman, wawasan dan ilmu dari masalah yang dibahas dalam tulisan ini yaitu tentang pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas

E. Kerangka Konseptual

Komunikasi yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari terjadi dalam beberapa bentuk, seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa. Semua itu terkait dan dipengaruhi beberapa hal seperti lingkungan dan hal lainnya. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang terjadi secara intens sehingga berdampak pada kualitas hubungan yang terikat.

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi fokus menekankan pada proses interaksi seseorang lebih dari interaksi verbal, menekankan tingkah laku dan keterampilan untuk komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi termasuk dimensi afektif dan kognitif diambil dari ilmu yang berhubungan dengan tingkah laku dan ilmu lainnya termasuk humanistik. Komunikasi antarpribadi memperhatikan tentang

pesan dan tanggapan verbal dan nonverbal manusia, dan menunjukkan perhatian pada penyelidikan objektif dari pengalaman komunikasi antar individu (Ramaraju, 2012).

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang—orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal (Mulyana, 2013). Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang menitikberatkan adanya pengaruh pada komunikasi yang terjadi pada kelompok kecil, terjadi umpan balik, secara langsung maupun tidak langsung.

Efektivitas Komunikasi Antarpribadi

Efektivitas komunikasi antarpribadi merupakan faktor yang mendukung kualitas hubungan antarpribadi seseorang. Komunikasi antarpribadi yang efektif perlu diusahakan dalam sebuah organisasi pada setiap individu dalam rangka mendorong motivasi kerja anggota organisasi. Komunikasi antarpribadi memiliki peranan dalam motivasi anggota suatu organisasi. Komunikasi antarpribadi yang efektif dapat mengubah perilaku anggota yang akhirnya dapat memenuhi tuntutan organisasi. Korelasi antara komunikasi antarpribadi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada individu-individu yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi. Komunikasi antarpribadi yang baik akan menciptakan suasana kerja organisasi yang nyaman dan harmonis, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan motivasi kinerja serta pemenuhan target organisasi. Komunikasi yang tidak baik dapat berakibat pada banyak hal, misalnya koordinasi tidak berjalan dengan lancar, kerjasama antaranggota tidak efektif, timbulnya

permusuhan, dan dampak-dampak negatif lainnya. Komunikasi yang tidak efektif akan menyebabkan kesalahan dan penurunan efektivitas tim. (Lubis, 2006)

Dalam penelitian ini, efektivitas komunikasi antarpribadi dianalisis dengan beberapa indikator oleh De Vito yaitu; keterbukaan, empati, sikap positif, dukungan, dan kesetaraan. Dimensi yang dikemukakan De Vito dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1) Keterbukaan (*Openness*)

Pada hakikatnya setiap manusia suka berkomunikasi dengan manusia lain, karena itu tiap-tiap orang selalu berusaha agar mereka lebih dekat satu sama lainnya. Faktor kedekatan atau proximity bisa menyatukan dua orang yang erat. Kedekatan antar pribadi mengakibatkan seseorang bisa dan mampu menyatakan pendapat-pendapatnya dengan bebas dan terbuka. Keterbukaan adalah sikap membuka diri, bersedia menerima masukan dari orang lain serta berkenan mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan dari orang lain. sikap terbuka ditandai dengan adanya kejujuran merespon stimuli komunikasi. Dari sini orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran, dan gagasannya sehingga komunikasi mudah dilakukan, dan aspek keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimuli yang datang kepadanya.

2) Empati (*Empathy*)

Kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain maupun mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain. Dengan kerangka empati ini maka seseorang akan memahami posisinya dengan begitu tidak

akan memberikan penilaian pada perilaku atau sikap orang lain sebagai perilaku atau sikap yang salah atau benar.

3) Dukungan (*Supportiveness*)

Komunikasi antarpribadi akan efektif bila dalam diri seseorang ada perilaku suportif. Artinya seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap bertahan / defensif. Gibb (dalam Devinto, 2011) menyebutkan tiga perilaku yang menimbulkan perilaku suportif, yakni deskriptif, spontanitas dan provisionalisme. Dalam perilaku deskriptif artinya seseorang yang memiliki sifat ini lebih banyak meminta informasi atau deskripsi tentang suatu hal. Spontanitas adalah individu yang terbuka dan terus terang tentang apa yang dipikirkannya. Biasanya orang seperti itu akan ditanggapi dengan cara yang sama terbuka dan terus terang. Provisionalisme adalah individu yang memiliki sikap pemikiran terbuka, ada kemauan untuk mendengar pandangan yang berbeda dan bersedia menerima pendapat orang lain bila pendapatnya keliru.

4) Perilaku positif (*Positiveness*)

Mengkomunikasikan sikap saling positif dalam komunikasi antarpribadi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Dalam bentuk sikap maksudnya adalah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku artinya bahwa tindakan yang dipilih yaitu relevan dengan tujuan komunikasi antarpribadi, yaitu secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalinnya kerjasama.

5) Kesamaan (*Equality*)

Kesetaraan atau kesamaan adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Perbedaan dan konflik wajar terjadi dalam sebuah proses komunikasi. Dalam hal ini perbedaan dan konflik tersebut lebih diupayakan untuk saling dipahami, bukan untuk saling menjatuhkan.

Motivasi Kerja dalam Organisasi

Motivasi menurut Mc Donald (Abdul Hadis, 2008) adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya feeling dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian yang dikemukakan Mc. Donald ini mengandung tiga elemen penting, yaitu : Bahwa motivasi mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia Motivasi ditandai dengan munculnya rasa atau feeling, afeksi seseorang. Motivasi akan dirangsang karena ada tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respons dari suatu aksi, yakni tujuan. Sama halnya dengan yang dikatakan (Hamzah B. Uno, 2009) bahwa “motivasi merupakan kekuatan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan”.

Motivasi berkembang dengan taraf kesadaran seseorang akan tujuan yang hendak dicapainya. Motivasi dapat ditimbulkan, dikembangkan dan diperkuat oleh faktor-faktor lain. Makin kuat motivasi seseorang, makin kuat pula usahanya untuk mencapai tujuan. Motivasi memiliki peranan dalam menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, agar selalu bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Tanpa adanya motivasi dalam diri seseorang maka dapat dipastikan bahwa orang

itu tidak akan bergerak sedikitpun dari tempatnya. Motivasi kerja merupakan yang paling penting untuk di perhatikan oleh suatu organisasi jika ingin menginginkan setiap anggota dapat memberikan andil positif terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Indikator-indikator untuk mengukur motivasi kerja menurut (Syahyuti, 2010):

1) Dorongan Mencapai Tujuan

Seseorang yang mempunyai dorongan yang kuat untuk mencapai kinerja yang maksimal, yang nantinya akan berpengaruh terhadap tujuan dari suatu perusahaan.

2) Semangat kerja

Mendorong seseorang untuk bekerja lebih giat dan lebih baik serta konsekuen dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan atau instansi

3) Inisiatif

Kemampuan seseorang untuk memulai atau meneruskan suatu pekerjaan dengan penuh energy tanpa ada dorongan dari orang lain atau atas kehendak sendiri,

4) Kreatifitas

Kemampuan seseorang untuk menemukan hubungan-hubungan baru dan membuat kombinasi-kombinasi yang baru sehingga dapat menemukan suatu yang baru. Dalam hal ini sesuatu yang baru bukan berarti sebelumnya tidak ada, akan tetapi sesuatu yang baru ini dapat berupa sesuatu yang belum dikenal sebelumnya

5) Rasa Tanggung Jawab

Mempunyai rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan yang mereka lakukan sehingga pekerjaan tersebut mampu diselesaikan sesuai dengan rencana.

Lembaga Dakwah Fakultas

Organisasi kampus atau biasa disebut dengan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) tentu memiliki peran dalam memberi wadah para mahasiswa untuk bisa berkegiatan dan belajar di luar jam kuliah. Salah satu organisasi mahasiswa yang hampir setiap kampus memilikinya adalah organisasi mahasiswa yang bergerak di bidang dakwah.

Lembaga dakwah merupakan organisasi yang menjadi tempat bagi para mahasiswa yang memiliki kepedulian dalam penyebaran syiar islam di lingkup kampus. Lembaga dakwah berfungsi sebagai sebuah organisasi yang bergerak dibidang keagamaan islam, dengan tujuan utamanya adalah untuk membentuk masyarakat madani dan menciptakan kader alumni yang berafiliasi terhadap Islam.

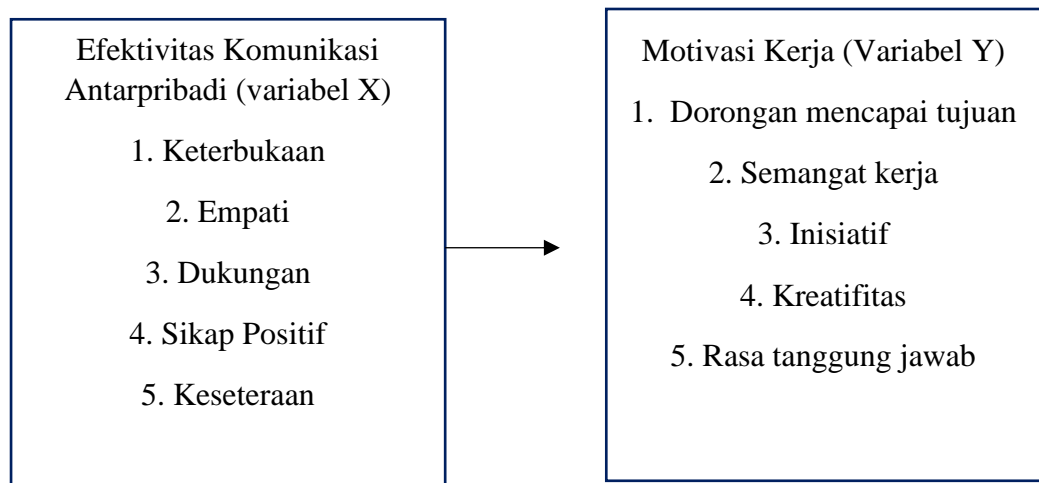
Salah satu kampus yang memiliki organisasi dakwah kampus yang aktif adalah kampus Universitas Hasanuddin. Organisasi dakwah kampus yang penulis maksudkan adalah UKM organisasi berbasis dakwah yang tersebar di 13 fakultas di Universitas Hasanuddin. Organisasi dakwah yang tersebar di 13 fakultas tersebut masing-masing merupakan sebuah UKM tingkat fakultas berbasis dakwah islam, yang sering disebut dengan Lembaga Dakwah Fakultas atau disingkat LDF. Keberadaan Lembaga dakwah fakultas (LDF) tersebut tentu sangat penting dalam melakukan syiar agama Islam dalam lingkup kampus dan fakultas, menyeru segenap manusia atau dalam hal ini segenap civitas akademisi kampus bahkan

masyarakat sekitar kampus kepada jalan Allah. Sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah *shallallahu alaihi wa sallam*, bahwasanya Rasulullah *shallallahu alaihi wa sallam* datang sebagai rahmat untuk semesta alam dan bertujuan untuk menyempurnakan akhlak segenap manusia. Dan Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah lah yang dijadikan sebagai pedoman bergerak oleh setiap lembaga dakwah kampus.

Dengan keberadaan yang krusial, lembaga dakwah diharapkan mampu menjalankan program kerja yang mendukung tercapainya tujuan organisasi, sehingga tercipta kampus yang tidak hanya fokus pada pencapaian duniawi juga terdepan dalam pencapaian ukhrawi. Salah satu hal penting dalam tubuh organisasi adalah motivasi anggota yang harus selalu terjaga dalam keadaan baik, sehingga mampu bekerja dengan ikhlas dan mengedepankan kebaikan bersama.

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada bagan kerangka konseptual sebagai berikut:

Bagan 1.1 Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin.

H1 : Terdapat pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin.

G. Definisi Operasional

1. lembaga dakwah fakultas adalah 13 organisasi UKM berbasis dakwah yang tersebar di 13 fakultas di Universitas Hasanuddin
2. Keterbukaan adalah sikap membuka diri anggota lembaga dakwah fakultas dan bersedia menerima masukan dari anggota lain, sikap keterbukaan ditandai dengan adanya kejujuran merespon stimuli komunikasi
3. Empati adalah kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan anggota lembaga dakwah fakultas yang lain maupun mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan anggota lain.
4. Dukungan adalah sikap yang memberi dorongan semangat maupun saran positif baik secara verbal maupun nonverbal seperti sentuhan dan ekspresi wajah kepada anggota lembaga dakwah yang lain
5. Sikap Positif adalah memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku artinya bahwa tindakan yang dipilih yaitu relevan dengan tujuan komunikasi antarpribadi, yaitu

secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalinnya kerjasama antar sesama anggota lembaga dakwah fakultas

6. Kesetaraan adalah pengakuan bahwa sesama anggota lembaga dakwah fakultas sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan
7. Dorongan mencapai tujuan adalah mempunyai dorongan yang kuat untuk mencapai kinerja yang maksimal, yang nantinya akan berpengaruh terhadap tujuan dari lembaga dakwah fakultas
8. Semangat kerja adalah sikap bersemangat menyelesaikan pekerjaan dan memberi semangat kepada anggota yang lain untuk lebih giat lagi bekerja
9. Inisiatif adalah kemampuan memulai pekerjaan organisasi dengan giat tanpa diberi arahan terlebih dahulu
10. Kreatifitas adalah kemampuan menemukan ide-ide baru dalam proses diskusi bersama anggota lembaga dakwah fakultas yang lain
11. Rasa Tanggung Jawab adalah merasa memiliki dan sadar terhadap pekerjaan yang diberikan, tekun, serta menyelesaikan tepat pada waktunya.
12. Model skala likert yang digunakan adalah lima kriteria yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Pedoman perhitungan skor setiap alternatif jawaban pada instrument kuesioner adalah sebagai berikut:

Nilai 5 : sangat setuju (SS)

Nilai 4 : setuju (S)

Nilai 3 : kurang setuju (KS)

Nilai 2 : tidak setuju (TS)

Nilai 1 : sangat tidak setuju (STS)

H. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kampus Universitas Hasanuddin pada 13 lembaga dakwah fakultas secara daring. Penelitian berlangsung selama kurang lebih 2 bulan, dari Januari hingga Februari 2022.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain untuk menguji suatu hipotesis. Penelitian ini memiliki dua variabel, efektivitas komunikasi antarpribadi sebagai variabel bebas dan motivasi kerja sebagai variabel tergantung.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan, digunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner atau angket tertutup berisi pernyataan-pernyataan kepada para anggota lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin secara daring sesuai jumlah yang telah ditentukan, serta menggunakan Skala Likert sebagai skala pengukuran.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pengurus lembaga dakwah fakultas Universitas Hasanuddin yang berada pada seluruh fakultas yang ada di Kampus Universitas, yaitu terdiri dari 13 lembaga dakwah.

Tabel 1. 1 Jumlah pengurus lembaga dakwah di 13 fakultas periode 2021-2022

No.	Organisasi/Komunitas	Jumlah
1.	GKM LD Al-Muhandis FT Unhas	40
2.	Al-Istiqamah FMIPA	63
3.	LDF Salsabil FF Unhas	30
4.	LDF Surau Firdaus FP Unhas	76
5.	LDF LiKIB FIKP Unhas	41
6.	UKM LDF GAMIS Kehutanan Unhas	43
7.	LD An-Nahl Fapet Unhas	26
8.	LDF Asy-Syifaa FK Unhas	48
9.	LDF Al-Afiyah FKM Unhas	49
10.	UKM LDM Ibnu Khaldun FISIP Unhas	40
11.	UKM LDM Darul Ilmi FEB	43
12.	LD Asy-Syariah FH Unhas	37
13.	UKM LDM Al-Adab FIB Unhas	58
	Total	604

Sumber : Data sekunder dari 13 Lembaga Dakwah Fakultas Unhas

b. Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *table Isaac dan Michael* untuk menentukan sampel dengan tingkat kesalahan 5%, jumlah sampel yang diperoleh dari populasi 604 orang adalah sebanyak 221 orang dengan pembagian jumlah untuk tiap fakultas dengan menggunakan *stratified random sampling* sebagai metode pengambilan sampel sesuai jumlah yang telah ditentukan. Dalam perhitungan jumlah sampel setiap fakultas dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Sampel} = \frac{\text{populasi}}{\text{total populasi}} \times \text{sampel keseluruhan}$$

Selain itu, masing-masing sampel harus proporsional sesuai dengan populasi. Adapun cara menghitungnya adalah sebagai berikut :

- 1) GKM LD Al-Muhandis FT Unhas : $\frac{39}{604} \times 221 = 14$ orang
- 2) Al-Istiqamah FMIPA : $\frac{63}{604} \times 221 = 23$ orang
- 3) LDF Salsabil FF Unhas : $\frac{30}{604} \times 221 = 10$ orang
- 4) LDF Surau Firdaus FP Unhas : $\frac{76}{604} \times 221 = 27$ orang
- 5) LDF LiKIB FIKP Unhas : $\frac{41}{604} \times 221 = 15$ orang
- 6) UKM LDF GAMIS Kehutanan Unhas : $\frac{43}{604} \times 221 = 15$ orang
- 7) LD An-Nahl Fapet Unhas : $\frac{26}{604} \times 221 = 9$ orang
- 8) LDF Asy-Syifaa FK Unhas : $\frac{48}{604} \times 221 = 17$ orang

9) UKM LDM Ibnu Khaldun FISIP	: $\frac{39}{604} \times 221 = 14$ orang
10) LDM Darul Ilmi FEB Unhas	: $\frac{43}{604} \times 221 = 15$ orang
11) LD Asy-Syariah FH Unhas	: $\frac{37}{604} \times 221 = 13$ orang
12) LDM Al-Adab FIB Unhas	: $\frac{54}{604} \times 221 = 19$ orang
13) LDF Al-Afiyah FKM Unhas	: $\frac{49}{604} \times 221 = 17$ orang

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana disebabkan karena hanya terdapat satu variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu untuk menguji pengaruh efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap motivasi kerja anggota organisasi dakwah. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif ataupun negatif dan untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan probabilitas 0,05 yang menjadi dasar pengambilan keputusan nilai signifikansi (Sig).

- a. Jika nilai signifikansi (Sig). Lebih kecil < dari probabilitas 0.05 mengandung arti bahwa ada pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y

- b. Jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar > dari probabilitas 0,05 mengandung arti bahwa tidak adanya hubungan atau pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y

Rumus regresi linear sederhana dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

A = konstanta, yakni nilai Y apabila X=0

B = koefisien regresi, atau nilai peningkatan maupun penurunan variabel terikat (Y) yang berdasar pada perubahan yang terjadi pada variabel bebas (X).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah suatu tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, & ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Brelson dan Steiner juga merumuskan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, idea, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol, angka, grafik dan lain-lain (Morrison, 2013). Berikut ini beberapa definisi komunikasi menurut para ahli, yaitu :

- Shanon dan Weaver : Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.
- David K Berlo : Komunikasi sebagai instrumen interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan masyarakat.
- Harold D Lasswell : Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa?

- Steven : Komunikasi dapat terjadi kapan saja suatu organisme memberikan reaksi terhadap suatu objek atau stimuli baik itu dari seseorang atau lingkungan sekitarnya.

B. Komunikasi Antarpribadi

1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah Komunikasi Diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sahabat dekat, dan guru murid dsb. Ciri-ciri komunikasi Diadik adalah : pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak-jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik verbal maupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi.

R. Wayne Pace (1979) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau communication antarpribadi merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung. Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal communication*) juga bisa dikatakan sebagai komunikasi antara orang – orang secara tatap muka, yang memungkinkan

setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal (Cangara, 1998).

De Vito (1997) mengemukakan sudut pandang komunikasi antarpribadi sebagai berikut:

a. Berdasarkan Komponen

Komunikasi antarpribadi didefinisikan dengan mengamati komponen-komponen utamanya, yaitu mulai dari penyampaian pesan oleh satu orang dan penerima pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampak sehingga peluang untuk memberikan umpan balik.

b. Berdasarkan Hubungan Diadik

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang langsung di antara dua orang yang mempunyai hubungan, mantap dan jelas, menjelaskan bahwa selalu ada hubungan yang terjadi antara dua orang tertentu.

c. Berdasarkan Pengembangan

Komunikasi antarpribadi dilihat sebagai akhir dari perkembangan komunikasi yang bersifat tak pribadi (impersonal) menjadi komunikasi pribadi yang intim.

2. Efektivitas Komunikasi Antarpribadi

De Vito (1997) mengemukakan komunikasi antarpribadi yang efektif yaitu:

1) Keterbukaan (*openness*)

Keterbukaan ditandai dengan individu harus terbuka pada pasangan yang di ajak berinteraksi, kesediaan untuk membuka diri dan memberikan informasi, lalu kesediaan untuk mengakui perasaan dan pikiran yang dimiliki, dan juga mempertanggung jawabkannya. Agar komunikasi antarpribadi yang dilakukan menghasilkan hubungan antarpribadi yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, maka kita perlu bersikap terbuka.

2) Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi atau perana orang lain. Dalam arti bahwa seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain.

3) Sikap mendukung (*supportiveness*)

Komunikasi antarpribadi akan efektif apabila dalam diri seseorang ada perilaku *supportiveness*. Maksudnya satu dengan yang lainnya saling memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Sikap mendukung adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan,

kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi antarpribadi akan gagal, karena orang defensive akan lebih banyak melindungi diri sendiri dari ancaman yang ditanggapi dalam komunikasi dibandingkan memahami orang lain.

4) Sikap positif (*positiveness*)

Memiliki perilaku positif yakni berfikir secara positif terhadap diri sendiri dan orang lain.

5) Kesetaraan (*equality*)

Keefektifan komunikasi antarpribadi juga ditentukan oleh kesamaan-kesamaan yang dimiliki pelakunya. Seperti nilai, sikap, watak, perilaku, kebiasaan, pengalaman, dan sebagainya.

C. Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi antarpribadi dalam organisasi penerapannya antara individu dalam usaha menyampaikan informasi yang dimaksudkan untuk mencapai kesamaan pengertian, sehingga dengan demikian dapat tercapai keinginan bersama.

Pada dasarnya komunikasi dalam organisasi terbagi tiga bentuk ((Mas & Haris, 2020):

1. Komunikasi vertikal

Komunikasi vertikal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah dan sebaliknya, atau komunikasi yang disampaikan pimpinan ke bawahan serta dari bawahan ke pimpinan.

2. Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi mendatar yang dilakukan oleh sesama anggota. Bentuk komunikasi ini sering kali berlangsung tidak formal.

3. Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal disebut juga komunikasi silang, yang berlangsung kepada orang lain dalam posisi berbeda. Artinya pihak yang satu tidak berada di jalur struktur yang lain.

D. Motivasi Kerja Organisasi

Motivasi menurut Syahyuti (2010) adalah pemberian daya dorong bagi karyawan untuk melakukan pekerjaannya dengan baik. Motivasi merujuk kepada sesuatu yang mendorong Tindakan. Dalam teori lain mengatakan bahwa motivasi adalah sebuah harapan dalam lingkungan yang menimbulkan bentuk tertentu, tujuan serta tindakan yang mengikutinya. Selain itu, motivasi merupakan keinginan yang kuat dari setiap individu yang dapat menumbuhkan semangat jiwa dalam melakukan kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. (Suswati, 2020)

Motivasi kerja menurut Martoyo adalah sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi motivasi kerja, menurut J. Ravianto adalah: atasan, rekan, sarana fisik, kebijaksanaan dan peraturan, imbalan jasa uang dan non uang, jenis pekerjaan dan tantangan. Motivasi individu untuk bekerja dipengaruhi oleh sistem kebutuhannya. (Indy & Handoyo, 2013)

Motivasi adalah memberikan kegairahan bekerja terhadap karyawan. Pemberian motivasi dimaksudkan yakni pemberian daya perangsang terhadap karyawan yang bersangkutan agar karyawan dapat bekerja dengan segala upaya dan kemampuannya (Manullang, 1982). Dalam pengertian lain, motivasi kerja merupakan keinginan dalam diri pribadi seseorang yang menyebabkan orang itu bertindak. Biasanya orang bertindak karena alasan untuk meraih tujuan. Memahami motivasi sangat penting karena dapat memengaruhi kinerja, reaksi terhadap kompensasi dan persoalan SDM yang lain saling dipengaruhi dan mempengaruhi motivasi (Malthis, 2006).

Motivasi diartikan sebagai suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu agar memperoleh hasil atau tujuan yang diharapkan. Dalam lingkup organisasi, Motivasi kerja (*work motivation*) merupakan tekanan psikologis dalam diri seorang yang menentukan arah perilakunya dalam organisasi, tingkat usahanya, maupun tingkat ketahanannya dalam menghadapi hambatan-hambatan. Karyawan akan termotivasi untuk memberikan hasil kerja yang baik apabila dia memperoleh imbalan (*reward*) yang memadai seperti bonus, penghargaan, ekstra cuti dan sebagainya (Wayan & Desak, 2017).

Motivasi bisa ditimbulkan oleh faktor internal atau faktor eksternal tergantung dari mana suatu kegiatan dimulai. Motivasi internal berasal dari diri pribadi seseorang dan dijelaskan oleh hirarki kebutuhan Maslow (1965) dan motif berprestasi McClelland (1976). Motivasi eksternal sebenarnya dibangun diatas motivasi internal dan adanya dalam organisasi tergantung pada anggapan-anggapan dan tehnik-tehnik yang dipakai oleh pimpinan organisasi atau para manajer dalam memotivasi bawahannya (Wayan & Desak, 2017).

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Universitas Hasanuddin

Unit Kegiatan Mahasiswa (disingkat UKM) adalah wadah aktivitas kemahasiswaan luar kelas untuk mengembangkan minat, bakat dan keahlian tertentu. Lembaga ini merupakan partner organisasi kemahasiswaan intra kampus lainnya seperti senat mahasiswa dan badan eksekutif mahasiswa, baik yang berada di tingkat program studi, jurusan, maupun universitas. Lembaga ini bersifat otonom, dan bukan sebagai cabang dari badan eksekutif maupun senat mahasiswa.

Selain dalam lingkup kampus, UKM juga terdapat di lingkup Fakultas. Salah satu UKM yang hampir semua Fakultas memilikinya yaitu UKM Lembaga Dakwah Fakultas. Lembaga Dakwah Fakultas atau biasa disingkat LDF merupakan UKM yang focus pada bidang keislaman dan dakwah. Secara umum, penyebaran dakwah islam yang murni merupakan tujuan dari lembaga dakwah fakultas.

Dari 16 jumlah fakultas di Universitas Hasanuddin, 13 fakultas di antaranya memiliki UKM LDF yang resmi dari fakultas masing-masing. 3 fakultas selebihnya, masing-masing memiliki lembaga dakwah namun belum resmi atau belum menjadi UKM.