

**PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL
TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN
METRO TV BIRO PALEMBANG**



Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Jurusan Jurnalistik

Disusun oleh :

Dwi Angraini

NIM 13530022

**JURUSAN JURNALISTIK
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

2017

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Perihal : Persetujuan Ujian Munaqasyah

Kepada
Yth. Dekan Fakultas
Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah
Palembang
Di
Palembang

Assalamu'alaiykum, Wr. Wb

Dengan hormat, setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Dwi Anggraini, 13530022, yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV Biro Palembang”** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian perihal ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaiykum, Wr. Wb

Palembang, 02 November 2017

Pembimbing I



Dr. Kusnadi, MA.
NIP: 19710819 200003 1 002

Pembimbing II



Sumaina Duku, M.Si
NIP: 19820116 200912 2 002

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Dwi Anggraini
Nim : 13530022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : **Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang**

Telah dimunaqsyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada:
Hari/Tanggal : Rabu, 29 November 2017
Tempat : Ruang Sidang Munaqsyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Strata 1 (S1) pada jurusan Jurnalistik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Palembang, Januari 2018



DEKAN

Dr. Kusnadi, MA.

NIP: 19710819 2000031002

TIM PENGUJI

Ketua Penguji

Manalullaili, M. Ed
NIP. 197204152003122003

Penguji I

Drs. Syahir Badrudin, M. Si
NIP. 195212231983031003

Sekretaris Penguji

Muzayana, M.Pd
NIP. 19760416 2007012012

Penguji II

Anang Walian, MA. Hum
NIDN. 2005048701

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dwi Anggraini**
Tempat & Tanggal Lahir : **Palembang, 15 Desember 1994**
NIM : **13530022**
Fakultas : **Dakwah dan Komunikasi**
Jurusan : **Jurnalistik**
Judul Skripsi : **Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV Biro Palembang**

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui skripsi ini.

Palembang, 02 November 2017
Yang Membuat Pernyataan


Dwi Anggraini
NIM. 13530022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Yakin dan percaya bahwa di balik kesulitan akan datang kemudahan yang akan menghampiri.” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- **Ayahanda Burhani AS dan Ibunda Rusmiati yang sangat saya cintai dan saya banggakan.**
- **Ayunda Yuyun Rasmita Sari, Adinda Muhammad Tri Sandi, Adinda Andini Kholisyyah yang tersayang.**
- **Teman- teman seperjuangan Jurnalistik 2013.**
- **Almamater biru yang saya banggakan.**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin. Segala puji hanya bagi Allah SWT. Yang telah memberikan taufik, hidayah, dan ridhonya kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan. Sholawat beriring salam tidak lupa senantiasa penulis ucapkan kepada jurnalis sejati, junjungan umat yaitu Nabi besar, junjungan kita, Rasulullah Saw yang karena cintanya pada ummat dan pengabdian tulusnya pada Allah Swt untuk membawa risalah suci keislaman, Allah Swt telah menetapkannya sebagai manusia terbaik sepanjang zaman.

Teriring salam dan doa, semoga Allah Swt senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Dan semoga kita semua termasuk dalam barisan yang mengusung dan menyuarakan kebenaran. Aamiin.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan yang penulis terima dari dosen, keluarga, dan teman-teman, baik bantuan moril maupun materil. Bantuan tersebut telah meringankan beban penulis sehingga terselesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang”** penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. H. M Sirozi, MA. Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mendapat pendidikan yang lebih tinggi hingga meraih gelar Sarjana Sosial.
2. Bapak Dr. Kusnadi, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Kusnadi, MA selaku pembimbing pertama yang selama ini telah banyak meluangkan waktu serta membantu memberikan saran dan mengarahkan sampai selesainya skripsi ini
4. Ibu Sumaina Duku, S.Ip., M.Si selaku ketua Jurusan Jurnalistik sekaligus menjadi pembimbing kedua yang selama ini telah banyak meluangkan waktu serta membantu dan juga memberikan saran serta mengarahkan sampai selesainya skripsi ini.
5. Ibu Dra. Nuraida, M. Ag selaku pembimbing akademik yang senantiasa dengan senang hati meluangkan waktu untuk perkuliahan kami.
6. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen beserta staff pegawai fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta pihak perpustakaan fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberi izin dalam peminjaman buku.
7. Ayahanda Burhani AS dan Ibunda Rusmiati yang tersayang, yang tak kenal lelah memberikan semangat, dukungan moril maupun materil, motivasi, dukungan serta doa.

8. Ayunda Yuyun Rasmita Sari, Adinda M. Tri Sandi dan Andini Kholisyah yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, semangat, motivasi serta doa.
9. Seluruh teman-teman terkhususnya teman-teman Jurnalistik angkatan 2013 yang telah memberi motivasi, semangat, dukungan beserta doa.
10. Keluarga Besar Desa Sidang Emas yang telah membantu dan memberi motivasi, semangat, dukungan beserta doa.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan kalian, sepenuhnya penulis serahkan kepada Allah Swt. Semoga Allah membalas kebaikan kalian dengan berlipat ganda. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Aamiin Yaa Rabbal'alamiin.

Palembang, 02 November 2017

Penulis



Dwi Anggraini
NIM. 13530022

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
ABSTRAK	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metodologi Penelitian	20
G. Sistematika Penulisan.....	29

BAB II	LANDASAN TEORI	
	A. Komunikasi	30
	B. Tinjauan Organisasi	34
	C. Komunikasi Organisasi	39
	D. Produktivitas Kerja.....	48
BAB III	DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	
	A. Sejarah Berdirinya Metro TV Secara Umum.....	55
	B. Sejarah Metro TV Biro Palembang.....	57
	C. Visi dan Misi Metro TV	58
	D. Struktur Organisasi Metro TV Biro Palembang.....	59
	E. Tugas Bidang Struktur Organisasi Metro TV Biro Palembang	61
	F. Keadaan Fisik Metro TV Biro Palembang.....	64
	G. Profil Metro TV.....	66
	H. Logo Metro TV	66
	I. Arti Logo Bidang Elips Emas	68
	J. Penghargaan dan Rating Metro TV.....	70
	K. Strategi Metro TV	73
	L. Target Pemirsa Metro TV	74
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data Penelitian.....	76
	B. Analisa Variabel.....	80
	C. Pembahasan Penelitian.....	134
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	135
	B. Saran.....	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Operasional Variabel.....	24
Keadaan Fisik Metro TV Biro Palembang	65
Penghargaan dan Rating Metro TV.....	70
Target Pemirsa Metro TV	75
Hasil Uji Validitas Variabel X	77
Hasil Uji Validitas Variabel Y	78
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	79
Analisis Indikator Variabel X	80
Tabel Responden X1	80
Tabel Responden X2.....	82
Tabel Responden X3.....	83
Tabel Responden X4.....	84
Tabel Responden X5.....	85
Tabel Responden X6.....	87
Tabel Responden X7.....	88
Tabel Responden X8.....	89
Tabel Responden X9.....	90
Tabel Responden X10.....	92
Tabel Responden X11	93
Tabel Responden X12.....	95
Tabel Responden X13.....	96

Tabel Responden X14.....	97
Tabel Responden X15.....	98
Tabel Responden X16.....	100
Analisis Indikator Variabel Y	101
Tabel Responden Y1	101
Tabel Responden Y2.....	102
Tabel Responden Y3.....	104
Tabel Responden Y4.....	105
Tabel Responden Y5.....	106
Tabel Responden Y6.....	107
Tabel Responden Y7.....	108
Tabel Responden Y8.....	110
Tabel Responden Y9.....	111
Tabel Responden Y10.....	112
Tabel Responden Y11	113
Tabel Responden Y12.....	115
Tabel Responden Y13.....	116
Tabel Responden Y14.....	117
Persentase Dimensi Variabel X.....	119
Persentase Dimensi Variabel Y.....	123
Persentase Variabel X dan Y.....	126
Tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	128
Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	129

Tabel Pengaruh Komunikasi Vertikal-Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang.....	130
Interval Koefisien Korelasi	131

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Variabel penelitian	22
Unsur-unsur Komunikasi	32
Model Elemen Organisasi	36
Struktur organisasi Metro TV Biro Palembang	59

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV Biro Palembang.” Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV Biro Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif yang mengambil data melalui penyebaran kuesioner serta memiliki variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yaitu Pengaruh Komunikasi Vertikal (X). Sedangkan Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV Biro Palembang (Y). Populasi penelitian berjumlah 31 orang, dan sampel berjumlah 31 orang diperoleh dari rumus total sampling yaitu dengan mengambil jumlah populasi secara keseluruhan dikarenakan jumlah populasi yang kurang dari 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi angket dengan skala likert, wawancara, serta dokumentasi. Seluruh data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianalisis menggunakan program SPSS versi 21. Untuk mengetahui kuesioner bisa atau tidak digunakan dalam penelitian maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang digunakan rumus regresi linear sederhana. Sehingga diperoleh persamaan $Y = 13.388 + 0,846 X$ dan memiliki nilai sebesar 0,716% (72%). Selanjutnya untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikan antara variabel X dan Y dilakukan uji t dan hasilnya t hitung lebih besar dari t tabel ($t = 8,551 > 2,045$). Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara Komunikasi Vertikal terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang.

Keywords : Pengaruh, Komunikasi Vertikal, Produktivitas Kerja.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kian ketatnya persaingan dunia bisnis menuntut ketersediaan sumberdaya manusia bermutu tinggi dalam perusahaan. Bersama dengan sistem manajemen dan teknologi yang digunakan, sumber daya manusia merupakan faktor penentu tingkat produktivitas organisasi. Masalahnya adalah berbeda dengan sistem manajemen dan teknologi yang bersifat pasti, manusia sangat dinamis sehingga tingkat produktivitasnya senantiasa berubah dari waktu ke waktu.

Produktivitas merupakan keinginan (*the will*) dan upaya (*effect*) manusia untuk selalu meningkatkan kualitas kehidupan dan penghidupan di segala bidang. Produktivitas tenaga kerja mengandung pengertian yaitu perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu.¹

Produktivitas didefinisikan sebagai perbandingan antara totalitas pengeluaran pada waktu tertentu dibagi totalitas melakukan selama periode tersebut. Persoalan pencapaian suatu definisi “produktivitas” yang mendetail bukanlah masalah produktivitas itu sendiri, namun suatu masalah di luar produktivitas yang merupakan

¹Soedarmayanti, *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja*, (Yogyakarta: Liberty, 1996), hal. 142.

tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran manajemen dalam sistem dan organisasinya dimana tujuan yang berbeda memerlukan pendekatan berbeda pula untuk mendefinisikan produktivitas.

Misalnya, hasil-hasil penelitian di antara para manajer dan ahli-ahli serikat buruh beberapa perusahaan Amerika menunjukkan bahwa manajer-manajernya (78%) dan pimpinan-pimpinan Serikat Buruh (70%) sebagian besar tidak hanya menerapkan definisi produktivitas yang kuantitatif. Di lain pihak banyak mengkaitkan produktivitas dengan organisasi-organisasi individual dan meliputi konsepsi yang lebih luas dan kualitatif. Pada hakikatnya, melalui produktivitas, manajemen dan para penentu kebijakan serikat buruh mengarahkan efektivitas dan pelaksanaan organisasi perseorangan secara menyeluruh.²

Suatu organisasi perusahaan perlu mengetahui pada tingkat produktivitas mana perusahaan itu beroperasi, agar dapat membandingkannya dengan produktivitas standar yang telah ditetapkan manajemen, mengukur tingkat perbaikan produktivitas dari waktu ke waktu, dan membandingkan dengan produktivitas industri sejenis yang menghasilkan produk serupa. Hal ini menjadi penting agar perusahaan itu dapat meningkatkan daya saing dari produk yang dihasilkannya di pasar global yang amat kompetitif.

²*Ibid*

Schein seperti yang dikutip Arni Muhammad dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Organisasi* mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab.³ Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik.

Misalnya jika dilihat pada organisasi perusahaan media pemberitaan, Redaktur pemberitaan harus mengkoordinasi kegiatan reporter sehingga hasil pemberitaan dapat berjalan dengan lancar.

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan karena itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui suatu skema yang didesain dan sebagian lagi melalui keadaan yang tidak diatur. Elemen pertumbuhan yang didesain adalah suatu respons rasional terhadap tekanan dari dalam untuk memperluas atau untuk membentuk hubungan kembali karena diperlukan secara fungsional.

Contoh perkembangan yang teratur yang dicapai oleh pimpinan organisasi ketika mereka menilai kembali tujuan dari organisasi, menyusun kembali alat/fasilitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu atau mendesain kembali struktur

³Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1989), hal. 23.

dan aktivitas yang berhubungan, sehingga memenuhi pembagian fungsi yang baru dalam keadaan yang efisien. Sebaliknya perubahan yang tidak terstruktur terjadi sebagai hasil ketidakteraturan, terjadi sebagai respons secara tidak rasional terhadap bermacam-macam kebudayaan, dan kekuatan yang bersifat psikologis pada orang-orang dalam organisasi.

Efektivitas proses produksi banyak tergantung kepada ketepatan informasi. Orang-orang dalam organisasi harus mendapatkan dan mengirimkan informasi kepada bagian-bagian yang memerlukannya sehingga aktivitas organisasi berjalan lancar. Penyampaian dan pemeliharaan informasi memerlukan proses komunikasi. Oleh sebab itu informasi juga tergantung kepada keterampilan berkomunikasi.

Komunikasi adalah suatu tingkahlaku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang, yang mengandung arti atau makna. Atau perbuatan penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lainnya. Atau lebih jelasnya, suatu pemindahan atau penyampaian informasi, mengenai pikiran, dan perasaan-perasaan.⁴

Komunikasi mempunyai suatu tujuan. Jika seseorang mengadakan komunikasi, karena orang tersebut menghendaki orang lain untuk berbuat, berpikir atau merasa dalam suatu cara yang tertentu; seseorang mengetahui bahwa dirinya

⁴ R. Turman Sirait, *Komunikasi Yang Efektif*, (Jakarta: Tulus Jaya, 1982), hal. 11.

sudah mengkomunikasikannya, jika respons atau reaksi yang dirinya inginkan sudah tercapai atau terjadi.

Seperti yang dikatakan oleh Walhstrom dalam Liliweri bahwa, Komunikasi adalah pernyataan diri yang efektif; pertukaran pesan-pesan yang tertulis, atau pesan-pesan dalam percakapan, bahkan pesan-pesan yang dikirim melalui imajinasi; pertukaran informasi atau hiburan dengan kata-kata melalui percakapan atau dengan metode lain; pengalihan informasi dari seseorang kepada orang lain; pertukaran makna antarpribadi dengan sistem simbol; dan proses pengalihan pesan melalui saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.⁵

Tujuan dari komunikasi organisasi itu sendiri adalah untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat. Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan.

Untuk itu bentuk komunikasi vertikal sangat dibutuhkan dalam organisasi atau perusahaan agar pimpinan dan karyawan dapat berkoordinasi, menyatakan perasaan dan emosi. Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.

Seperti halnya Komunikasi yang terjadi di Media Televisi Metro TV Biro Palembang. Penulis tertarik memilih Metro TV karena Prestasi yang telah diraihinya dengan berhasil menjadi salah satu Media Televisi Nasional, hal ini tentunya tidak

⁵Alo Liliweri, *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 359.

luput dari produktivitas kerja karyawan yang mampu mencetak generasi jurnalis yang cukup baik dengan menyajikan berita/ informasi yang faktual.

Komunikasi ke bawah (*downward communication*) menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya. Sedangkan Komunikasi ke atas (*upward communication*) adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi.⁶

Bila pesan mengalir melalui jalan resmi yang ditentukan oleh hierarki resmi organisasi atau oleh fungsi pekerjaan maka pesan itu menurut jaringan komunikasi formal. Pesan dalam jaringan komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas (vertikal) atau dari tingkat yang sama (horizontal).

Indikator-indikator pengukuran produktivitas dalam sistem industri masih berada dalam tahap pengembangan, sehingga setiap jenis industri biasanya menentukan indikator-indikator yang sesuai dengan proses kerja dan tujuan manajemen dalam perbaikan produktivitas dalam industri itu.⁷

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan yang *Pertama*, Sindu Mahendra bahwa hasil penelitiannya sesuai dengan teori dan komunikasi berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja karyawan. *Kedua*, Yuni Kartika menunjukkan hasil yang

⁶Arni Muhammad, *Op.cit.*, hal. 116.

⁷Vincent Gaspersz, *Manajemen Produktivitas Total*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1998), hal. 26.

berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja karyawan. Dan yang *Ketiga*, Erna Hidajati juga menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif terhadap semangat kerja karyawan.

Sama halnya dengan komunikasi yang terjadi di Metro TV Biro Palembang. Peneliti melihat beberapa fenomena yang terjadi, salah satunya yaitu komunikasi antara atasan dan bawahan yang terjadi hanya melalui media sosial *whatsapp* dan sangat jarang menggunakan komunikasi verbal verbal. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi produktivitas kerja karyawan.

Melihat betapa pentingnya Pengaruh Komunikasi Vertikal (*downward dan upward communication*) menunjukkan hasil positif terhadap produktivitas kerja karyawan agar tujuan perusahaan dapat tercapai seefektif mungkin, maka berdasarkan latar belakang di atas maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Media Televisi Nasional Metro TV Biro Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang Penulis angkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Media Televisi Nasional Metro TV Biro Palembang ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di Media Televisi Nasional Metro TV Biro Palembang.
2. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:
 - a. Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran dalam disiplin Ilmu Komunikasi Massa dan dapat digunakan untuk menambah keilmuan dan memperkaya perkembangan Ilmu Pengetahuan.
 - b. Secara praktis penelitian ini ingin menambah wawasan dalam kegiatan jurnalistik dan bahan masukan bagi perusahaan media khususnya, untuk meningkatkan pengelolaan Media Televisi Metro TV Biro Palembang sebagai salah satu media komunikasi visual di kawasan Sumatera Selatan.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan kumpulan referensi dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan penulisan karya ilmiah.

Produktivitas merupakan suatu perbandingan antara hasil yang diperoleh dari aktifitas tersebut dengan besarnya sumber daya yang dikeluarkan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Kemudian kerja dapat diartikan sebagai suatu aktivitas baik yang merupakan suatu rutinitas maupun yang bukan, yang dilakukan oleh manusia untuk atau guna mencapai tujuan tertentu.⁸

Komunikasi Organisasi merupakan upaya yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memastikan baha seluruh karyaannya mengetahui dan memahami (a). Informasi mengenai rencana perusahaan ke depan, (b). Kebijakan dan perubahan kebijakan dan perusahaan dan (c). Status kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai cara; baik interaksi antar pimpinan dengan baahan, pertemuan rutin maupun sarana-sarana lainnya.⁹ Komunikasi merupakan faktor yang paling penting untuk mempengaruhi peningkatan kerja, dan menjadi variabel dalam penelitian ini. Berikut beberapa penelitian yang dijadikan rujukan atas penulisan karya ilmiah oleh penulis:

⁸ Martinah, S.M, *Studi Tolak Ukur Kualitas Fisik dan Produktivitas. Hubungan Antara Tingkat Terpenuhinya Kebutuhan Fisik Minimal dan Produktivitas kerja di Provinsi Jawa Tengah dan Sumatera Utara : laporan penelitian, Fakultas Psikologi Universitas Gadjra Mada Yogyakarta.* Yogyakarta:Fakultas Psikologi, 1990

⁹Allen, Louis A, *Management & Organization,* (Singapore: McGraw Hill, 1958), hal. 327-329.

1. Penelitian Yuni Kartika wardhani, Mahasiswa Public Relation, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang berjudul “*Hubungan Komunikasi Internal dengan Produktivitas Kerja Karyawan PT. Indosat*”. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh komunikasi yang positif dan berkesinambungan pada produktivitas kerja karyawan.
2. Penelitian Sindu Mahendra dengan format *e-Journal* dari Universitas Mulawarman Samarinda dengan judul “ *Hubungan Komunikasi Vertikal Dengan Motivasi Kerja Karyawan PT. United Tractor, TBK Samarinda*”. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya komunikasi vertikal yang dilakukan oleh karyawan, maka produktivitas kerja karyawan akan menjadi lebih baik.
3. Penelitian Erna Hidajati Koesoemaningroem dengan format *e-journal* dari Dosen Universitas Kediri dengan judul “*Pengaruh Komunikasi Horizontal, Komunikasi Vertikal dan Komunikasi Diagonal terhadap Semangat Kerja Karyawan di Perusahaan Jamu Parang Husada Kediri*”. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara Komunikasi Horizontal, Komunikasi Vertikal dan Komunikasi Diagonal terhadap Semangat Kerja Karyawan.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale adalah ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals*”. Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.¹⁰ Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.

Definisi lain tentang komunikasi menurut Louis Forsdale, ahli komunikasi dan pendidikan, “*communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*”. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah.¹¹

Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan,

¹⁰Arni Muhammad, *Op.Cit.*, hal. 2.

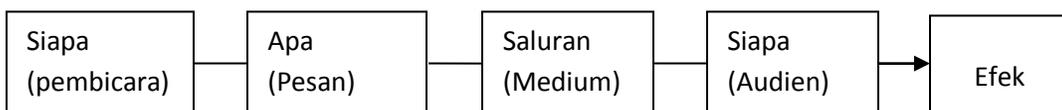
¹¹*Ibid*

bahasa tulisan maupun bahasa isyarat. Bila orang yang mengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan orang yang menerima, maka si penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi kalau tidak mungkin dia tidak dapat memahami maksudnya.

Salah satu model komunikasi yang masih digunakan orang untuk tujuan tertentu adalah model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell (Forsdale), seorang ahli ilmu politik dari Yale University. Dia menggunakan lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu:

1. Who (siapa)

Yang dimaksud dengan pertanyaan *who* tersebut adalah menunjuk kepada siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi. Yang memulai komunikasi ini dapat berupa seseorang dan dapat juga sekelompok orang seperti organisasi atau persatuan.



GAMBAR Model Komunikasi Laswell (Ruben, 1988)¹²

¹² *Ibid*, hal.6.

2. Say What (apa yang dikatakan)

Pertanyaan ini adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Isi yang dikomunikasikan ini kadang-kadang sulit dan kompleks. Misalnya yang sederhana seorang pimpinan meminta karyawannya untuk datang rapat pada hari tertentu. Contoh pesan yang agak sulit misalnya menjelaskan kepada karyawan mengenai pengelolaan informasi dengan menggunakan komputer.

3. Through what (melalui media apa)

Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerak badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku dan gambar. yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah tidak semua media cocok untuk maksud tertentu.

4. To whom (kepada siapa)

Maksudnya menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia ingin disampaikan atau diberikan.

5. What Effect (apa efeknya)

Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat menanyakan dua hal yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan kedua, apa yang

dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi. Akan tetapi perlu diingat, bahwa kadang-kadang tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh faktor hasil komunikasi tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Organisasi

Sebelum masuk ke dalam pengertian dari Komunikasi Organisasi, ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan organisasi.

Ada bermacam-macam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi. Schein mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab.¹³

Selanjutnya Kochler mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu.

Konsep tujuan organisasi adalah yang paling penting dan sangat kontroversial dalam mempelajari organisasi. Ahli analisis mengatakan bahwa tujuan sangat diperlukan dalam memahami organisasi; yang lainnya mempertanyakan apakah tujuan membentuk suatu fungsi lain daripada membenarkan tindakan yang lalu.

¹³*Ibid*, hal. 23.

Organisasi mempunyai beberapa fungsi diantaranya adalah memenuhi kebutuhan pokok organisasi, mengembangkan tugas dan tanggung jawab, memproduksi hasil produksi dan mempengaruhi orang.

Tiap organisasi mempunyai elemen yang umum juga mempunyai karakteristik yang umum. Di antara karakteristik tersebut adalah bersifat dinamis, memerlukan informasi, mempunyai tujuan dan struktur.

1. Dinamis

Organisasi sebagai suatu sistem terbuka terus-menerus mengalami perubahan, karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungannya dan perlu menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan yang selalu berubah tersebut.

2. Memerlukan Informasi

Semua organisasi memerlukan informasi untuk hidup. Tanpa informasi organisasi tidak dapat jalan. Dengan adanya informasi bahan mentah dapat diolah menjadi hasil produksi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia. Begitu juga sebaliknya dengan tidak adanya informasi suatu organisasi dapat macet atau mati sama sekali.

3. Mempunyai Tujuan

Organisasi adalah merupakan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan sendiri-sendiri.

4. Terstruktur

Tiap organisasi mempunyai satu struktur. Beberapa dari organisasi mempunyai batas yang tajam dan struktur yang kompleks sedangkan yang lainnya mempunyai batas yang agak longgar dan strukturnya sederhana.

Tiap organisasi mempunyai sumber daya manusia. Manusia yang mengelola organisasi, yang mengerjakan tugas-tugas organisasi dan manusia yang memberikan pengetahuan yang organisasi gunakan untuk tumbuh dan berkembang.

3. Komunikasi Organisasi

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi.¹⁴ Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

Secara garis besar, pusat perhatian komunikasi organisasi terdiri atas tiga poin yakni:

¹⁴*Ibid*, hal. 65.

- a. *Struktur organisasi*, tema studi komunikasi terhadap struktur berisi tentang bagaimana struktur itu mendukung, memudahkan, dan membuat menjadi jelas status dan peranan setiap orang dalam satu organisasi.
- b. *Konteks Organisasi*, meliputi kajian terhadap situasi dan kondisi sosiologis antropologis, kultural, psikologis, fisik-geografis, material, dan teknologi yang menjadi ruang dimana suatu organisasi itu beroperasi.
- c. *Proses Organisasi*, meliputi kajian seperti perubahan-perubahan organisasi, baik yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal organisasi, misal pengaruh lingkungan organisasi.¹⁵

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori hubungan manusia

1. Teori Hubungan Manusia

Teori hubungan manusia ini diperkenalkan pada tahun 1930-an yang dipelopori oleh Barnard 1938, Mayo 1933, Roethlisberger dan Dikson 1939. Manusia sebagai anggota organisasi merupakan inti organisasi sosial. Manusia terlibat dalam tingkah laku organisasi. misalnya anggota organisasi yang memutuskan apa peranan yang akan dilakukannya dan bagaimana melakukannya. Tanpa manusia organisasi tidak akan ada. oleh karena itu faktor manusia dalam organisasi haruslah mendapat perhatian dan tidak dapat diabaikan seperti halnya dengan teori klasik. Teori hubungan manusia ini menekankan pada pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan sosial dalam kehidupan organisasi.

¹⁵Alo Liliweri, *Op.Cit.*, hal. 368.

4. Produktivitas

Secara umum, produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang dipergunakan untuk mencapai hasil tersebut. Dengan kata lain, produktivitas adalah perbandingan antara keluaran dan masukan. Produktivitas dalam *Kohler's Dictionary For Accountants* didefinisikan sebagai hasil yang didapat dari setiap proses produksi dengan menggunakan satu atau lebih faktor produksi.¹⁶

Cascio dan Mill mengembangkan konsep produktivitas dengan memasukkan unsure efisiensi. Mereka berpandangan bahwa kalau suatu industri dapat bekerja dengan lebih efisien, berarti industri itu telah bekerja dengan lebih produktif, dan pada gilirannya industri itu akan mempunyai posisi persaingan yang lebih baik karena biaya per unit luaran menjadi lebih rendah.

Ada beberapa cara pengukuran produktivitas yang sering digunakan, di antaranya adalah :

1. Pengukuran produktivitas dengan model *engineering*, cara ini lebih mengacu kepada lingkungan fisik
2. Pengukuran produktivitas dengan model *accounting*, cara ini lebih mengacu kepada lingkungan pasar.

¹⁶Mauled Mulyono, *Penerapan Produktivitas Dalam Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal. 3.

Kedua model pengukuran produktivitas ini dapat digunakan dalam berbagai dimensi, yaitu :

1. Dimensi nasional, yang juga disebut pengukuran produktivitas tingkat makro.
2. Dimensi industri, sering disebut pengukuran produktivitas tingkat industri.
3. Dimensi organisasi, yang juga disebut sebagai pengukuran produktivitas tingkat perusahaan¹⁷.

Berhubung dengan masih terdapatnya berbagai cara pengukuran produktivitas yang terkadang justru membuat rancu (termasuk rasio-rasio keuangan yang sering digunakan oleh banyak kalangan), maka diperlukan suatu *General Theory* sebagai landasan dalam menentukan perhitungan atau cara pengukuran mana yang dipandang bermanfaat. Uraian dalam bagian ini didasarkan pada *a general system theory of productivity*, yang hanya berlaku dalam suatu lingkungan terbatas.¹⁸

Proses Produktivitas tidak lain adalah konsep produktivitas yang mengacu kepada suatu proses produksi sebagai pengertian dari prinsip rasionalisasi secara teknis. Dalam proses ini, untuk menghasilkan luaran diperlukan lebih dari satu masukan, sehingga dalam pengukuran produktivitasnya dibedakan antara *partial productivity* (dimana deflatornya hanya salah satu dari masukan) dengan *total productivity* (di mana deflatornya adalah semua masukan). Cara pengukuran seperti ini bertujuan untuk mengukur prestasi organisasi dalam lingkungan fisik, yaitu

¹⁷*Ibid.*, hal.18.

¹⁸*Ibid.*

mengukur efisiensi organisasi dalam mengkonversikan sumberdaya-sumberdaya fisik menjadi luaran fisik.

Cara pengukuran ini kemudian dikembangkan oleh Silver dengan memodifikasi kerangka umum fungsi produksi. Silver menyatakan bahwa produktivitas yang merupakan hubungan antara luaran yang diproduksi dengan menggunakan serangkaian masukan melalui suatu proses produksi, diibaratkan sebagai serangkaian jasa-jasa dari modal, tenaga kerja, tanah, energi dan lain-lainnya yang dikombinasikan untuk menghasilkan sejumlah luaran.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung oleh Karyawan Metro TV Biro Palembang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya secara umum menggunakan statistik.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Data primer

Data primer, yaitu data yang langsung didapatkan dari obyek penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuisioner (angket) yang diberikan kepada populasi.

Kuisisioner adalah salah satu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden atas daftar pertanyaan tersebut.¹⁹ Kuisisioner tersebut berisikan serangkaian pertanyaan mengenai variabel penelitian yang relevan dengan masalah yang dibahas.

2) Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari kajian-kajian sumber bacaan melalui buku-buku literature, referensi bacaan dan data-data yang berasal dari Metro TV Biro Palembang.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan yang dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Media Televisi Metro TV Biro Palembang yang berjumlah 31 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.²⁰ Sampel dalam suatu penelitian dipergunakan untuk mempermudah dalam

¹⁹ Umar, Husein, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 42.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 192.

memperoleh data-data yang diutuhkan.Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh populasi dengan kata lain menggunakan total sampling yaitu seluruh karyawan Metro TV Biro Palembang.

3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

a) Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu unsur yang tidak dapat ditinggalkan dalam suatu penelitian. Tanpa variabel suatu permasalahan tidak dapat dikenal dengan baik. variabel adalah sesuatu yang mempunyai variasi nilai. ²¹ Variabel juga dapat dipahami sebagai objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.²²

b) Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel pokok yakni, “variabel pengaruh (*Independent Variabel*) dan variabel terpengaruh (*Dependent Variabel*).²³ Adapun yang menjadi variabel pengaruh (bebas) dalam penelitian ini adalah komunikasi vertikal sedangkan yang menjadi variabel terpengaruh adalah produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan berikut ini :

²¹ Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES,1989) hal.42.

²² Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hal. 96.

²³ *Ibid.* Hal. 97.

Indikator penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Berikut indikator penelitian yang penulis ambil :

Menurut Arni Muhammad, dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Organisasi bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi ke atas dan komunikasi ke bawah, yaitu:

Tabel Operasional Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
X Komunikasi Vertikal	1. Instruksi Tugas	a. Pedoman pelaksanaan pekerjaan b. Deskripsi tugas c. Pengarahan perilaku d. Prosedur dan kebijakan	LIKERT
	2. Laporan	a. Informasi hasil b. Keluhan, pendapat, saran c. Pertanggungjawaban pekerjaan d. Evaluasi	
	3. Pujian	a. Prestasi b. Kemampuan c. Loyalitas d. Ketekunan	

	4. Tatap Muka	a. Berinteraksi b. Employee gathering c. Berdebat untuk suatu usulan d. Pemahaman	
--	---------------	--	--

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Y Produktivitas Kerja Karyawan	1. Efektivitas	a. Tepat waktu/ Timely b. Mematuhi kebijakan c. Kualitas produk yang dihasilkan d. Ketepatan produk yang dihasilkan	LIKERT
	2. Efisiensi	a. Pencapaian hasil b. Rencana kerja tepat waktu c. Iklim lingkungan kerja yang baik d. Penggunaan anggaran secara tepat	
	3. Kepribadian	a. Mempertahankan pekerjaan b. Menentukan kesan c. Mencari pekerjaan	
	4. Motivasi Kerja	a. Memberikan <i>reward</i> / penghargaan b. Memberikan saran positif terhadap karyawan c. Adanya suasana kekeluargaan d. Keamanan dan keselamatan.	

4. Hipotesis Penelitian

Untuk melakukan uji hipotesis ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan yaitu merumuskan hipotesis nol (H_0) dan harus disertai pula dengan hipotesis alternative (H_a). Adapun Hipotesa penelitian ini adalah:

$H_0: \beta_0 = 0$, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang.

$H_0: \beta_0 \neq 0$, Terdapat pengaruh yang signifikan antara Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kaerja Karyawan Metro TV Biro Palembang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Angket atau Kuesioner

Angket atau Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan pada orang lain yang bersedia memberikan tanggapan sesuai dengan permintaan pengguna.²⁵

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuisisioner, penelitian menyebarkan daftar pertanyaan kepada seluruh karyawan Metro TV Biro Palembang yang menjadi responden dalam penelitian ini.

²⁵Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 37.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.²⁶ Teknik ini digunakan untuk pengambilan data profil dan sejarah desa, program pemerintah desa, administrasi pemerintah kecamatan, sarana prasarana yang diperlukan dalam proses penelitian.

c. Wawancara

Metode pengambilan dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara diberikan kepada responden untuk menjawab dan mendukung hasil angket.

6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji coba yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas instrumen. Uji coba ini dilakukan untuk melihat tingkat validitas dan reliabilitas instrumen yang akan dipergunakan dalam penelitian. Uji coba ini dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari 27 butir soal angket yang dijadikan instrumen dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. Uji coba dilakukan pada 31 orang

²⁶*Ibid*, hal. 191.

karyawan, dikarenakan jumlah populasi dianggap kecil atau kurang dari 100 sehingga seluruh populasi dijadikan sampel atau yang biasa disebut dengan total *sampling*.²⁷

7. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, selanjutnya peneliti akan menganalisis data tersebut dengan menggunakan deskriptif kuantitatif yaitu analisis data menggunakan tabel yang selanjutnya dijelaskan dalam bentuk kalimat-kalimat.²⁸

Untuk menganalisa dapat digunakan alat bantu yang berhubungan dengan statistik. Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan cara menggunakan perhitungan SPSS versi 20. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Regresi Linear Sederhana.

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan : Y = Nilai yang diramalkan

α = Konstanta

b = Koefisien regresi

X= Nilai variabel bebas²⁹

G. Sistematika Penulisan

²⁷ Juliansyah Noor, *Op.Cit.*, hal. 156.

²⁸ Bungin Burhan, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers 2009), hal.171.

²⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: ALFABETA, 2010), hal. 188.

Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk laporan yang bersifat deskriptif kuantitatif yang terdiri dari beberapa bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan bab pendahuluan. Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, merupakan bab landasan teori dari tinjauan umum yang terdiri dari pengertian komunikasi, organisasi, komunikasi organisasi, komunikasi vertikal, dan produktivitas. Kemudian teori yang dipakai yaitu teori hubungan manusia, teori organisasi dan teori produktivitas.

Bab ketiga, merupakan bab deskripsi wilayah penelitian yang terdiri dari Sejarah Metro TV Biro Palembang, visi dan misi Metro TV, Program Televisi Metro TV, struktur organisasi Metro TV Biro Palembang, Logo Metro TV, dan *Standard Operasional Procedure* Metro TV

Bab keempat, merupakan bab yang akan menjelaskan tujuan dari penelitian untuk mengetahui komunikasi vertikal yang terjadi antara Kepala Biro dengan Karyawan Metro TV Biro Palembang dan besar pengaruh komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama,” *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.³⁰ Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran,” “Kita mendiskusikan makna,” dan “Kita mengirimkan pesan.”

Secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi” berasal dari Bahasa Inggris “*Communication*” yang mempunyai akar kata dari bahasa Latin “*Communicare*” kata *Communicare* sendiri memiliki tiga kemungkinan arti,³¹ yaitu:

1. *To make Common* atau membuat sesuatu menjadi umum.
2. *Cum + munus* berarti saling member sesuatu sebagai hadiah
3. *Cum + munire* berarti membangun pertahanan bersama.

Walaupun istilah komunikasi sudah akrab di telinga membuat definisi mengenai komunikasi tidaklah mudah seperti yang diperkirakan. Stephen Litte John

³⁰Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), Cet ke-14, hal. 46

³¹ Muhammad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 1.

mengatakan: *Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata komunikasi bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti).³² Kata komunikasi menjadi salah satu kata yang paling sering digunakan dalam percakapan baik dalam bahasa Indonesia ataupun bahasa Inggris.

Dari percakapan akan terjadilah komunikasi yang menciptakan satu pemahaman yang sama antara dua orang bahkan lebih. Untuk lebih jelasnya ada beberapa pakar komunikasi yang menjelaskan definisi dari komunikasi, yaitu:

Everett M. Rogers dalam Hafied Cangara mengatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan Rogers bersama D. Lawrence Kincaid mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Kemudian menurut Charles Cooley, komunikasi meliputi semua prosedur dimana sebuah pikiran mempengaruhi pikiran lain bukan hanya mencakup kata-kata, tulisan dan lisan, tetapi juga music, dan semua tingkah laku manusia.³³

Untuk lebih jelasnya komunikasi adalah proses atau tindakan penyampaian pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*) mealalui suatu medium (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*).³⁴ Berdasarkan definisi tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan berupa informasi

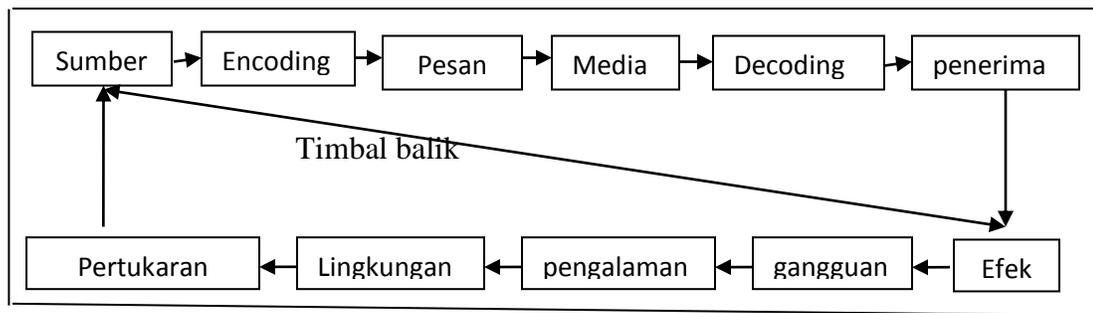
³²Morissan, *Teori Komunikasi (Individu Hingga Massa)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hal. 8.

³³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), Cet ke-13, hal. 22.

³⁴Muhammad Mufid, *Op. Cit.*, hal. 2.

meliputi semua tingkah laku manusia yang berbentuk tanda atau symbol, baik dalam bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non verbal (non kata-kata) yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk menyamakan pikiran atau pemahaman sebelum saling mempengaruhi dalam melakukan sebuah tindakan.

Untuk menyampaikan suatu informasi dalam komunikasi ada beberapa unsure yang terdapat dalam beberapa elemen pendukung terjadinya komunikasi salah satunya di awal tahun 1960-an Davis K. berlo membuat formula komunikasi sederhana “SMCR”, yaitu: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran media), dan *Receiver* (penerima).³⁵ Keempat unsur tersebut yang mendukung terjadinya proses komunikasi, untuk lebih melengkapi unsur-unsur komunikasi tersebut dapat dilukiskan dengan gambar, sebagai berikut:



Gambar 2.1 Unsur-unsur Komunikasi³⁶

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan secara umum,³⁷ yaitu:

1. Pengiriman (*sender*) atau sumber (*resource*) yaitu individu, kelompok, atau organisasi yang berperan untuk mengalihkan (*transferring*) pesan.
2. *Encoding*, pengalihan gagasan ke dalam pesan.

³⁵Hafied Cangara, *Op. Cit.*, Cet ke-11, hal. 22.

³⁶*Ibid.*

³⁷ *Ibid*, hal. 27.

3. Pesan (*message*), gagasan yang dinyatakan oleh pengirim kepada orang lain.
4. Saluran (*media*), merupakan tempat sumber menyalurkan pesan kepada penerima, misalnya melalui gelombang suara, cahaya atau halaman cetak.
5. *Decoding*, pengalihan pesan ke dalam gagasan.
6. Penerima (*receiver*), individu atau kelompok yang menerima pesan.
7. Umpan balik (*feed back*), reaksi terhadap pesan.
8. Gangguan (*noise*), efek internal atau eksternal akibat dari peralihan pesan.
9. Bidang pengalaman (*field of experience*), bidang atau ruang yang menjadi latar belakang informasi dari pengirim maupun penerima.
10. Pertukaran makna (*shared meaning*), bidang atau ruang pertemuan (tumpang tindih) yang tercipta karena kebersamaan.
11. Konteks, situasi, suasana, atau lingkungan fisik, non fisik (sosiologis, antropologis, psikologis, politik, ekonomi, dan lain-lain.).

Proses komunikasi yang terjadi pada kehidupan manusia tidak hanya memiliki unsur melainkan fungsi di dalamnya, adapun fungsi komunikasi ialah memberi suatu informasi yang diperlukan dari setiap individu ataupun kelompok dalam mengambil suatu keputusan dengan meneruskan data untuk menilai beberapa pilihan untuk diputuskan.³⁸ Selain dari unsur dan fungsi komunikasi juga memiliki bentuk-bentuk dalam proses komunikasinya. Yang disesuaikan dengan adanya perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi yang terjadi pada kehidupan manusia pun mengalami perkembangan dan pengelompokkan. Yang menjadikan komunikasi memiliki bentuk-bentuk,³⁹ yaitu:

³⁸ Pawit, *Ilmu Informasi Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hal. 16.

³⁹ Hafied Cangara, *Op. Cit.*, Cet ke-11, hal. 30-36.

Pertama, Komunikasi dengan diri sendiri (*Intrapersonal Communication*) adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu karena individu tersebut member arti terhadap sesuatu objek yang diamati. Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi mengembangkan kreatifitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri serta meningkatkan kematangan berfikir sebelum mengambil keputusan. *Kedua*, komunikasi antar pribadi (*Interpersonal Communication*) adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi ini berfungsi untuk meningkatkan hubungan insan, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengutangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. *Ketiga*, komunikasi public (*Public Communication*) yaitu suatu proses komunikasi pesan-pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Fungsi komunikasi ini yaitu menumbuhkan semangat kebersamaan, mempengaruhi orang lain, member informasi, mendidik, dan menghibur. *Keempat*, komunikasi massa (*Mass Communication*) artinya proses komunikasi yang pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat-alat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Sedangkan untuk fungsinya yaitu menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang.

B. Organisasi

James L. Gibson c.s menyatakan bahwa Organisasi-organisasi merupakan entitas-entitas yang memungkinkan masyarakat mencapai hasil-hasil tertentu, yang tidak mungkin dilaksanakan oleh individu-individu yang bertindak secara sendiri.⁴⁰

Organisasi-organisasi dicirikan oleh perilaku yang diarahkan ke arah pencapaian tujuan. Mereka mengupayakan pencapaian tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran, yang dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan lebih efisien. Hal itu melalui tindakan-tindakan individu serta kelompok-kelompok secara terpadu.

⁴⁰J. Winardi, *Teori Organisasi & Pengorganisasian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal. 13.

Akan tetapi, menurut L.F. Urwick bahwa organisasi-organisasi lebih dari hanya alat untuk menciptakan barang-barang dan menyelenggarakan jasa-jasa.⁴¹ Organisasi-organisasi menciptakan kerangka (*setting*), yaitu banyak di antara kita yang melaksanakan proses kehidupan. Sehubungan dengan itu dapat dikatakan bahwa organisasi-organisasi menimbulkan pengaruh besar atas perilaku kita.

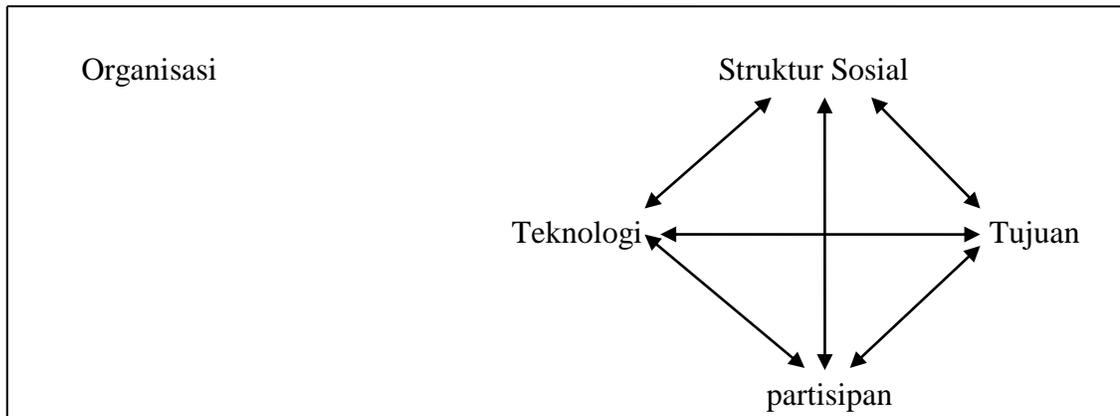
Kemudian Morissan dalam Max Weber mendefinisikan organisasi sebagai, “*A system of purposeful, interpersonal activity designed to coordinate individual task*”⁴² (suatu system kegiatan interpersonal bertujuan yang dirancang untuk mengkoordinasikan tugas individu). Organisasi memiliki system yang mengatur dirinya, yaitu birokrasi, namun tidak demikian halnya dengan kelompok biasa yang bukan organisasi. Karena organisasi merupakan birokrasi maka penting bagi untuk memahami gagasan Weber mengenai organisasi.

Menurut Arni Muhammad dalam Scott, Organisasi adalah sangat bervariasi ada yang sangat sederhana dan ada pula yang sangat kompleks⁴³. Maka untuk membantu kita memahami organisasi tersebut perhatikanlah model berikut yang menggambarkan elemen dasar dari organisasi dan saling keterkaitan satu elemen dengan elemen lainnya.

⁴¹*Ibid.*

⁴²Morissan, Teori Komunikasi Organisasi, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), Cet ke-1, hal. 28.

⁴³Arni Muhammad, *Op. Cit*, Cet ke-13, hal. 25.



Gambar 2.2 Model Elemen Organisasi⁴⁴

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan secara umum,⁴⁵ yaitu:

1. Struktur Sosial adalah pola atau aspek aturan hubungan yang ada antara partispian di dalam suatu organisasi.
2. Partispian organisasi adalah individu-individu yang memberikan kontribusi kepada organisasi. Semua individu berpartisipasi lebih daripada suatu organisasi dan keterlibatannya pada masing-masing organisasi tersebut sangat bervariasi.
3. Konsep tujuan organisasi adalah yang paling penting dan sangat kontroversial dalam mempelajari organisasi.

Ahli analisis mengatakan bahwa tujuan sangat diperlukan dalam memahami organisasi.

⁴⁴ *Ibid*, hal. 25.

⁴⁵ *Ibid*, hal. 26 -28.

4. Teknologi, yang dimaksud dengan teknologi adalah penggunaan mesin-mesin atau perlengkapan mesin dan juga pengetahuan teknik dan keterampilan partisipan.
5. Lingkungan, setiap organisasi berada pada keadaan fisik tertentu, teknologi, kebudayaan dan lingkungan social, terhadap mana organisasi tersebut harus menyesuaikan diri.

Hal lain yang perlu juga dimiliki oleh organisasi adalah energi. Seperti halnya manusia, organisasi juga memerlukan energi yang memungkinkannya untuk berfungsi secara efektif.⁴⁶ Di samping mempunyai elemen yang umum, organisasi juga mempunyai karakteristik yang umum.

Kebanyakan organisasi bekerja dengan bermacam-macam standar kerja tertentu. Maka yang menjadi karakteristik organisasi,⁴⁷ yaitu:

1. *Dinamis*, organisasi sebagai suatu sistem terbuka terus-menerus mengalami perubahan, karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungannya dan perlu menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan yang selalu berubah tersebut.
2. Memerlukan informasi, semua organisasi memerlukan informasi untuk hidup. Tanpa informasi organisasi tidak dapat jalan. Dengan adanya

⁴⁶*Ibid*, hal. 29.

⁴⁷*Ibid*, hal. 29-30

informasi bahan mentah dapat diolah menjadi hasil produksi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia.

3. Mempunyai tujuan. Organisasi adalah merupakan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan sendiri-sendiri.
4. Terstruktur, tiap organisasi mempunyai satu struktur. Struktur menjadikan organisasi membakukan prosedur kerja dan mengkhususkan tugas yang berhubungan dengan proses produksi.

Di samping empat sifat yang telah dikemukakan di atas ada empat hal yang umum dipunyai oleh organisasi yaitu sumber daya manusia, keterampilan, energi dan lingkungan.

Tiap organisasi mempunyai sumber daya manusia. Manusia adalah yang mengelola organisasi, yang mengerjakan tugas-tugas organisasi, dan manusia jugalah yang memberikan pengetahuan yang organisasi gunakan untuk bertumbuh dan berkembang.⁴⁸ Hal ini tentunya berkaitan dengan teori organisasi yang digunakan oleh peneliti yaitu *Teori Hubungan Manusia*.

Teori hubungan manusia ini diperkenalkan pada tahun 1930-an yang dipelopori oleh Barnard 1938, Mayo 1933, Roethlisberger dan Dikson 1939.⁴⁹ Teori

⁴⁸ *Ibid*, hal. 31.

⁴⁹ *Ibid*, hal. 40.

hubungan manusia ini menekankan pada pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi. Tanpa manusia organisasi tidak akan ada.

Berdasarkan hal itu berbagai bentuk komunikasi dikembangkan, baik komunikasi kepada bawahan, kepada atasan, horizontal dan komunikasi informal. Dengan adanya berbagai bentuk komunikasi yang dominan dalam organisasi memungkinkan kebutuhan-kebutuhan manusia dalam organisasi terpenuhi.

C. Komunikasi Organisasi

Menurut Lois A. Allen mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi organisasi adalah upaya yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memastikan bahwa seluruh karyawannya mengetahui dan memahami (a). informasi mengenai rencana perusahaan ke depan, (b). kebijakan dan perubahan kebijakan perusahaan dan (c). status kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Upaya tersebut dilakukan melalui berbagai cara, baik interaksi antar pimpinan dengan bawahan, pertemuan rutin maupun sarana-sarana lainnya.⁵⁰

Secara garis besar, pusat perhatian komunikasi organisasi terdiri atas tiga poin yakni:

- a) *Struktur organisasi*, tema studi komunikasi terhadap struktur berisi tentang bagaimana struktur itu mendukung, memudahkan, dan membuat menjadi jelas status dan peranan setiap orang dalam satu organisasi

⁵⁰Allen, Louis A, *Management & Organization*, (Singapore: McGraw Hill, 1958), hal. 327-329.

- b) *Konteks Organisasi*, meliputi kajian terhadap situasi dan kondisi sosiologis antropologis, kultural, psikologis, fisik-geografis, material, dan teknologi yang menjadi ruang dimana suatu organisasi itu beroperasi.
- c) *Proses Organisasi*, meliputi kajian seperti perubahan-perubahan organisasi, baik yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal organisasi, misal pengaruh lingkungan organisasi.⁵¹

Zelko dan Dance mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan eksternal.⁵² Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi, pembuatan iklan, dan hubungan dengan masyarakat umum.

Menurut Arni Muhammad dalam bukunya, *Komunikasi Organisasi*. Jaringan komunikasi organisasi dapat dibedakan atas jaringan komunikasi formal dan jaringan komunikasi informal.⁵³ Jaringan komunikasi formal salurannya ditentukan oleh struktur yang telah direncanakan yang tidak dapat dipungkiri oleh organisasi.

⁵¹Alo Liliweri, *Op.Cit.*, hal. 368.

⁵² *Ibid*, hal. 66.

⁵³ *Ibid*, hal. 107.

Komunikasi formal ini mencakup susunan tingkah laku organisasi, pembagian departemen maupun tanggung jawab tertentu, posisi jabatan, dan distribusi pekerjaan yang ditetapkan bagi anggota organisasi yang berbeda.

Sedangkan jaringan komunikasi informal tidaklah direncanakan dan biasanya tidaklah mengikuti struktur formal organisasi, tetapi timbul dari interaksi sosial yang wajar di antara anggota organisasi. Yang termasuk komunikasi informal ini adalah berita-berita dari mulut kemulut mengenai diri seseorang, pimpinan maupun mengenai organisasi yang biasanya bersifat rahasia.

Ada tiga bentuk utama dari arus pesan dalam jaringan komunikasi formal yang mengikuti garis komunikasi seperti yang digambarkan dalam struktur organisasi,⁵⁴ yaitu:

1. "*Downward communication*" atau komunikasi kepada bawahan.
2. "*Upward communication*" atau komunikasi kepada atasan.
3. "*Horizontal communication*" atau komunikasi horizontal.

Setiap jaringan komunikasi organisasi memiliki garis komunikasinya masing-masing berdasarkan arus komunikasi yang terjadi. Penelitian ini menitik beratkan pada arus komunikasi formal. Karena penelitian ini menggunakan arus komunikasi vertikal yang terdapat dalam jaringan komunikasi formal.

a. Komunikasi Vertikal

⁵⁴ *Ibid*, hal. 108

Menurut Effendi dalam Ruslan, Komunikasi vertikal adalah yaitu arus komunikasi dua arah secara timbal balik yang dalam melaksanakan fungsi – fungsi manajemen memegang peranan yang sangat vital, yaitu komunikasi dari atas kebawah (*downward communication*) dan dari bawahan kepada atasan (*upward communication*).

1. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan.

Menurut Lewis, komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.⁵⁵

a. Tipe Komunikasi ke Bawah

Secara umum komunikasi ke bawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe,⁵⁶ yaitu:

⁵⁵ *Ibid*

⁵⁶ *Ibid*

- 1) *Instruksi tugas/ pekerjaan*, yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya.
- 2) *Rasional pekerjaan*, yaitu pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau objektif organisasi.
- 3) *Ideologi*, pesan mengenai ideologi ini adalah merupakan perluasan dari pesan rasional.
- 4) *Informasi*, pesan informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi, peraturan-peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional.
- 5) *Balikan*, yaitu pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. Salah satu bentuk sederhana dari balikan ini adalah pembayaran gaji karyawan yang telah siap melakukan pekerjaannya atau apabila tidak ada informasi dari atasan yang mengkritik pekerjaannya, berarti pekerjaannya sudah memuaskan.

b. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi ke Bawah

Arus komunikasi dari atasan kepada bawahan tidaklah selalu berjalan lancar, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain sebagai berikut.⁵⁷

- 1) *Keterbukaan*, kurangnya sifat terbuka di antara pimpinan dan karyawan akan menyebabkan pemblokatan atau tidak mau menyampaikan pesan dan gangguan dalam pesan.
- 2) *Kepercayaan pada pesan tulisan*, kebanyakan para pimpinan lebih percaya pada pesan tulisan dan metode difusi yang menggunakan alat-alat eletronik daripada pesan yang disampaikan secara lisan dengan tatap muka.
- 3) Pesan yang berlebihan.
- 4) *Timing*, ketepatan waktu pengiriman pesan mempengaruhi komunikasi ke bawah.
- 5) *Penyaringan*, pesan-pesan yang dikirimkan kepada bawahan tidaklah semuanya diterima mereka.

⁵⁷ *Ibid*, hal. 110.

c. Metode komunikasi ke bawah

Untuk menyampaikan informasi kepada bawahan dapat dilakukan dengan berbagai metode. Pace mengemukakan empat klasifikasi metode untuk itu yaitu: metode lisan, tulisan gambar dan campuran dari lisan-tulisan dan gambar.

Untuk menentukan mana metode yang tepat digunakan oleh pimpinan ada kriteria yang dapat digunakan seperti berikut ini⁵⁸ :

- 1) *Ketersediaan*. Metode-metode yang sudah tersedia dalam suatu organisasi lebih cenderung untuk digunakan. Bila diperlukan dapat ditambah dengan metode lain untuk menjadikan lebih efektif.
- 2) *Biaya*. Pertimbangan biaya yang paling kurang akan cenderung dipilih untuk menyebarkan informasi yang bersifat rutin dan tidak mendesak. Tetapi bila informasi yang akan dikomunikasikan tidak bersifat rutin dan mendesak maka soal biaya tidak begitu dipertimbangkan yang penting informasi cepat sampai.
- 3) *Dampak*. Metode yang memberikan dampak atau kesan yang lebih besar akan sering dipilih atau digunakan daripada metode yang sedang atau kurang dampaknya.
- 4) *Relevansi*. Metode yang paling relevan dengan tujuan yang akan dicapai paling sering dipilih.
- 5) *Respons*. Pemilihan metode juga dipengaruhi oleh apakah respons terhadap informasi itu diinginkan atau diperlukan.
- 6) *Skil*. Metode yang paling cocok digunakan adalah metode yang paling sesuai dengan skil si penerima dan si pengirim. Bila si penerima mempunyai latar belakang pendidikan yang kurang, maka metode tulisan yang bersifat kompleks kurang tepat untuk digunakan.

Menurut Arni Muhammad dalam bukunya *Komunikasi Organisasi*, bentuk komunikasi yang biasa digunakan dalam tiap metode adalah sebagai berikut⁵⁹:

⁵⁸*Ibid*, hal. 114-115.

- 1) Metode lisan
 - a) Rapat, diskusi, seminar, konferensi
 - b) Interview
 - c) Telepon
 - d) Sistem intercom
 - e) Kontak interpersonal
 - f) Laporan lisan
 - g) Ceramah

- 2) Metode Tulisan
 - a) Surat
 - b) Memo
 - c) Telegram
 - d) Majalah
 - e) Surat kabar
 - f) Deskripsi pekerjaan
 - g) Panduan pelaksanaan pekerjaan
 - h) Laporan tertulis
 - i) Pedoman kebijaksanaan

- 3) Metode gambar
 - a) Grafik
 - b) Poster
 - c) Peta
 - d) Film
 - e) Slide
 - f) Display
 - g) Foto

2. Komunikasi ke Atas

Yang dimaksud dengan komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali yang berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas.

⁵⁹*Ibid*, hal. 116.

Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap karyawan, tipe pesan adalah integrasi dan pembaruan.⁶⁰

a. Fungsi komunikasi ke atas

Komunikasi ke atas mempunyai beberapa fungsi atau nilai tertentu. Menurut Pace fungsinya adalah sebagai berikut⁶¹:

- 1) Dengan adanya komunikasi ke atas supervisor dapat mengetahui kapan bawahannya siap untuk diberi informasi dari mereka dan bagaimana baiknya mereka menerima apa yang disampaikan karyawan.
- 2) Arus komunikasi ke atas memberikan informasi yang berharga bagi pembuatan keputusan.
- 3) Komunikasi ke atas memperkuat apresiasi dan loyalitas karyawan terhadap organisasi dengan jalan memberikan kesempatan untuk menanyakan pertanyaan, mengajukan ide-ide dan saran-saran tentang jalannya organisasi.
- 4) Komunikasi ke atas membolehkan, bahkan mendorong desa-desus muncul dan membiarkan supervisor mengetahuinya.
- 5) Komunikasi ke atas menjadikan supervisor dapat menentukan apakah bawahan menangkap arti seperti yang dia maksudkan dari arus informasi yang ke bawah.
- 6) Komunikasi ke atas membantu karyawan mengatasi masalah-masalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dalam tugas-tugasnya dan organisasi.

b. Faktor yang mempengaruhi Efektifitas Komunikasi ke Atas

⁶⁰*Ibid*,

⁶¹*Ibid*, hal. 117.

Di samping sulitnya mendapatkan komunikasi ke atas, komunikasi yang disampaikan itupun belum tentu efektif, karena dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Di antara faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut⁶²:

- 1) Komunikasi ke atas lebih mungkin digunakan oleh pembuat keputusan pengelolaan, apabila pesan itu disampaikan tepat pada waktunya. Pembuatan keputusan bukanlah aktivitas yang terus-menerus. Oleh karena itu ketetapan data yang sampai pada saat pembuatan keputusan lebih mungkin akan digunakan daripada data yang terlambat.
- 2) Komunikasi ke atas yang bersifat positif, lebih mungkin digunakan oleh pembuat keputusan mengenai pengelolaan daripada komunikasi yang bersifat negative. Oleh karena itu ada kecenderungan yang konsisten dari manajer tingkat menengah untuk meneruskan penyampaian komunikasi ke atas yang bersifat positif dan mengabaikan atau menekan informasi yang bersifat negatif.
- 3) Komunikasi ke atas lebih mungkin diterima, jika pesan itu mendukung kebijaksanaan yang baru.
- 4) Komunikasi ke atas mungkin akan lebih efektif, jika komunikasi itu langsung kepada penerima yang dapat berbuat mengenai hal itu.
- 5) Komunikasi ke atas akan lebih efektif, apabila komunikasi itu mempunyai daya tarik secara intuitif bagi penerima. Pesan dari bawahan lebih siap diterima jika mereka setuju.

D. Produktivitas

Untuk dapat mengerti arti sesungguhnya akan produktivitas kerja perlu kita cermati terlebih dahulu tentang pengertian produktivitas dan pengertian kerja itu sendiri. Secara umum, produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang dipergunakan untuk mencapai hasil tersebut. Dengan kata lain produktivitas adalah perbandingan antara keluaran dan masukan.

⁶² *Ibid*, hal. 119.

Menurut Rusli Syarif dalam R. Saint Paul mendefinisikan produktivitas secara sederhana adalah hubungan antara kualitas yang dihasilkan dengan jumlah kerja yang dilakukan untuk mencapai hasil itu. Secara umum: *ratio antara kepuasan atas kebutuhan dan pengorbanan yang dilakukan.*⁶³

Menurut Hidayat (dalam Martinah) produktivitas mengandung dua pengertian, yaitu :

- a. Sikap mental manusia untuk membuat hari esok lebih baik dari sekarang dan membuat hari ini lebih baik dari kemarin. Jadi dalam pengertian tersebut produktivitas merupakan sikap mental dan bagaimana cara seseorang di dalam memandang hari esok.
- b. Produktivitas adalah rasio antara keluaran dan masukan yang terpakai. Berdasarkan dua pengertian akan produktivitas di atas maka dapat disimpulkan bahwa produktivitas merupakan suatu perbandingan antara hasil yang diperoleh dari aktivitas tersebut dengan besarnya sumber daya yang dikeluarkan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Kemudian kerja dapat diartikan sebagai suatu aktivitas baik yang merupakan suatu rutinitas maupun yang bukan yang dilakukan oleh manusia untuk atau guna mencapai tujuan tertentu.⁶⁴

Selanjutnya Martinah juga mengatakan bahwa, bekerja adalah sesuatu aktivitas yang dapat diterima oleh masyarakat serta dapat memuaskan kebutuhan nyata bagi individu yang melakukannya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kerja adalah sesuatu sarana yang beraktivitas yang bertujuan untuk mempertahankan hidup. Dengan

⁶³ Rusli syarif, *Seri Manajemen Dan Produktivitas*, (Bandung: Angkasa, 1991), hal. 1.

⁶⁴ Martinah, *Studi Tolak Ukur Kualitas Fisik dan Produktivitas. Hubungan Antara Tingkat Terpenuhinya Kebutuhan Fisik Minimal dan Produktivitas kerja di Propinsi Jawa Tengah dan Sumatra Utara: laporan penelitian*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi, 1990).

melihat pengertian produktivitas dan pengertian kerja seperti di atas, dapatlah dipahami apa yang dimaksud dengan produktivitas kerja.⁶⁵

Selain itu beliau juga mengatakan bahwa anasir-anasir yang membentuk produktivitas adalah efisiensi dan efektivitas. Efisiensi adalah kehematan dalam menggunakan sumber-sumber produksi, sedangkan efektivitas adalah hasil kegiatan yang menggunakan sumber-sumber sebanyak mungkin dan mutu yang baik.

Gabungan efisiensi dan efektivitas membentuk pengertian produktivitas kerja sebagai berikut :

$\text{Produktivitas kerja} = \frac{\text{Efektivitas pelaksanaan tugas mencapai tujuan}}{\text{Efisiensi penggunaan sumber-sumber masukan ke proses}}$

Gambar 2.3 Gabungan Efisiensi dan Efektivitas⁶⁶

Berdasarkan uraian mengenai produktivitas kerja seperti diatas dapatlah disimpulkan bahwa dalam produktivitas kerja terkandung pengertian efisiensi dan efektivitas sejak dari proses awal hingga tercapainya hasil produksi.

Produktivitas seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor. Secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam diri individu dan faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar individu. Beberapa faktor yang dipandang besar pengaruhnya terhadap produktivitas kerja adalah :

⁶⁵ *Ibid*, hal. 34.

⁶⁶ *Ibid*

- a. Faktor Kepribadian
- b. Faktor disiplin kerja
- c. Faktor jenis kelamin
- d. Faktor motivasi kerja⁶⁷

a) Faktor kepribadian

Kepribadian sering juga diikutsertakan dalam prediksi potensi seseorang dalam berkerja. Teori ini mencoba menerangkan hubungan antara kepribadian sesorang dengan pekerjaan. Teori tersebut mengatakan bahwa kepribadian dan lingkungan sosial pada gilirannya akan mempengaruhi tingkah laku kerja seseorang. Teori tersebut menerangkan bahwa seseorang cenderung mencari dan mempertahankan pekerjaan sesuai dengan kepribadiannya. Pekerjaan yang tidak sesuai dengan kepribadian seseorang cenderung akan ditinggalkan atau dihindari.

Kepribadian itu sendiri diartikan sebagai keadaan manusia perseorangan, keseluruhan sifat-sifat yang merupakan watak seseorang. Kepribadian dalam arti yang lebih luas khusus adalah suasana jiwa atau mental sesorang yang dipancarkan mengenai dirinya dan hal tersebut menentukan kesan terhadap orang lain yang meliputi cara berbuat, berperilaku, berbicara, berpakaian, tertawa, menanggapi sesuatu hal.

b) Faktor disiplin kerja

⁶⁷*Ibid*, hal. 36.

Pengertian disiplin secara umum sebagai ketaatan formal atas peraturan. Disiplin kerja menunjukkan sikap mental seseorang atau sekelompok orang yang dapat menimbulkan atau mempertahankan hasrat untuk mengikuti aturan yang telah ditetapkan . Disiplin kerja berkaitan dengan peraturan atau tata cara kerja.

Dalam hubungannya dengan produktivitas kerja, rendahnya disiplin kerja seseorang akan membuat rendahnya produktivitas kerja orang tersebut. Produktivitas akan merendah apabila tidak ada perbaikan terhadap pekerjaan, terlalu banyak ngobrol, dan banyak pekerjaan yang hilang selama waktu kerja. Kedisiplinan dalam suatu perusahaan akan memungkinkan tercapainya produktivitas yang tinggi.

c) Faktor jenis kelamin

Jenis kelamin mempunyai pengaruh terhadap produktivitas kerja, bahwa dalam pekerjaan tertentu tenaga kerja dari jenis kelamin yang satu lebih unggul 25 dari tenaga kerja dengan jenis kelamin yang lain. mengatakan pada umumnya wanita lebih unggul dibandingkan pria dalam menghargai keindahan, pemakaian bahasa dan ingatan.

d) Faktor motivasi kerja

Dalam pengertian umum, motivasi dikatakan sebagai kebutuhan yang mendorong perbuatan ke arah suatu tujuan tertentu. Motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja .

Motivasi kerja karyawan dalam suatu perusahaan dapat dipahami dari berbagai teori motivasi kerja, antara lain *need hierarchy theory*, *drive reinforcement theory*, *expectancy theory* dan *goal theory*. Dengan memahami motivasi kerja maka dapatlah diketahui hubungannya dengan produktivitas kerja.

Dalam diri manusia ada sejumlah kebutuhan yang membentuk motivasi dan kebutuhan-kebutuhan itu merupakan motivator-motivator kunci. Secara garis besar ada lima kelompok kebutuhan dan kelima kebutuhan itu berbentuk hierarki. Adapun kelima kebutuhan itu adalah:

1. *Physiological needs* yaitu kebutuhan dasar organisme misalnya makan, minum, tidur, seks
2. *Safety needs* yaitu kebutuhan akan lingkungan yang aman, stabil atau bebas dari ancaman bagi eksistensi dirinya dan lingkungannya.
3. *Love needs* yaitu kebutuhan untuk berhubungan dan mendapatkan kasih sayang dari orang lain dan kebutuhan anak diterima sebagai anggota kelompok.
4. *Esteem needs* yaitu kebutuhan harga diri, pengakuan, dan kepercayaan diri sendiri.
5. *Self actualization needs* yaitu pencapaian kemampuan diri secara maksimal.

Drive reinforcement theory dalam kaitannya dengan motivasi kerja berdasarkan pada prinsip hedonisme yang mengatakan manusia ingin memperoleh kesenangan semaksimal mungkin dan menghindari ketidaksenangan.

Perilaku seseorang itu diatur oleh tujuan dan kemaunnya. Tujuan merupakan perantara dari efek-efek yang berlaku dari karakteristik tugas, isentif, umpan balik bagi pekerja. Berdasarkan hal tersebut, tingkat kesulitan tujuan dan tingkat keyakinan seseorang untuk mencapai tujuan tersebut secara bersama-sama menentukan tingkat usaha yang dilakukan.

Tujuan yang lebih sulit akan menghasilkan usaha yang lebih tinggi daripada tujuan yang lebih rendah, sepanjang tujuan tersebut dapat diterima dan berada dalam jangkauan kemampuan karyawan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian, disiplin kerja, jenis kelamin dan motivasi kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja. Seseorang cenderung mencari pekerjaan sesuai dengan kepribadiannya.

Kemudian, rendahnya disiplin kerja akan membuat rendahnya produktivitas kerja seseorang. Untuk pekerjaan tertentu, jenis kelamin berpengaruh terhadap produktivitas kerja. Dari keempat faktor yang mempengaruhi produktivitas tersebut, penulis menetapkan motivasi sebagai variabel berpengaruh terhadap produktivitas kerja dalam penelitian ini. Karena motivasi adalah variabel / intervensi dan merupakan salah satu kegiatan yang berpengaruh dalam pelaksanaan program kerja

humas. Apabila motivasi karyawan tinggi secara tidak langsung hal tersebut dapat berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan. Karyawan yang termotivasi akan menghasilkan produk atau jasa yang bermutu tinggi mereka lebih cenderung produktif daripada karyawan yang tidak termotivasi dan apatis.

Motivasi dapat didefinisikan sebagai dorongan-dorongan yang timbul pada atau didalam seorang individu yang mengerakan dan mengarahkan perilaku⁶⁸. Menurut Maslow dalam model hirarki kebutuhan ada lima tingkatan kebutuhan manusia yaitu:

1. Fisiologis: makanan, minuman, tempat tinggal dan sembuh dari rasa sakit.
2. Keamanan dan keselamatan: kebutuhan untuk kemerdekaan dari ancaman, yaitu keamanan dari kejadian atau lingkungan yang mengancam.
3. Rasa memiliki, rasa sosial dan kasih sayang: kebutuhan atas persahabatan, kelompok, interaksi dan kasih sayang.
4. Penghargaan (*esteem*): kebutuhan atas harga diri (*self-esteem*) dan penghargaan dari pihak lain.
5. Aktualisasi diri: kebutuhan untuk memenuhi diri seseorang melalui memaksimalkan penggunaan kemampuan, keahlian dan potensi.

Motivasi setiap individu berbeda-beda. Dalam organisasi prestasi kerja karyawan dapat dipacu dengan mengetahui motivasi masing-masing karyawan. Untuk itu adalah hal penting bagi manager untuk memperhatikan motivasi karyawannya dalam upaya meningkatkan produktivitas.

BAB III

DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

⁶⁸James L. Gibson, *JR Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*, (Jakarta:), Cet ke-8, hal. 185.

A. Sejarah Metro TV Secara Umum

Metro TV adalah media televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000. Metro TV merupakan salah satu anak perusahaan dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh. Surya Paloh merintis usahanya di bidang pers sejak mendirikan surat kabar harian Prioritas, yang dibredel oleh pemerintah pada tanggal 29 Juni 1987 karena dinilai terlalu menentang.⁶⁹

Pada tahun 1989, dia mengambil alih Media Indonesia, yang kini tercatat sebagai surat kabar dengan oplah terbesar setelah Kompas di Indonesia. Oleh karena kemajuan teknologi, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia.⁷⁰ Selain bermuatan berita, Metro TV juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya guna mencerdaskan bangsa. Metro TV terdiri dari 70% berita (*news*), yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (*non news*) yang bersifat edukatif.

⁶⁹Vera Silvana Dewi, *Persepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Headline News di MetroTV*, http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file_skripsi/4410401042%20Vera%20Silvana%20Dewi.pdf, diakses tanggal 14 Juni 2017

⁷⁰Fitryan G Dennis, *Bekerja Sebagai News Presenter*, (Jakarta: Esensi, 2008), hal. 68.

Metro TV mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000 dengan 12 jam tayang. Sejak 1 April 2001 Metro TV sudah mulai mengudara selama 24 jam. Metro TV dapat di tangkap secara teresterial di 280 kota yang tersebar di tanah air Indonesia yang dipancarkan dari 52 transmisi.

Selain secara teresterial, siaran Metro TV dapat dijangkau melalui televisi kabel di seluruh Indonesia, melalui satelit Palapa 2 ke seluruh negara-negara ASEAN, termasuk di Hongkong, Cina selatan, India, Taiwan, Macao, Papua Nugini, dan sebagian Australia serta Jepang.

Metro TV melakukan kerjasama dengan beberapa televisi asing yaitu kerjasama dalam pertukaran berita, kerjasama pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Stasiun televisi tersebut adalah CCTV, Channel 7 Australia, dan *Voice Of America* (VOA). Selain bekerjasama dengan stasiun televisi internasional, Metro TV juga memiliki Internasional contributor yang tersebar di Jepang, China, USA, dan Inggris. Dengan kerjasama internasional ini Metro TV berusaha untuk memberikan sumber berita mengenai keadaan dalam negeri yang dapat dipercaya dan komprehensif kepada dunia luar dan juga hal ini mendukung Metro TV untuk menjadi media yang secara cepat, tepat, dan cerdas dalam mendapatkan berita.⁷¹

Untuk dapat menayangkan peristiwa-peristiwa yang terjadi secara live, Metro TV juga memiliki 19 buah mobil satellite. Peralatan tersebut berupa 12 Buah mobil

⁷¹Putri Helmalena, *Analisis Fenomenologi Pada Program Mario Teguh Golden Ways di MetroTV*, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/4921/1/PUTRI%20HELMALENA-FDK.PDF>, Diakses tanggal 14 Juni 2017.

SNG (*Satelit News Gathering*) dan 7 Buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*).⁷²

B. Sejarah Metro TV Biro Palembang

Metro TV Biro Palembang berdiri sejak 12 Desember 2012. Ini merupakan perwakilan yang berpusat di Jakarta, dan salah satu dari tujuh Kantor Biro Metro TV yang akan di seluruh Indonesia. Metro TV Biro Palembang sendiri membawahi lima Provinsi di Sumbagsel yaitu Sumatera Selatan, Lampung, Jambi, Bengkulu, dan Bangka Belitung. Dengan jumlah Team Liputan Organik dan 17 Kontributor.

Satu-satunya TV di Sumsel yang dilengkapi dengan *Satelit News Gathering*. Dengan adanya *Satelit News Gathering* itu membuat penayangan secara langsung berita yang diliput di suatu daerah seperti Kejadian Peristiwa Pembakaran Polres OKU, Pembakaran Polsek Muara Rupit di Kab. Musi Rawas Utara, Pembakaran Lahan di Jambi, Pencarian Pesawat Air Asia Hilang di Belitung. Tidak hanya berita peristiwa, Metro TV Biro Palembang juga menyiarkan secara langsung kegiatan atau event tahunan di wilayah Sumatera Bagian Selatan. Dengan adanya kantor Biro Metro TV di beberapa wilayah Indonesia dapat memberikan informasi cepat dan komprehensif dari berbagai wilayah di Indonesia.

C. Visi dan Misi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Visi

⁷²*Ibid.*

- a. Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dengan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas.
- b. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan

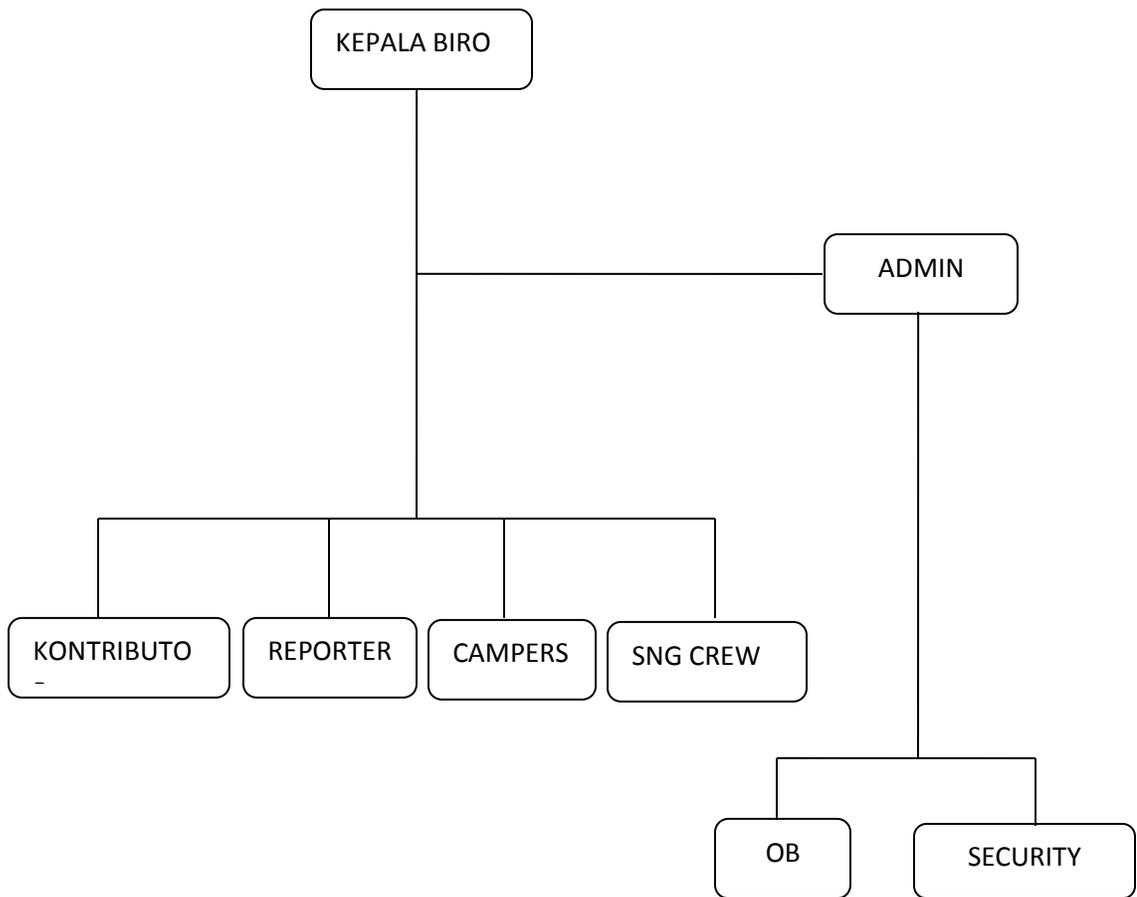
Misi

- a. Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- b. Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.
- c. Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.⁷³

D. Struktur Organisasi Metro TV Biro Palembang

⁷³*Ibid.*

Struktur PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Biro Palembang⁷⁴



Dari struktur organisasi Biro Palembang yang ada di atas, bahwa kepala biro dalam hal ini sangat bertanggung jawab penuh dan memiliki kewenangan atas admin, kontributor, reporter, campers, SNG Crew, OB dan security.

⁷⁴Comprof PT. Media Televisi Indonesia *Metro TV*, 2017

Kepala biro biasanya mendapatkan tugas atau perintah dari bagian *news* kantor pusat untuk meliput secara *live* ataupun hanya liputan biasa untuk kebutuhan *news division* di kantor pusat. Selain tugas tersebut, kepala biro dapat memerintah reporter atau campers, kontributor dalam pencarian atau peliputan berita. Reporter dan *Cam.person* bertugas meliput dan memberitakan informasi secara *live* ataupun *taping*. Kontributor memiliki tugas mendapatkan atau memberikan berita kepada *news division* secara *streaming* dari tempat dia bertugas. Selain bagian peliputan seperti reporter atau *Cam.pers*, dan contributor dalam struktur organisasi Metro TV Biro Palembang terdapat juga *SNG Crew* yang terdiri dari beberapa orang untuk bertugas melakukan pengiriman berita secara *feeding* maupun melakukan siaran *live* dari satu tempat kejadian.

Adapun Susunan Organisasi Metro TV Biro Palembang sebagai berikut:⁷⁵

Kepala biro : Harya Digdaya
Admin : Rauda Ramadhani
Reporter 1 : Harya Digdaya
Reporter 2 : Taris Hirziman
Campers 1 : Hanindito
Campers 2 : Rahmat
Kontributor : 18 Kontributor Sumbagsel

⁷⁵Harya Digdaya, Kepala Biro Metro TV Biro Palembang, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Juni 2017.

SNG : Mukti Ali
Editing : Budi
Security : Ramon
Security : Hendra
Security : Ruslan
Driver 1 : Larud
Driver 2 : Sofyan
Office Boy : Abi

E. Tugas Bidang Struktur Organisasi Metro TV Biro Palembang

a. Kepala Biro Palembang

- 1) Memastikan ketersediaan siaran berita Metro TV Biro Palembang dalam kelancaran kegiatan operasional news division.
- 2) Menjadi pengambil keputusan untuk memilih topik berita, wawancara, program acara khusus yang akan ditayangkan.
- 3) Melakukan koordinasi dengan Reporter / Campers, kontributor, dan SNG Crew mengenai aktivitas Biro Palembang.
- 4) Memastikan proses peliputan berita oleh reporter / campers, kontributor sesuai dengan tuntutan kantor pusat.

b. Admin

- 1) Menyiapkan proposal (untuk kegiatan – kegiatan liputan live harian) dan proposal keuangan untuk kegiatan live skala besar untuk laporan ke kantor pusat.
- 2) Melakukan negosiasi atau penjelasan dengan pihak-pihak terkait (intern).
- 3) Mencatat dan melaporkan kegiatan Biro Palembang dalam bentuk laporan tertulis kepada kantor pusat.

c. Reporter / Campers

- 1) Melakukan peliputan sebuah berita baik secara live maupun taping.
- 2) Melakukan peliputan sesuai perintah dari pusat melalui kepala biro atau isidentil.
- 3) Bagi Reporter dalam tugasnya apabila hendak *live* maka ia harus mengambil bahan yang telah diemail oleh kontributor.

d. Kontributor

- 1) Mencari berita yang sedang hangat di daerah peliputan masing-masing.
- 2) Melakukan peliputan sesuai perintah dari pusat melalui kepala biro.
- 3) Membuat naskah atau teks berita berdasarkan hasil peliputan.
- 4) Mengirimkan hasil liputan baik berupa streaming maupun feeding.
- 5) Mengirimkan naskah atau teks berita.

e. SNG Crew

- 1) Mempersiapkan untuk liputan live dari tempat kejadian
- 2) Mempersiapkan hubungan live dengan kantor pusat
- 3) Mengatur hubungan antara tim liputan yang akan atau sedang live dengan kantor pusat di Jakarta.
- 4) Mengolah / editing hasil liputan repoter/campers dan hasil kontributor
- 5) Menjaga dan merawat kondisi SNG agar siap selalu dalam setiap tugasnya.

f. Security

- 1) Bertugas menjaga kantor dan bertugas menjaga keamanan setiap siaran langsung.
- 2) Melakukan pemeriksaan pada tamu / pemilik yang akan masuk ke area kerja.

g. Driver

- 1) Bertugas untuk mengantar reporter/campers melakukan peliputan
- 2) Merawat mobil yang digunakan.
- 3) Menjaga keamanan diwaktu membawa mobil

h. Office Boy (OB)

- 1) Membersihkan dan merapikan meja, kursi, komputer dan perlengkapan lainnya.
- 2) Menyediakan minuman untuk karyawan maupun tamu.
- 3) Mengirim/mengambil dokumen antar divisi/bagian.
- 4) Melayani permintaan/ fotokopi/ faksimil.⁷⁶

⁷⁶ *Ibid*

5)

F. Keadaan Fisik Metro TV Biro Palembang

1. Gedung

Bangunan gedung kantor berita Metro TV Biro Palembang sekarang cukup memadai, keadaan fisiknya permanen berlantai empat. Bila ditinjau dari lokasinya sangatlah strategis, yaitu terletak di tengah kota Palembang di Komplek Taman Harapan Indah berdekatan dengan Hotel Grand Zurri Express, sehingga memudahkan masyarakat sekitar untuk mengetahui kantor berita Metro TV ini. Dari segi kenyamanan dan keamanan, sekarang telah dipasang *Air Conditioner* (AC) di semua lantai dan ruang yang memungkinkan para crew lebih nyaman saat melakukan proses produksi berita.

Mengenai ruangan-ruangan Metro TV Biro Palembang yang ada dilantai satu itu tempat para crew bekerja, seperti melakukan pengeditan, tempat menerima tamu, tempat admin, tempat security, ada juga tempat bersantai. Pada lantai dua dan tiga digunakan sebagai tempat penyimpanan alat-alat peliputan, seperti kamera, tripot, kabel, berka-berkas dan lain lain.

2. Fasilitas/ Peralatan

Gedung Metro TV Biro Palembang dilengkapi dengan fasilitas antara lain:

Tabel. 1.

Tabel perabot dan peralatan⁷⁷

No	Jenis peralatan	Jumlah	Tahun pengadaan	Ket.
1	Kamera	3	2012	A
2	Tripot	3	2012	B
3	Microfon	2	2012	B
4	Wifi	1	2012	A
5	Komputer	4	2012	B
6	Printer	1	2012	B
7	Fax	1	2012	B
8	Mesin genset	2	2014	A
9	Kabel	5	2012	B
10	AC	2	2012	B
11	Telepon	2	2012	B
12	Absen elektronik	1	2012	B
13	Kursi	7	2012	B
14	Meja	4	2014	B
15	Papan tulis	2	2012	B
16	TV	1	2014	A

⁷⁷Rauda Ramadhani , Petugas Bagian Administrasi dan Keuangan Metro TV Biro Palembang, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Juni 2017.

G. Profil PT Media Televisi Indonesia METRO TV

Profil perusahaan merupakan identitas perusahaan dimana didalamnya terdapat kejelasan sebagai berikut:⁷⁸

1. Nama Perusahaan : PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)
2. Alamat : Jl. Pilar Mas Raya Kav A – D, Kedoya, Kebon Jeruk Jakarta 11520
3. Telepon : (021) 58300077 (Hunting)
4. Fax : (021) 58300066 (General)
(021) 58302139 (Redaksi)
(021) 5816216 (PR &Publicity)
5. Email : webmetro@metrotvnews.com
6. Website : www.metrotvnews.com
7. Slogan : Metro TV Knowledge To Elevate

H. Logo PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Setiap perusahaan memiliki logo sebagai simbol dari identitas diri perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat. Demikian pula dengan PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) memiliki logo dengan ciri khas tertentu.

⁷⁸ Rauda Ramadhani, Petugas Bagian Administrasi dan Keuangan Metro TV Biro Palembang, *Wawancara Pribadi*, Palembang, 02 Juni 2017.

Ciri khas METRO TV adalah simbol bidang elips emas kepala burung elang, dipertegas dengan Huruf M,E,T,R,O,T,V berwarna biru.

Gambar.1.

Logo PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)⁷⁹



Logo METRO TV dirancang tampil dalam citraan tipografis sekaligus kecitraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya gabungan antara tekstual (diwakili huruf – huruf : M-E-T-R-T-V) dengan visual (Diwakili simbol bidang elips emas kepala burung elang). Elips emas dengan kepala burung elang pada posisi huruf “O” dengan pertimbangan kesamaan struktur huruf “O” dengan elips emas, dan menjadi pemisah bentuk – bentuk teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingat,dirancang agar pelihat akan menangkap dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai METRO TV.

Logo MERTO TV dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi METRO TV secara institusi, tetapi berfungsi sebagai sarana pembangunan image yang tepat dan cepat dari masyarakat terhadap institusi METRO TV.

⁷⁹Putri Helmalena, *Analisis Fenomenologi Pada Program Mario Teguh Golden Ways di MetroTV*, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/4921/1/PUTRI%20HELMALENA-FDK.PDF>, Diakses tanggal 14 Juni 2017.

Melalui tampilan logo, Masyarakat luas mendapatkan gerbang masuk, mengenal, memahami, serta meyakini visi, misi serta karakter METRO TV sebagai institusi. Logo METRO TV dalam rancang rupa bentuknya berlandaskan pada hal – hal berikut⁸⁰:

- a. Sempel (Tidak Rumit)
- b. Memberi kesan global dan modern
- c. Menarik dilihat dan mudah diingat
- d. Dinamis dan Lugas
- e. Berwibawa namun Familiar
- f. Memenuhi syarat – syarat teknis dan estesis untuk aplikasi print, elektronik dan filmis.
- g. Memenuhi syarat teknis dan estesis untuk metamorfosis dan animatif.

I. Arti Logo Bidang Elips Emas

Sebagai latar dasar teraan kepala burung elang, merupakan proses metamorfosi atas beberapa bentuk, yaitu :

- a. Bola Dunia

⁸⁰ *Ibid*

Sebagai simbol cakupan yang global dari sifat informasi, komunikasi dan seluruh kiprah operasional institusi Metro TV.

b. Telur Emas

Sebagai simbol Bold yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan image suatu bentuk (institusi) yang secara struktur kokoh, akurat, dan artistik sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.

c. Elips

Sebagai simbol citraan lingkaran (ring) benda planet, tampil miring kekanan sebagai kesan bergerak, dinamis. Lingkaran (ring) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit sesuatu yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.

d. Elang

Simbol kewibawaan, kemandirian, keluasaan penjelajahan dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas namun penuh keanggunan gerak hidupnya anggun.

J. PENGHARGAAN DAN RATING METRO TV

Penghargaan yang pernah diraih Metro TV, yaitu:⁸¹

1. Meraih Penghargaan dalam kategori The Best Electronic Media yang diberikan oleh Cakram Award tahun 2001.
2. Meraih Penghargaan The Best Ramadhan Program For Jelang Bedug dalam kategori Informasi Ramadhan yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia Awards tahun 2001.
3. Nominasi Best Current Affairs Program dalam Acara 15th Asian Television Award tahun 2010.
4. Nominasi Acara Talkshow Terbaik Anugerah KPI tahun 2011.
5. The Word Of Mouth Marketing Award Tahun 2011.
6. Penghargaan dengan kategori Film Dokumenter terbaik, Episode Beasiswa Ala Bajo dalam acara Anugerah KPI Tahun 2011.
7. Acara Talkshow Terinspirasi Dompok Dhuafa Awards tahun 2011.
8. Penghargaan dengan kategori Talk Show (Kick Andy) Terbaik dalam acara Anugerah KPI tahun 2012.
9. Penghargaan dengan kategori Talk Show (Mata Najwa) Terbaik dalam acara Anugerah KPI tahun 2012.
10. Penghargaan dalam kategori Media Peduli HIV Aids dalam acara Kalbe Farma Award tahun 2013.
11. Acara Talkshow Terbaik Anugerah KPI tahun 2013.
12. Program Berita Terbaik Anugerah KPI tahun 2014.

⁸¹ www.Metrotvnews.com, diakses pada tanggal 08 Agustus 2017

13. Talkshow Of The Year, *Rolling Stone Editor's Choice Award* tahun 2014.
14. TV Program Of The Year dalam acara Present Indonesian Choice Award tahun 2014.
15. Penghargaan Best TV Program Of The Year (Mata Najwa) dalam acara Present Indonesian Choice Award tahun 2015.
16. Penghargaan Best TV Program Of The Year (Kick Andy) dalam acara Present Indonesian Choice Awards tahun 2015.
17. TV Program Of The Year dalam acara Present Indonesian Choice Awards tahun 2016.
18. Pemenang dengan Kategori Program Berita Terbaik dalam acara Anugerah KPI tahun 2016.
19. Penghargaan dan Apresiasi Sebagai Media yang turut membantu dalam penyelenggaraan angkutan lebaran oleh Kementrian Perhubungan (Kemenhub) tahun 2017.

Rating merupakan suatu penilaian atau evaluasi yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu dalam suatu hal. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melakukan survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi bekerjasama dengan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) dan 12 perguruan tinggi di Indonesia.

Salah satu kategori program yang disurvei adalah talkshow. Hasilnya, Mata Najwa di Metro TV menjadi program talkshow paling banyak ditonton pemirsa

dengan jumlah 66,3 persen. Di tempat kedua ada Indonesia lawyers Club (63,5%), dan Mario Teguh Show (53,9%).⁸²

Tak hanya dari segi pemeringkatan, Mata Najwa juga menjadi program talkshow paling berkualitas. Indeks kualitas program acara Mata Najwa meraih angka tertinggi di antara program lain yaitu, 3,99. Diikuti program Aiman dengan nilai 3,83. KPI menetapkan indeks 4 sebagai standar kualitas baik untuk setiap program.

Dari kategori program berita, program 360 di Metro TV meraih indeks 3,91 dan menduduki posisi tiga teratas program berita berkualitas. Di sisi lain, survei ini menunjukkan program sinetron dan infotainment mendapat nilai indeks paling rendah. Program ini mendapat indeks di bawah tiga. Program sinetron meraih indeks 2,94, sedangkan program infotainment mendapat indeks 2,52.

Dengan hasil Survei Indeks Program Siaran Televisi, Pimpinan KPI Pusat Yuliandre Darwis dalam situs resmi KPI mengatakan bahwa, Ia tentunya berharap, program-program siaran yang berkualitas dapat didukung dengan iklan-iklan yang dapat menjaga kesinambungan program tersebut.⁸³

K. Strategi PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)

⁸² *Ibid*

⁸³ *Ibid*

Secara keseluruhan untuk selalu tampil ke depan sebagai televisi terbaik yang mampu mengatasi gejolak pasar, perhatian Metro TV sangat dicurahkan kepada:

1. Peningkatan dan pendayagunaan sarana operasi dan teknologi sehingga dapat memberikan berbagai kemudahan dan kenyamanan bagi pemilik pesawat televisi.
2. Penyajian program yang menarik dan memuaskan sesuai dengan kebutuhan pemirsa baik berupa hiburan, pengetahuan, informasi aktual dan akurat, serta pengembangan kreativitas untuk melahirkan program-program acara baru yang menarik, memuaskan pemirsa dan dapat dipertanggung jawabkan.
3. Pemasaran iklan yang menunjang biaya operasional dengan tetap memperhatikan kepentingan masyarakat luas.
4. Peningkatan peran, kompetensi dan profesionalisme sumber daya manusia, melalui program pelatihan dan pemeliharaan motivasi kerja karyawan melalui berbagai perlindungan dan kesejahteraan.
5. Pengembangan usaha yang tetap berorientasi kepada kepentingan masyarakat baik berupa penyajian program hiburan, informasi dan pengetahuan serta program-program sosial.

L. Target Pemirsa PT Media Televisi Indonesia (METRO TV)

Metro TV merupakan jaringan TV swasta nasional pertama di Indonesia yang menyajikan tayangan berita sebagai tayangan utama dalam penyiarannya, dengan rata-rata sekitar 70% tayangannya bersifat berita (*News*) dan memiliki persentase 30% tayangan non berita (*non news*). Sasaran pemirsa Metro TV adalah semua lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi berita yang hangat yang sedang menjadi pemberitaan di masyarakat.⁸⁴

Program Metro TV dirancang untuk mengakomodasi keluarga yang berpenghasilan menengah ke atas (target pemirsa AB 20+). Susunan program Metro TV hampir semua menyuguhkan tayangan berita yang dalam produksinya hampir semuanya di lakukan atau di produksi sendiri. Metro TV memusatkan upayanya pada peningkatan kualitas produksi lokal, sementara di saat yang sama secara selektif memperoleh hak untuk menyiarkan konten asing, yang diyakini Metro TV sesuai dengan selera lokal.

Tabel.2.

⁸⁴*Ibid.*

Target audience Metro TV⁸⁵

Stasiun TV lain	Metro TV
Me-too product: 90% entertainment 10% news	Berita/informasi : 70% news 30% non news
Sign on – sign off	24 hours
15-25% in house production	75-85% in house production
Target audience : all segment	Target audience = segment M/F AB,20+

Keterangan:

M/F : Male/ Female ; Pria/ Wanita

Segment : Segmentasi dari pemirsa yang bisa dipilah-pilah berdasarkan berbagai kategori jenis kelamin, umur, domisili, expenditure.

Expenditure : Besarnya pengeluaran rata-rata perbulan oleh tiap individu Untuk memenuhi kebutuhannya dan tidak termasuk tabungan.

20+ : Umur di atas 20 tahun

AB : Besarnya pengeluaran perbulan.

BAB IV

ANALISIS DATA

⁸⁵ *Ibid.*

A. Tahapan Penelitian

1. Menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 21.
2. Menganalisis perindikator, pada variable X dan Y.
3. Melakukan uji hipotesis statistik dengan rumus regresi linier sederhana dan membahas hasil yang diperoleh.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas Variabel

Pada penelitian ini penulis memiliki 30 item. Dimana 16 item untuk variabel komunikasi vertikal (X) dan 14 item untuk variabel produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang (Y). Untuk mengetahui valid atau tidaknya item bisa dilihat pada *corred item total correlation* jika item $< r$ tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan item $> r$ tabel maka dinyatakan valid. Uji validitas ini menggunakan r tabel product moment dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan rumus *degree of freedom* yaitu $df = n$ (jumlah sampel)-2,⁸⁶ maka $df = 31-2 = 29$ sehingga r tabel 0,355. Berikut hasil uji validitas:

Tabel. 1
Uji Validitas Variabel X (Komunikasi Vertikal)

⁸⁶Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), Cet Ke-2, h.164.

Item	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Item 1	.588	0,355	Valid
Item 2	.445	0,355	Valid
Item 3	.457	0,355	Valid
Item 4	.483	0,355	Valid
Item 5	.396	0,355	Valid
Item 6	.504	0,355	Valid
Item 7	.466	0,355	Valid
Item 8	.468	0,355	Valid
Item 9	.396	0,355	Valid
Item 10	.521	0,355	Valid
Item 11	.377	0,355	Valid
Item 12	.520	0,355	Valid
Item 13	.497	0,355	Valid
Item 14	.409	0,355	Valid
Item 15	.521	0,355	Valid
Item 16	.409	0,355	Valid

Tabel. 2
Uji Validitas Variabel Y (Produktivitas Kerja Karyawan)

Item	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Item 1	.494	0,355	Valid
Item 2	.379	0,355	Valid
Item 3	.421	0,355	Valid
Item 4	.505	0,355	Valid
Item 5	.421	0,355	Valid
Item 6	.440	0,355	Valid
Item 7	.516	0,355	Valid
Item 8	.436	0,355	Valid
Item 9	.377	0,355	Valid
Item 10	.432	0,355	Valid
Item 11	.474	0,355	Valid
Item 12	.466	0,355	Valid
Item 13	.522	0,355	Valid
Item 14	.522	0,355	Valid

Berdasarkan data pada tabel 2 dan tabel 3 dapat dilihat bahwa semua nilai pada *corrected item total correlation* lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen variabel X dan variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner.

b. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini setelah melakukan uji validitas, selanjutnya menguji reliabilitas variabel komunikasi vertikal (X) dan variabel produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang dengan menggunakan SPSS versi 21 dan rumus *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat sebagai alat ukur pengambilan data penelitian, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka variabel tersebut tidak dapat digunakan. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Komunikasi Vertikal (X)	16 Pertanyaan	.846	Valid
Produktivitas Kerja Karyawan(Y)	14 pertanyaan	.821	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Berdasarkan dari tabel 3, 4 maka dapat disimpulkan variabel X dan variabel Y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

2. Menganalisis Perindikator, Perdimensi Serta Pervariabel X dan Y

Pada penelitian ini, variabel X (Komunikasi Vertikal) terdapat 4 dimensi yang diantaranya adalah dimensi instruksi tugas memiliki 4 indikator, dimensi laporan memiliki 4 indikator, dimensi pujian memiliki 4 indikator, dimensi tatap muka memiliki 4 indikator. Variable Y yaitu dimensi efektivitas memiliki 4 indikator, dimensi efisiensi memiliki 4 indikator, dimensi kepribadian memiliki 3 indikator,

dimensi motivasi kerja memiliki 3 indikator. Semua dimensi masing-masing memiliki perbedaan indikator pernyataan sehingga berjumlah 30 indikator pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban pernyataan dari responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel berikut.

1. Indikator Komunikasi Vertikal (X)

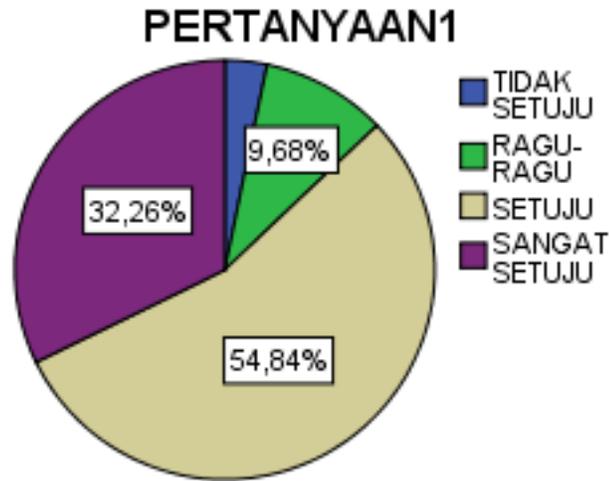
a. Dimensi instruksi tugas

1. Atasan memberikan pedoman pelaksanaan pekerjaan sebelum instruksi tugas dikerjakan.

Tabel. 4 Persentase Jawaban Responden X1

	Frequency	Percent
Tidak setuju	1	3.2%
Ragu-ragu	3	9.7%
Valid Setuju	17	54.8%
Sangat setuju	10	32.3%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 1 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 1

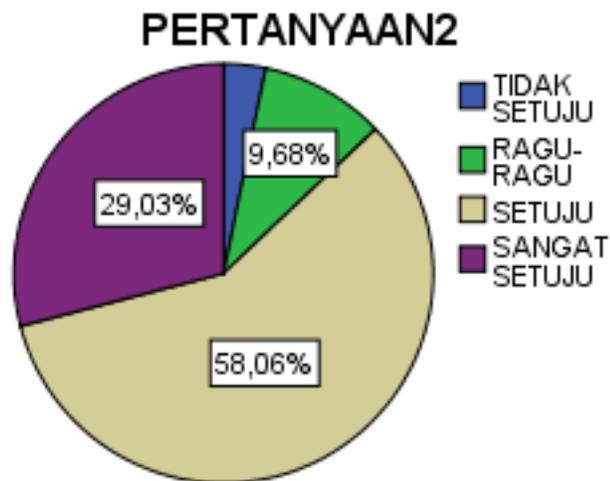
Dapat diketahui pada tabel 1 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.1 menunjukkan 10 (32,3%) responden menyatakan sangat setuju (5), 17 (54,8%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2%), responden menjawab tidak setuju, respon yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan no.1 menunjukkan responden menyetujui bila atasan memberikan pedoman pelaksanaan pekerjaan terlebih dahulu sebelum instruksi tugas dikerjakan.

2. Atasan menjelaskan tugas dari masing-masing karyawan.

Tabel. 5 Persentase Jawaban Responden X2

	Frequency	Percent
Tidak setuju	1	3.2%
Ragu-ragu	3	9.7%
Valid Setuju	18	58.1%
Sangat setuju	9	29.0%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 2 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 2

Dapat diketahui pada tabel 2 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 2 menunjukkan 9 (29,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (58,1%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2 %) responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan

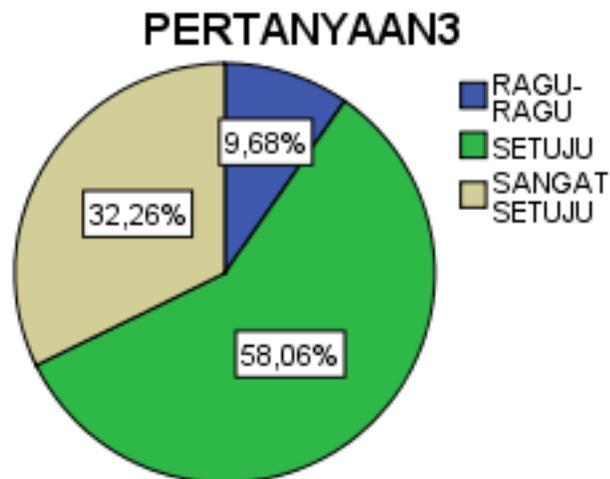
menunjukkan responden menyetujui jika atasan menjelaskan tugas dari masing-masing karyawan.

3. Atasan mengarahkan perilaku karyawan dalam beraktivitas kerja.

Tabel. 6 Persentase Jawaban Responden X3

	Frequency	Percent
Ragu-ragu	3	9.7%
Valid Setuju	18	58.1%
Sangat setuju	10	32.3%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 3 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 3

Dapat diketahui pada tabel 3 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.3 menunjukkan 10 (32,3%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (58,1%) responden menyatakan setuju (4), 3

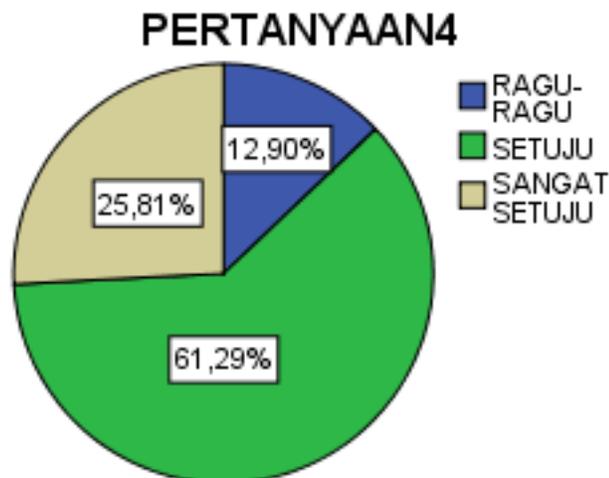
(9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyukai atasan mengarahkan perilaku karyawan dalam beraktivitas kerja.

4. Karyawan melaksanakan tugas sesuai prosuder dan kebijakan perusahaan

Tabel. 7 Persentase Jawaban Responden X4

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	4	12.9%
	Setuju	19	61.3%
	Sangat setuju	8	25.8%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 4 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 4

Dapat diketahui pada tabel 4 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.4 menunjukkan 8 (25,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 8 (25,8%) responden menyatakan setuju (4), 4 (12,9%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika karyawan melaksanakan tugas sesuai dengan prosedur dan kebijakan perusahaan.

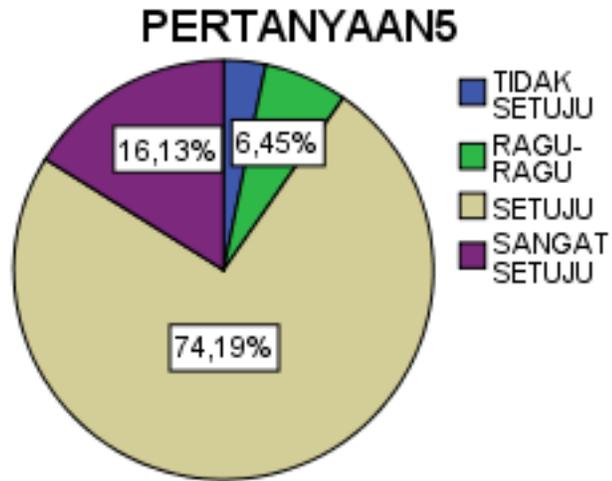
b. Dimensi laporan

5. Karyawan membuat laporan kepada atasan guna mempertanggung jawabkan setiap hasil pekerjaan.

Tabel. 8 Persentase Jawaban Responden X5

	Frequency	Percent
Valid Tidak setuju	1	3,2%
Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	23	74.2%
Sangat setuju	5	16.1%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 5 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 5

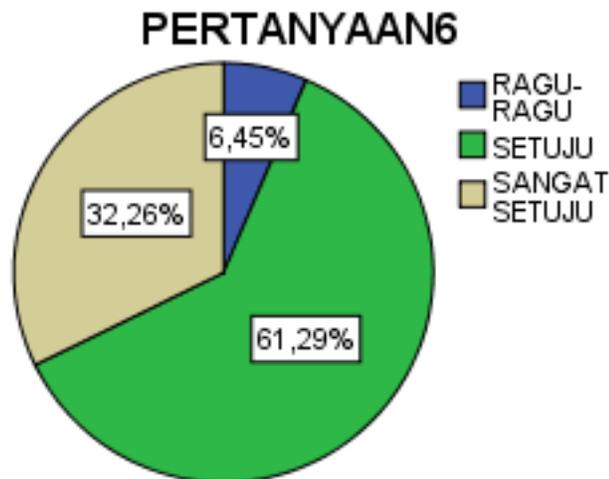
Dapat diketahui pada tabel 5 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.5 menunjukkan 5 (16,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 23 (74,2%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2%), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyukai jika karyawan membuat laporan kepada atasan guna mempertanggungjawabkan setiap hasil pekerjaan.

6. Pimpinan memberikan informasi tentang hasil pekerjaan karyawan agar mereka mengetahui prestasi kemajuannya.

Tabel. 9 Persentase Jawaban Responden X6

	Frequency	Percent
Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	19	61.3%
Valid Sangat setuju	10	32.3%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 6 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 6

Dapat diketahui pada tabel 6 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.6 menunjukkan 10 (32,3%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban

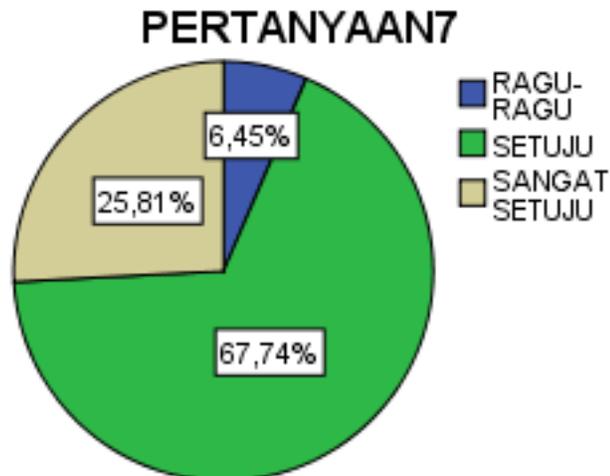
responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyukai jika pimpinan memberikan informasi tentang hasil pekerjaan karyawan agar mereka mengetahui prestasi kemajuannya.

7. Karyawan dapat menyampaikan keluhan, pendapat, dan saran kepada atasan secara terbuka.

Tabel. 10 Persentase Jawaban Responden X7

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	2	6.5%
	Setuju	21	67.7%
	Sangat setuju	8	25.8%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 7 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 7

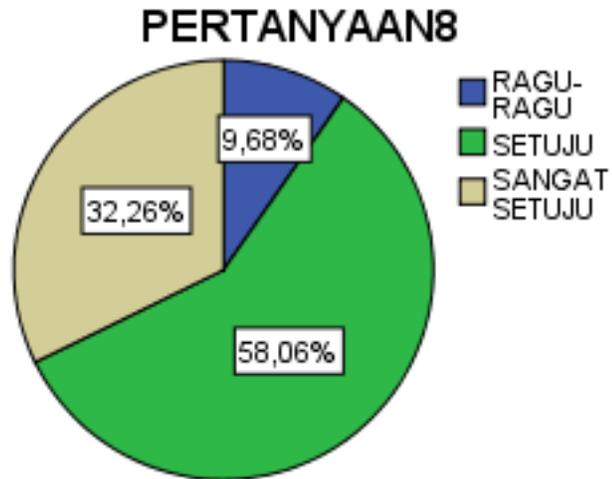
Dapat diketahui pada tabel 7 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no.7 menunjukkan 8 (25,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 21 (67,7%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden setuju jika karyawan dapat menyampaikan keluhan, pendapat, dan saran kepada atasan dengan terbuka.

8. Atasan menjadikan hasil laporan sebagai bahan evaluasi karyawan

Tabel. 11 Presentase Jawaban Responden X8

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	3	9.7%
	Setuju	18	58.1%
	Sangat setuju	10	32.3%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 8 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 8

Dapat diketahui pada tabel 8 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.8 menunjukkan 10 (32,3%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (58,1%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika atasan menjadikan hasil laporan sebagai bahan evaluasi karyawan.

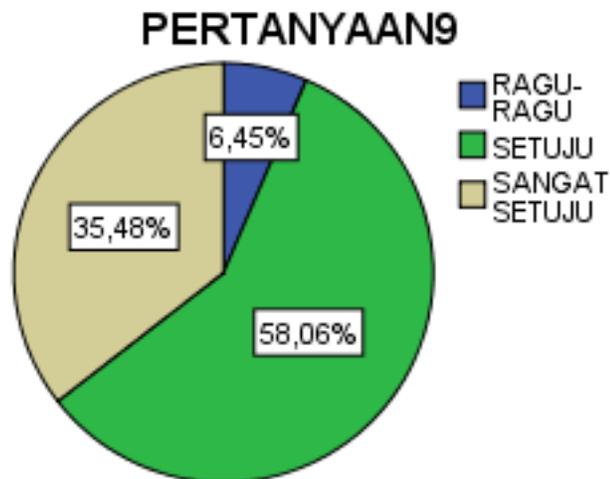
c. Dimensi pujian

9. Pemberian pujian kepada karyawan yang berprestasi sangat berguna.

Tabel. 12 Persentase Jawaban Responden X9

	Frequency	Percent
Valid		
Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	18	58.1%
Sangat setuju	11	35.5%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 9 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 9

Dapat diketahui pada tabel 9 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.9 menunjukkan 11 (35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (58,1%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban

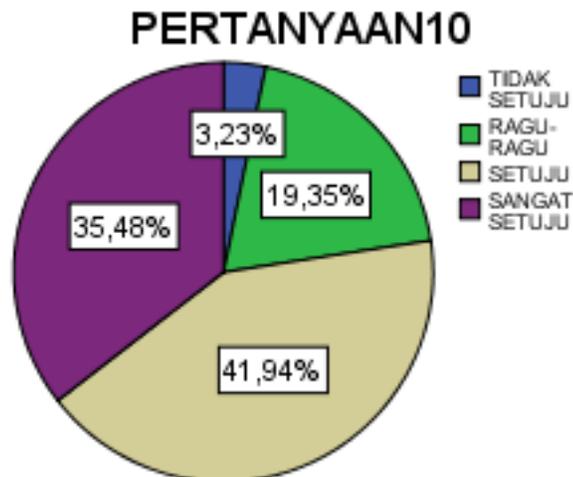
responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika pemberian pujian kepada karyawan yang berprestasi sangat berguna.

10. Atasan dapat memberikan pujian sebagai bentuk penghargaan terhadap kemampuan yang dimiliki karyawan

Tabel. 13 Persentase Jawaban Responden X10

		Frequency	Percent
Valid	Tidak setuju	1	3.2%
	Ragu-ragu	6	19.4%
	Setuju	13	41.9%
	Sangat setuju	11	35.5%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017



Gambar 10 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 10

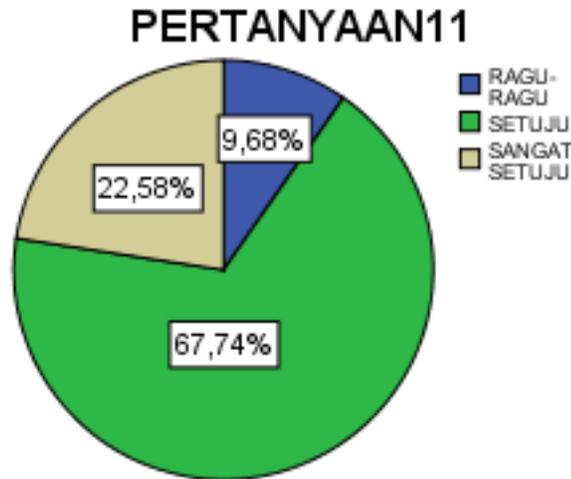
Dapat diketahui pada tabel 10 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.10 menunjukkan 11 (35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 13 (41,9%) responden menyatakan setuju (4), 6 (19,4%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2 %), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika atasan dapat memberikan pujian sebagai bentuk penghargaan terhadap kemampuan yang dimiliki karyawan.

11. Loyalitas karyawan terhadap pekerjaan patut diberi apresiasi dengan pujian.

Tabel. 14 Persentase Jawaban Responden X11

	Frequency	Percent
Valid Ragu-ragu	3	9.7%
Valid Setuju	21	67.7%
Valid Sangat setuju	7	22.6%
Valid Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus2017.



Gambar 11 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 11

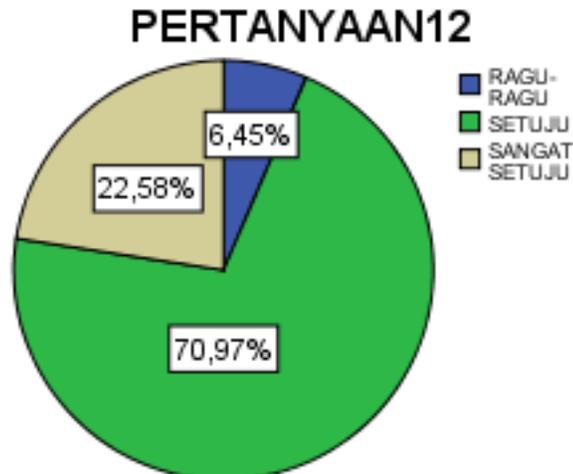
Dapat diketahui pada tabel 11 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.11 menunjukkan 7 (22,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 21 (67,7%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), 12 (15,0 %), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika loyalitas karyawan terhadap pekerjaan patut diberi apresiasi dengan pujian.

12. Atasan dapat meningkatkan ketekunan kerja karyawan dengan cara memberikan pujian

Tabel. 15 Persentase Jawaban Responden X12

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	2	6.5%
	Setuju	22	71.0%
	Sangat setuju	7	22.6%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 12 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 12

Dapat diketahui pada tabel 12 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.12 menunjukkan 7 (22,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 22 (71,0%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan

setuju mencapai 93,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika atasan dapat meningkatkan ketekunan kerja karyawan dengan cara memberikan pujian.

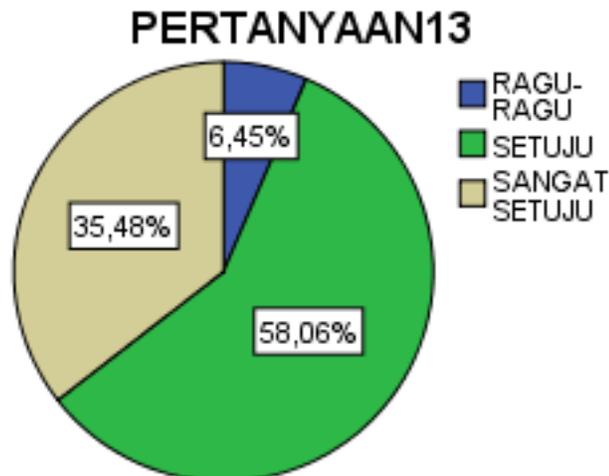
d. Dimensi tatap muka

13. Perlakuan atasan yang sering memberi bimbingan, pengarahan dan berdialog dalam melaksanakan pekerjaan, membuat saya merasa dihargai.

Tabel. 16 Persentase Jawaban Responden X13

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	2	6.5%
	Setuju	18	58.1%
	Sangat setuju	11	35.5%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 13 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 13

Dapat diketahui pada tabel 13 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.13 menunjukkan 11 (35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (58,1%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%)

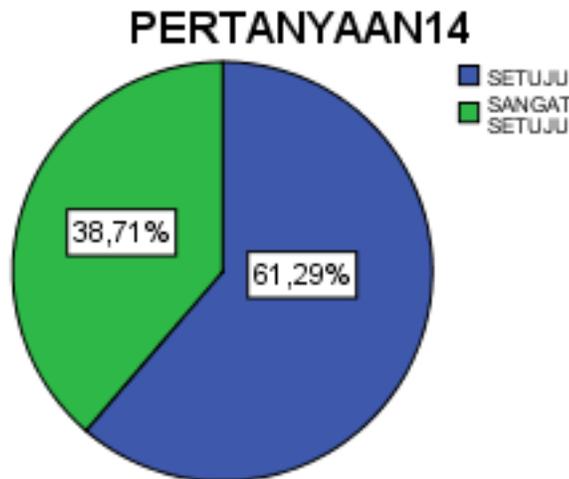
responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden merasa dihargai ketika pimpinan sering memberi bimbingan, pengarahan dan berdialog dalam melaksanakan pekerjaan.

14. Metro TV selalu mengadakan *employee gathering* guna menciptakan hubungan kerja yang harmonis

Tabel. 17 Persentase Jawaban Responden X14

		Frequency	Percent
Valid	Setuju	19	61.3%
	Sangat setuju	12	38,7%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 14 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 14

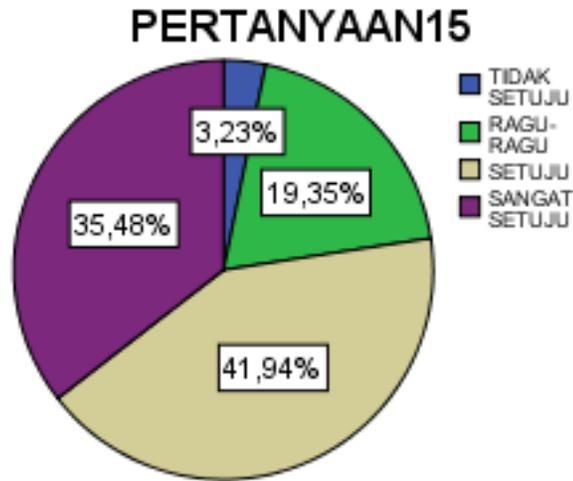
Dapat diketahui pada tabel 14 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.14 menunjukkan 12 (38,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), responden yang menjawab ragu-ragu tidak ada, responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 100,0%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyukai kegiatan *employee gathering* guna menciptakan hubungan kerja yang harmonis.

15. Berdebat untuk suatu usulan merupakan hal yang wajar terjadi antara pimpinan dengan karyawan

Tabel. 18 Persentase Jawaban Responden X15

		Frequency	Percent
Valid	Tidak setuju	1	3.2%
	Ragu-ragu	6	19.4%
	Setuju	13	41.9%
	Sangat setuju	11	35.5%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 15 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 15

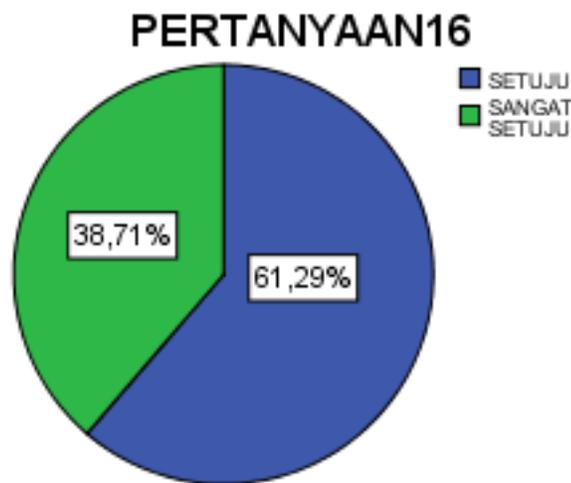
Dapat diketahui pada tabel 15 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 15 menunjukkan 11 (35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 13 (41,9%) responden menyatakan setuju (4), 6 (19,4%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2 %), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika Berdebat untuk suatu usulan merupakan hal yang wajar terjadi antara pimpinan dengan karyawan.

16. Atasan saya mengerti dan memahami kesulitan yang terjadi di tempat kerja.

Tabel. 19 Persentase Jawaban Responden X16

		Frequency	Percent
Valid	Setuju	19	61.3%
	Sangat setuju	12	38,7%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 14 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 16

Dapat diketahui pada tabel 16 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no.14 menunjukkan 12 (38,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), responden yang menjawab ragu-ragu tidak ada, responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 100,0%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi

pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika atasan mereka mengerti dan memahami kesulitan yang terjadi di tempat kerja.

2. Indikator Produktivitas Kerja Karyawan (Y)

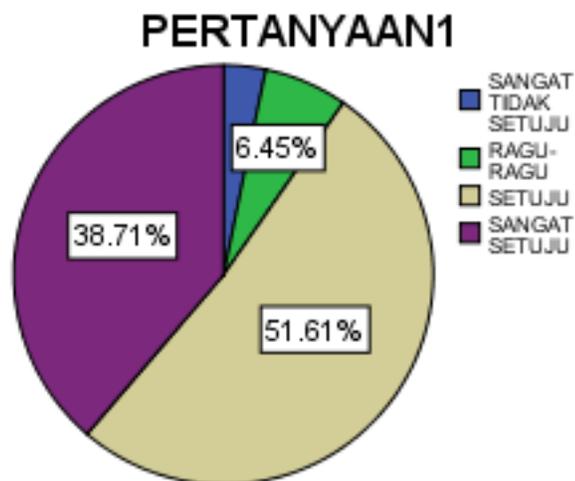
a. Dimensi Efektifitas

17. Efektivitas dapat dicapai dengan menyelesaikan tugas tepat waktu.

Tabel. 20 Persentase Jawaban Responden Y1

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	3.2%
Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	16	51.6%
Sangat setuju	12	38.7%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 16 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 17

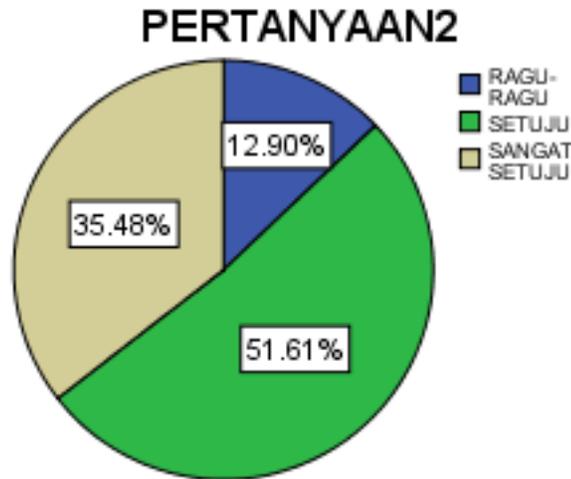
Dapat diketahui pada tabel. 17 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 1 menunjukkan 12 (38,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 16 (51,6%) responden menyatakan setuju tidak ada, 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden menjawab tidak setuju tidak ada dan, 1, (3,2%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui bahwa efektivitas dapat dicapai dengan menyelesaikan tugas tepat waktu.

18. Saya selalu mematuhi kebijakan yang dibuat oleh perusahaan.

Tabel. 21 Persentase Jawaban Responden Y2

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	4	12.9%
	Setuju	16	51.6%
	Sangat setuju	11	35.5%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 18 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 18

Dapat diketahui pada tabel 18 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 2 menunjukkan 11 (35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 16 (51,6%) responden menyatakan setuju (4), 4 (12,9%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden selalu mematuhi kebijakan yang dibuat oleh perusahaan.

19. Efektivitas dapat dicapai jika kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan

Tabel. 22 Persentase Jawaban Responden Y3

		Frequency	Percent
Valid	Tidak setuju	1	3.2%
	Ragu-ragu	3	9.7%
	Setuju	19	61.3%
	Sangatsetuju	8	25.8%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 19 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 19

Dapat diketahui pada tabel 19 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 3 menunjukkan 8 (25,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2 %) responden menjawab tidak setuju dan

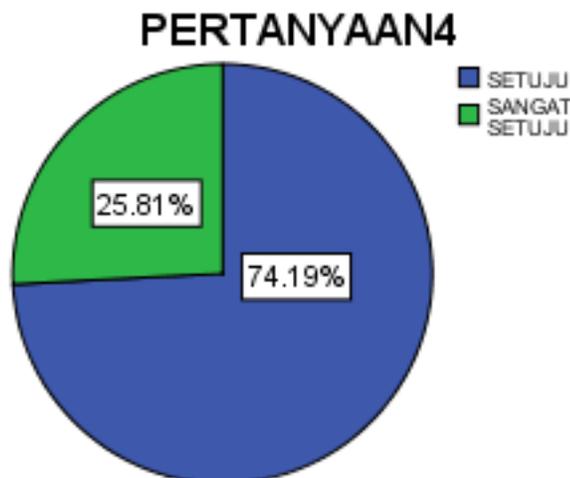
responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika efektivitas dapat dicapai jika kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

20. Efektivitas tidak dapat dicapai jika produk yang dihasilkan tidak tepat.

Tabel. 23 Persentase Jawaban Responden Y4

		Frequency	Percent
u m b e	Valid		
	Setuju	23	74.2%
	Sangat setuju	8	25.8%
	Total	31	100.0%

r: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 20 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 20

Dapat diketahui pada tabel 20 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 4 menunjukkan 8 (25,8%) responden

menyatakan sangat setuju (5), 23 (74,2%) responden menyatakan setuju, responden yang menjawab ragu-ragu tidak ada, responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 100,0%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui efektivitas tidak dapat dicapai jika produk yang dihasilkan tidak tepat.

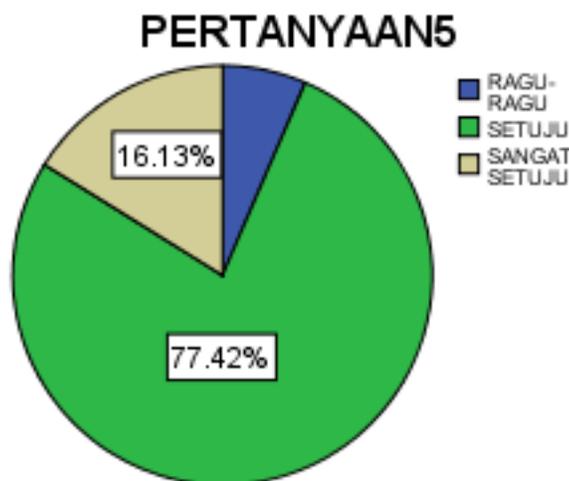
b. Dimensi Efisiensi

21. Pencapaian hasil dapat diraih dengan menggunakan waktu seefisien mungkin.

Tabel. 24 Persentase Jawaban Responden Y5

	Frequency	Percent
Valid Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	24	77,4%
Sangatsetuju	5	16,1%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017



Gambar 21 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 21

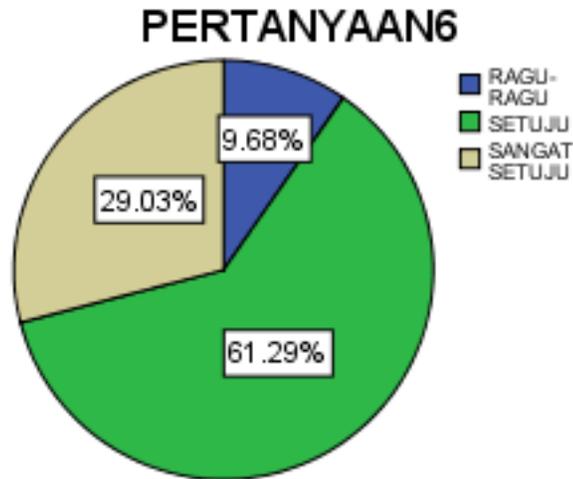
Dapat diketahui pada tabel 21 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 5 menunjukkan 5 (16,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 24 (77,4%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui pencapaian hasil dapat diraih dengan menggunakan waktu seefisien mungkin.

22. Rencana kerja tepat waktu dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan

Tabel. 25 Persentase Jawaban Responden Y6

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	2	6.5%
	Setuju	25	80.6%
	Sangatsetuju	4	12.9%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 22 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 22

Dapat diketahui pada tabel 22 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 6 menunjukkan 4 (12,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 25 (80,6%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui rencana kerja tepat waktu dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan.

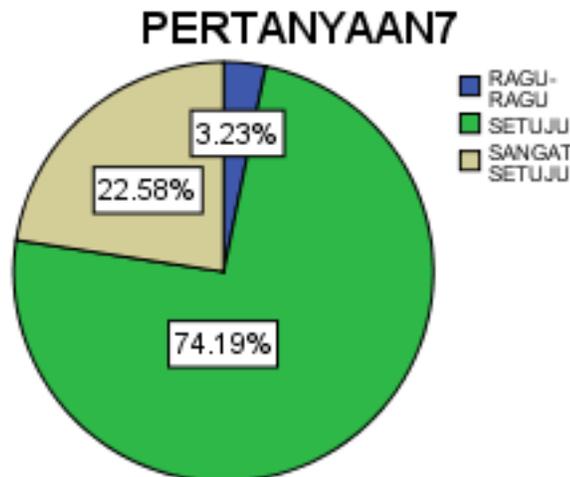
23. Dengan menciptakan iklim lingkungan yang baik menghasilkan pencapaian produktivitas kerja yang efisien.

Tabel. 26 Persentase Jawaban Responden Y7

	Frequency	Percent

Valid	Ragu-ragu	3	9.7%
	Setuju	19	61.3%
	Sangat setuju	9	29.0%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 23 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 23

Dapat diketahui pada tabel 22 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 7 menunjukkan 9 (29,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 90,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan

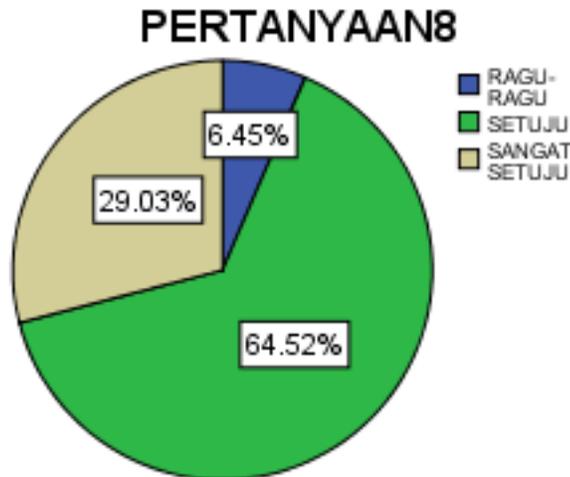
menunjukkan responden menyetujui dengan menciptakan iklim lingkungan yang baik menghasilkan pencapaian produktivitas kerja yang efisien.

24. Penggunaan fasilitas kantor secara efektif dapat meningkatkan efisiensi yang sangat besar bagi suatu perusahaan.

Tabel. 27 Persentase Jawaban Responden Y8

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	1	3.2%
	Setuju	24	77.4%
	Sangatsetuju	6	19.4%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 24 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 24

Dapat diketahui pada tabel 24 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 8 menunjukkan 6 (19,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 24 (77,4%) responden menyatakan setuju (4), 1 (3,2%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 96,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui penggunaan fasilitas kantor secara efektif dapat meningkatkan efisiensi pekerjaan.

c. Dimensi Kepribadian

25. Kecenderungan mencari dan mempertahankan pekerjaan sesuai dengan kepribadian.

Tabel. 28 Persentase Jawaban Responden Y9

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	2	6.5%
	Setuju	20	64.5%
	Sangatsetuju	9	29.5%
	Total	31	100.0%

Sumber: data primer yang diolah, Agustus 2017.



Gambar 25 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 25

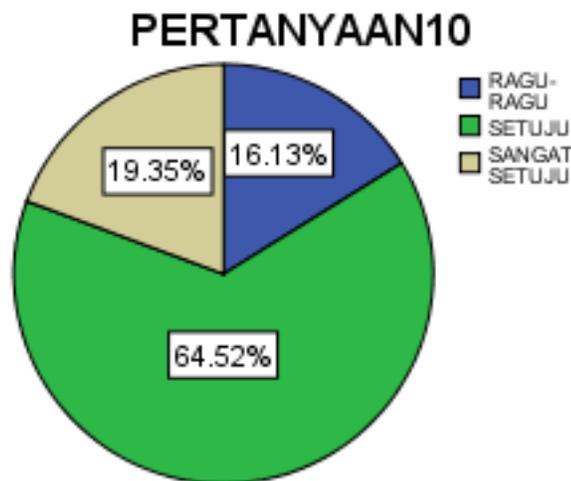
Dapat diketahui pada tabel 25 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 9 menunjukkan 9 (29,0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 20 (64,5%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden cenderung mencari dan mempertahankan pekerjaan sesuai dengan kepribadian dirinya sendiri.

26. Kepribadian menentukan kesan terhadap orang lain.

	Frequency	Percent
Valid Setuju	24	77.4%

Tabel. 29 Persentase Jawaban Responden Y10		
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, April 2017.



Gambar 26 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 26

Dapat diketahui pada tabel 26 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 10 menunjukkan 7 (22,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 24 (77,4%) responden menyatakan setuju (4), responden yang menjawab ragu-ragu tidak ada (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 100,0%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi

pernyataan menunjukkan responden menyetujui jika kepribadian seseorang menentukan kesan terhadap orang lain.

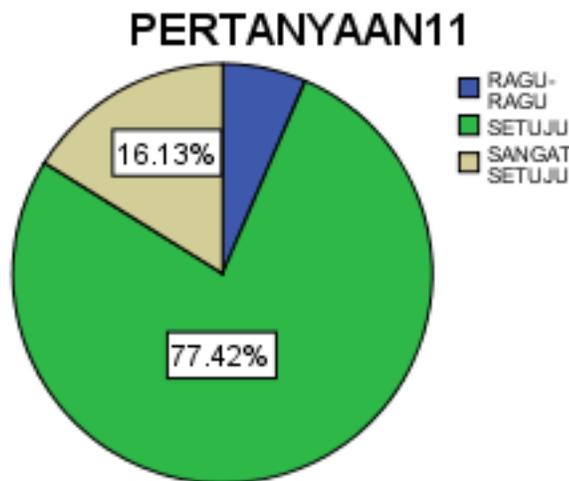
d. Dimensi Motivasi Kerja

27. Metro TV Biro Palembang selalu memberikan *reward*/ penghargaan bagi karyawannya yang berprestasi.

Tabel. 30 Persentase Jawaban Responden Y11

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	5	16.1%
	Setuju	20	64.5%
	Sangatsetuju	6	19.4%
Total		31	100.0%

Sumber:Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 27 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 27

Dapat diketahui pada tabel 27 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 11 menunjukkan 6 (19,4%)

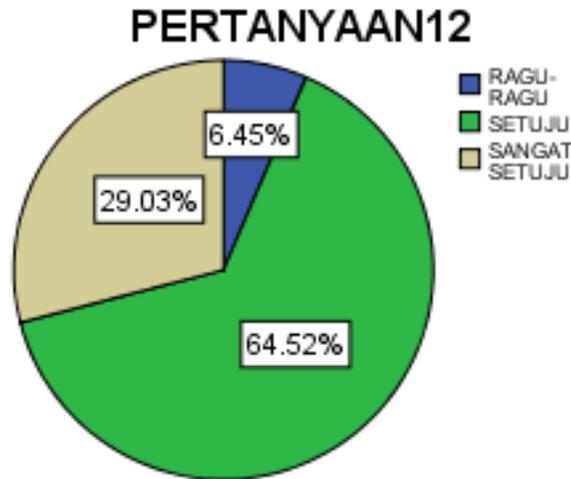
responden menyatakan sangat setuju (5), 20 (64,5%) responden menyatakan setuju (4), 5 (16,1%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 71,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui Metro TV Biro Palembang selalu memberikan *reward/* penghargaan bagi karyawannya yang berprestasi.

28. Saya memiliki motivasi kerja yang tinggi karena pimpinan saya selalu memberikan saran yang positif

Tabel. 31 Persentase Jawaban Responden Y12

	Frequency	Percent
Valid Ragu-ragu	2	6.5%
Valid Setuju	20	77.4%
Valid Sangat setuju	9	16.1%
Total	31	100.0%

Sumber:Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 28 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 28

Dapat diketahui pada tabel 28 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 12 menunjukkan 5 (16,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 24 (77,4%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden memiliki motivasi kerja yang tinggi karena memiliki pimpinan yang selalu memberikan saran yang positif.

29. Salah satu pertimbangan saya tetap bekerja di perusahaan ini karena suasana kerja yang terjalin baik dan kekeluargaan.

Tabel. 32 Persentase Jawaban Responden Y13

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	1	3.2%
	Setuju	19	61.3%
	Sangat setuju	11	35.5%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 29 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 29

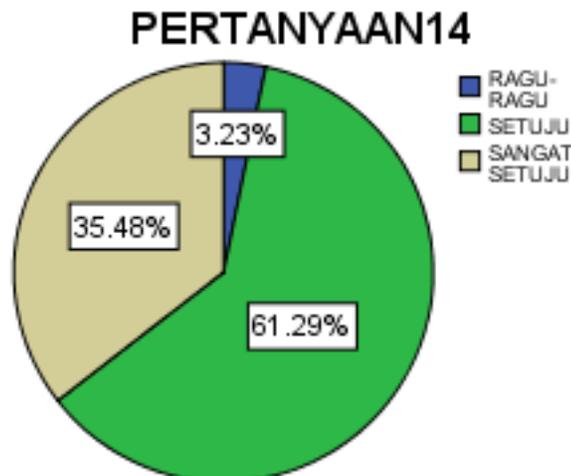
Dapat diketahui pada tabel 29 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 13 menunjukkan 11 (35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), 1 (3,2%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden tetap bekerja di suatu perusahaan karena suasana kerja yang terjalin baik dan kekeluargaan.

30. Kebutuhan akan terpenuhinya lingkungan yang aman, stabil, bebas dari ancaman akan menjadikan motivasi kerja karyawan meningkat.

Tabel. 33 Persentase Jawaban Responden Y14

		Frequency	Percent
Valid	Ragu-ragu	1	3,2%
	Setuju	19	61,3%
	Sangatsetuju	11	35,5%
	Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.



Gambar 30 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 30

Dapat diketahui pada tabel 30 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 2 menunjukkan 11(35,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), 1 (3,2%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju

mencapai 96,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden setuju bahwa Kebutuhan akan terpenuhinya lingkungan yang aman, stabil, bebas dari ancaman akan menjadikan motivasi kerja karyawan meningkat.

2. DIMENSI X DAN Y

1. Dimensi VARIABEL X

a. Dimensi instruksi tugas

	FREQUENCY	PERSENTASE
--	-----------	------------

	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	2	1.61%
Valid	Ragu-ragu	13	10.48%
	Setuju	72	58.06%
	Sangat Setuju	37	29.83%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 31, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pernyataan dimensi instruksi tugas menunjukkan 37 (29.83%) responden menyatakan sangat setuju (5), 72 (58,06%) responden menyatakan setuju (4), 13 (10,48%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (1,61 %), responden menjawab tidak setuju dan, responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87.8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan bahwa komunikasi vertikal dipengaruhi oleh instruksi tugas.

b. Dimensi laporan

	FREQUENCY	PERSENTASE
--	-----------	------------

Valid	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	1	0.80%
	Ragu-ragu	9	7.25%
	Setuju	81	65.32%
	Sangat Setuju	33	26.61%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017

Dapat diketahui pada tabel 32, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator dimensi laporan menunjukkan 33 (26,21%) responden menyatakan sangat setuju (5), 81 (63,32%) responden menyatakan setuju (4), 9 (7,25%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (0,80%), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden bahwa dimensi laporan mempengaruhi komunikasi vertikal.

c. Dimensi pujian

	FREQUENCY	PERSENTASE
--	-----------	------------

	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	1	0,80%
Valid	Ragu-ragu	13	10,48%
	Setuju	74	59,67%
	Sangat Setuju	36	20,03%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 34, bahwa dari 31 responden yang menjawab dimensi pujian menunjukkan 36 (20,03%) responden menyatakan sangat setuju (5), 74 (59,67%) responden menyatakan setuju (4), 13 (10,48%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (0,80%), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 88.7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan dimensi pujian mempengaruhi komunikasi vertikal.

d. Dimensi tatap muka

	FREQUENCY	PERSENTASE
--	-----------	------------

	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	1	0.80%
Valid	Ragu-ragu	8	12.40%
	Setuju	69	55.64%
	Sangat Setuju	46	37.09%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 35, bahwa dari 31 responden yang menjawab dimensi tatap muka menunjukkan 46 (37,09%) responden menyatakan sangat setuju (5), 69 (55,64%) responden menyatakan setuju (4), 8 (12,40%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (0,80 %), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden mempercayai mentetujui bahwa dimensi tatap muka mempengaruhi komunikasi vertikal.

2. Dimensi Variabel Y

a. Dimensi efektivitas

		FREQUENCY	PERSENTASE
Valid	Sangat tidak setuju	1	0.80%
	Tidak setuju	1	0.80%
	Ragu-ragu	9	7.25%
	Setuju	74	59.67%
	Sangat Setuju	39	31.45%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 37 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab Dimensi efektivitas menunjukkan 39, (31,45%) responden menyatakan sangat setuju (5), 74 (59,67%) responden menyatakan setuju (4), 9 (7,25%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1(0,80%), responden menjawab tidak setuju dan, 1 (0,80%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 65%. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui dimensi tatap muka mempengaruhi komunikasi vertikal.

b. Dimensi Efisien

	FREQUENCY	PERSENTASE

Valid	Sangat tidak setuju	0	2.1875%
	Tidak setuju	30	9.375%
	Ragu-ragu	65	20.3125%
	Setuju	169	52.8125%
	Sangat Setuju	49	15.3125%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 37 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab Dimensi afektif menunjukkan 49 (15,31%) responden menyatakan sangat setuju (5), 169 (52, 81%) responden menyatakan setuju (4), 65 (20,31%) responden menjawab ragu-ragu (3), 20 (12,5%), responden menjawab tidak setuju dan, 30, (9,38%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,13%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui dimensi efisien mempengaruhi komunikasi vertikal.

c. Dimensi Kepribadian

	FREQUENCY	PERSENTASE
--	-----------	------------

	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	0	0%
Valid	Ragu-ragu	7	5.64%
	Setuju	64	51.61%
	Sangat Setuju	22	17.74%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 38 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab Dimensi efisien menunjukkan 22 (17,74%) responden menyatakan sangat setuju (5), 64 (51,61%) responden menyatakan setuju (4), 7 (5,64%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 69,35%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui dimensi kepribadian mempengaruhi komunikasi vertikal.

d. Dimensi Motivasi

		FREQUENCY	PERSENTASE
	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	0	0%
Valid	Ragu-ragu	4	4.30%
	Setuju	58	62.36%
	Sangat Setuju	31	33.33%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 38 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab dimensi motivasi menunjukkan 31 (33,33%) responden

menyatakan sangat setuju (5), 58 (62,36%) responden menyatakan setuju (4), 4 (4,30%) responden menjawab ragu-ragu (3), responden yang menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 95,6%. %. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pernyataan menunjukkan responden menyetujui dimensi motivasi mempengaruhi komunikasi vertikal.

3. VARIABEL X DAN Y

a. Variabel X

		FREQUENCY	PERSENTASE
Valid	Sangat tidak setuju	0	0%
	Tidak setuju	6	1.237%
	Ragu-ragu	37	7.628%
	Setuju	296	61.030%
	Sangat Setuju	152	31.340%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 39 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab Variabel X menunjukkan 152 (31,340%) responden menyatakan sangat setuju (5), 296 (61,030%) responden menyatakan setuju (4), 37 (7,628%) responden menjawab ragu-ragu (3), 6 (1,237%), responden menjawab tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 92,4%.

b. Variabel Y

		FREQUENCY	PERSENTASE
Valid	Sangat tidak setuju	1	0.230%
	Tidak setuju	1	0.230%
	Ragu-ragu	28	6.451%
	Setuju	288	66.359%
	Sangat Setuju	116	26.728%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Agustus 2017.

Dapat diketahui pada tabel 40 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab Variabel Y menunjukkan 116 (26,728%) responden menyatakan sangat setuju (5), 288 (66,359%) responden menyatakan setuju (4), 28 (6,451%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (10,230%), responden menjawab tidak setuju dan, 1 (0,230%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,07%.

A. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk melihat apakah data dari penelitian berdistribusi normal akan memiliki pola distribusi normal atau tidak untuk menafsirkan normalitas data maka dibuat terlebih dahulu:⁸⁷

1. Tentukan hipotesis

⁸⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, (Jakarta: Prenada media Group, 2006), Cet Ke-2, h. 179.

Ho = Data Berdistribusi Normal

H1 = Data Berdistribusi Tidak Normal

2. Jika Sig < 0,05 Ho ditolak

3. Jika Sig > 0,05 Ho diterima

Tabel. 36
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KOMUNIKASI VERTIKAL	PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN
N		31	31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	67.19	58.74
	Std. Deviation	5.540	4.419
	Most Extreme Differences		
	Absolute	.138	.122
	Positive	.138	.122
	Negative	-.111	-.090
Test Statistic		.138	.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 ^{c,d}	.200 ^{c,d}

Sumber: hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 21, Agustus 2017.

Dari hasil uji output normalitas diatas bahwa Asymp.Sig sebesar 0,140 > 0,05 dan 0,200 > 0,05 artinya Ho diterima dan dapat diambil kesimpulan bahwa Ho diterima artinya H1 ditolak maka kesimpulannya adalah data berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis Statistik

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Setiap regresi dipastikan terdapat korelasinya, menurut Mustikoweni dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* oleh Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.⁸⁸ Berdasarkan penjelasan tersebut, maka untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel X dan Y dalam bentuk persamaan, digunakanlah rumus statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 22, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 37 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
(Variabel Komunikasi Vertikal –Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV
Biro Palembang)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.388	5.322		2.516	.018
	KOMUNIKASI VERTIKAL	.675	.079	.846	8.551	.000

Sumber: hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 21, Agustus 2017.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan penulis, tabel diketahui besarnya nilai $t = 2.516$ sedangkan nilai signifikan sebesar $= 0,018$ lebih kecil dari signifikan

⁸⁸Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, (Jakarta: Prenada media Group, 2006), Cet Ke-2, h. 179.

0,05 artinya nilai tersebut signifikan karena kurang dari 0,05. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. Dari tabel tersebut terdapat kolom B (constant) nilainya sebesar 13.388 sedangkan untuk nilai komunikasi vertikal sebesar 0,846 sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana (Komunikasi Vertikal- Terhadap Produktivitas kerja karyawan di Metro TV Biro Palembang).

$$Y = a + bX$$

$$\text{Jadi, } Y = 13.388 + 0,846 X$$

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y seperti di bawah pada tabel berikut:

Tabel 38
Pengaruh Komunikasi Vertikal-Produktivitas Kerja Karyawan di Metro TV
Biro Palembang
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.716	.706	2.395

Sumber: hasil Pengolahan Data Dengan SPSS 21, Agustus 2017.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pada kolom R Square diperoleh nilai 0,716 (716%) hal ini menunjukkan komunikasi vertikal memiliki pengaruh sebesar 72% terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. Sedangkan sisanya 28% dipengaruhi faktor lain diluar dari penelitian ini seperti

bentuk komunikasi maupun aliran komunikasi lainnya. Penulis menguji seberapa kuat hubungan atau pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakanlah nilai koefisien korelasi, yaitu:

Tabel 39
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan nilai koefisien korelasi tersebut,⁸⁹ maka nilai 0,716 termasuk korelasi yang kuat sifat hubungannya positif.

2. Uji Hipotesis (Uji t)

Setelah koefisien regresi diperoleh, maka dilakukanlah uji hipotesis yaitu uji t untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval/rasio. Dan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel X dengan Y signifikan atau tidak signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa angka 0,846 pada *Standardized Coefficients* (Beta) menunjukkan tingkat korelasi antara Komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang . Sedangkan nilai t sebesar $t = 8.551$ digunakan untuk pengujian hipotesis apakah ada pengaruh yang

⁸⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), h. 65.

signifikan atau tidak signifikan antara Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro Palembang.

Maka untuk pengujian nilai t dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:⁹⁰

a. Hipotesis yang dirumuskan

H_0 (Hipotesis Nihil) : Tidak ada pengaruh Komunikasi Vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang.

H_1 (Hipotesis Alternatif) : Ada pengaruh Komunikasi Vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang.

Kriteria pengujian (berdasarkan nilai t):

1. Jika nilai t hitung $<$ t tabel 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jika nilai t hitung $>$ t tabel 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Untuk menghitung nilai t tabel dengan uji dua pihak karena hipotesis tidak menunjukkan arah tertentu.⁹¹ Dengan signifikansi = $0,05/2$ (uji dua pihak) = $0,025$ dengan df (*degree of freedom*)⁹² = $n-2 = 31-2 = 29$. Maka t tabel adalah 2,045 (lihat tabel t).

Kesimpulan Dari hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh harga t hitung sebesar $t = 8,551 > 2,045$ dan

⁹⁰Riduwan, *Op. Cit.*, h. 144.

⁹¹Syofian Siregar, *Op. Cit.*, h.158.

⁹²Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), Cet Ke-24, h. 285.

signifikansi adalah 0,000 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada Metro TV Biro Palembang.

4. Pembahasan

Dalam penelitian ini, responden penulis adalah karyawan Metro TV Biro Palembang sebanyak 31 responden yang dibagikan kusioner. Kuesioner tersebut terdiri dari 30 pernyataan, yaitu 16 pernyataan untuk komunikasi vertikal dan 14 pernyataan untuk variabel produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang (Y). Untuk mengetahui pengaruh antara komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. penelitian ini telah melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 21 dan untuk menguji hipotesis digunakan regresi linier sederhana. Penjelasan sebagai berikut:

1. Dapat diambil kesimpulan pada tabel 4-35 bahwa jawaban responden semuanya diatas 55 % hal ini menyatakan bahwa indikator dan dimensi serta variabel bernilai positif dan artinya memiliki pengaruh yang kuat pada karyawan Metro TV Biro Palembang
2. Dari hasil analisis pada tabel 37 dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana antara komunikasi vertikal (X) terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. diperoleh persamaan, Jadi, $Y = 13,388 + 0,846 X$. Pada tabel 38 pada kolom R square diperoleh nilai 0,716 (72%) hal ini menunjukkan komunikasi vertikal memiliki pengaruh

sebesar 72% terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang, sedangkan sisanya 28% hasil produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini. Artinya besarnya korelasi yang terjadi antara variabel X dan Y berpengaruh positif cukup atau sedang.

3. Perbedaan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu ($t = 8,551 > 2,045$) dan signifikansi adalah 0,000. Artinya ada pengaruh antara komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. Dari hasil hipotesis dalam penelitian ini, telah terjawab bahwa ada pengaruh antara komunikasi vertikal terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang. Dapat disimpulkan dari beberapa uji diatas bahwa Komunikasi vertikal memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang yang diantaranya Kepala Biro beserta karyawan menjadi tau bahwa betapa pentingnya komunikasi dalam menjalankan suatu pekerjaan sehingga dapat menjadikan setiap pekerjaan yang dilakukan menjadi produktif dan hasil yang dicapai dapat sesuai dengan yang diharapkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan Bab IV dapat diketahui bahwa komunikasi vertikal yang terjadi pada Metro TV Biro Palembang termasuk dalam kategori positif karena jawaban pernyataan setuju dan sangat setuju mencapai taraf persentase 92,4 % dengan jumlah 31 responden yang dijadikan sampel. Hasil perhitungan regresi linear sederhana menggunakan SPSS 21 antara pengaruh komunikasi vertikal (X) terhadap produktivitas kerja karyawan Metro TV Biro Palembang (Y), diperoleh nilai $t = 2,516$, nilai signifikansinya sebesar 0,018 dengan taraf signifikasn 5% atau 0,05. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara dua variabel diperoleh R^2 0,716 (72%) artinya dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Kemudian jika dilihat dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar $t = 8,551 > 2,045$ dengan signifikan 0,000 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada Metro TV Biro Palembang.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tersebut maka peneliti menyarankan:

1. Kepada pihak Metro TV Biro Palembang untuk terus memperhatikan kebutuhan para karyawan agar dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
2. Kepada pihak Metro TV Biro Palembang untuk terus memperbaiki dan meningkatkan cara komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, dan bawahan dengan pimpinan agar dapat terjalinan hubungan organisasi yang harmonis dan solid.
3. Diharapkan dengan diadakan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam kegiatan jurnalistik dan bahan masukan bagi perusahaan media khususnya, untuk meningkatkan pengelolaan di bidang produktivitas kerja karyawan.
4. Diharapkan dengan diadakannya penelitian ini bisa menjadi motivasi, tolak ukur serta sumbangsih bagi para mahasiswa atau peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Burhan, Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012.
- Dennis, G, Fitiryan. *Bekerja Sebagai News Presenter*. Jakarta: Esensi. 2008.
- Gaspersz, Vincent. *Manajemen Produktivitas Total*. Jakarta: Gramedia. 1998.
- Gibson, L, James. JR *Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011.
- Husein, Umar. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta. 2009.
- Liliweri, Alo. *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Louis A, Allen. *Management & Organisasi*. Singapore: McGraw Hill. 1958.
- Morissan. *Teori Komunikasi (Individu Hingga Massa)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.
- Mufid, Muhammad. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 1989.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010.
- Mulyono, Mauled. *Penerapan Produktivitas Dalam Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2004.

- Pawit. *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2013.
- Riduwan. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Singarimbun, Masri, Efendi, Soffian. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Media Pratama. 1985.
- Sirait, R. Turman. *Komunikasi Yang Efektif*. Jakarta: Tulus Jaya. 1982.
- Soedarmayanti. *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja*. Yogyakarta: Liberti. 1996.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Syarief, Rusli. *Seri Manajemen Dan Produktivitas*. Bandung: Angkasa. 1991.
- Winardi, J. *Teori Organisasi & Pengorganisasian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011.

Internet:

http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file_skripsi/4410401042%20Vera%20Silvana%20Dewi.pdf, diakses tanggal 14 Juni 2017

http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file_skripsi/4410401042%20Vera%20Silvana%20Dewi.pdf, diakses tanggal 14 Juni 2017

www.Metrotvnews.com, diakses pada tanggal 08 Agustus 2017

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini

Nim : 13530022

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL TERHADAP PRODUKTIVITAS
KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan Metro TV Biro Palembang)

Pembimbing I : Dr. kusnadi, MA

NO	Hari / Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
	9-6-2017	Penyerahan bab I - II - Perbaiki kesesuaian dalam penulisan - Perbaiki lay out, * Margin besar, footnote, - Gunakan buku pedoman penulisan skripsi - Perbaiki sistematika penulisan.	
	16-6-2017	Penyerahan perbaikan bab I dan II ke bab berikutnya.	

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini

Nim : 13530022

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL TERHADAP PRODUKTIVITAS
KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan Metro TV Biro Palembang)

Pembimbing I : Dr. kusnadi, MA

NO	Hari / Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
	Kamis, 22 Juni 17	<ul style="list-style-type: none"> - Penyusunan Bab III - Tambahkan pembahasan/ penilaian tny Metro TV - Rating Metro TV biro ply. - perbaiki pengutipan, kesalahan penulisan jenis struktur org. hal. 5 - Tambahkan sumber referensi 	

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dwi Angraini

Nim : 13530022

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL TERHADAP PRODUKTIVITAS
KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan Metro TV Biro Palembang)

Pembimbing I : Dr. ksnadi, MA

NO	Hari / Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
	Senin, 14-8-2017	penyempahan perbaikan bab III dan ke bab selanjutnya	
	Senin, 21-8-2017	penyerahan bab IV - Perbaiki halaman di tiap bab - Perbaiki redaksi dan kata kata.	
	Kamis, 24-8-2017	penyempahan perbaikan bab IV dan ke bab selanjutnya	

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini

Nim : 13530022

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL TERHADAP PRODUKTIVITAS
KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan Metro TV Biro Palembang)

Pembimbing I : Dr. kusnadi, MA

NO	Hari / Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
	24-10-2017	pengisian Gal V, dan untuk dimana yang akan	

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini

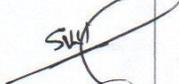
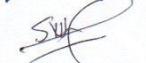
Nim : 13530022

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Jurnalistik

Judul Skripsi : PENGARUH KOMUNIKASI VERTIKAL TERHADAP PRODUKTIVITAS
KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan Metro TV Biro Palembang)

Pembimbing II: Sumaina Duku, S. IP, M.Si

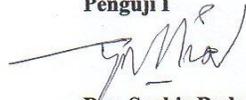
NO	Hari / Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1.	Belasa / 29-01-2017	Seminar Proposal	
2.	Jumat / 21-09-2017	Acc Proposal	
3.	Senin / 5-05-2017	Bab II Tambahan teori	
4.	Senin / 19-05-2017	Lanjutan Bab II	
5.	Senin / 27-06-2017	Bab III	
6.	Rabu / 5-07-2017	Bab IV Revisi: uji validitas dan reliabilitas	
7.	Sen / 10-07-2017	Lanjutan Bab IV	
8.	Kamis / 10.08 / 2017	Acc Bab IV Lanjut Bab V	
9.	Jumat / 18/08/2017	Perbaikan	
10.	Rabu / 23/08/2017	Acc Keseluruhan	

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Dwi Anggraini
Nim : 13530022
Fakultas/ Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja
Karyawan Metro TV Biro Palembang
Penguji I : Drs. Syahir Badrudin, M.Si
Penguji II : Anang Walian, MA. Hum

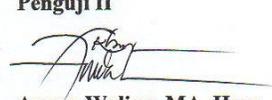
NO	DAFTAR PERBAIKAN
1	Judul lebih disederhanakan menjadi beberapa kata
2	Tambahkan sumber referensi untuk motto
3	Penulisan Daftar Isi
4	Penambahan sumber referensi/ <i>footnote</i> pada setiap kutipan
5	Penggunaan huruf besar dan kecil
6	Teknis penulisan
7	Penambahan Tabel Frekuensi pada Bab 4
8	Perbaiki urutan nomor pada bab analisis variabel
9	Penulisan Daftar Pustaka

Penguji I



Drs. Syahir Badrudin, M. Si
NIP. 195212231983031003

Penguji II



Anang Walian, MA. Hum
NIDN. 2005048701

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Palembang, Maret 2018

**Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Raden Fatah Palembang**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

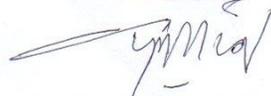
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi:

**Nama : Dwi Anggraini
NIM : 13530022
Fakultas / Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Jurnalistik
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap
Produktivitas Kerja Karyawan Metro TV Biro
Palembang**

Telah diperbaiki sesuai saran tim penguji oleh sebab itu disetujui untuk dijilid. Demikian atas kerjasamanya saya sampaikan terimah kasih.

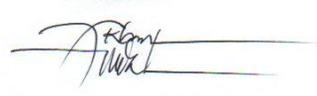
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penguji I



**Drs. Syahir Badrudin, M. Si
NIP. 195212231983031003**

Penguji II



**Anang Walian, MA. Hum
NIDN. 2005048701**

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 596 TAHUN 2017

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr. Kusnadi, MA NIP : 19710819 200003 1 002
2. Sumaina Duku, M. Si NIP : 19820116 200912 2 002

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : DWI ANGGRAINI
NIM/Jurusan : 13.30022/ Jurnalistik
Semester/Tahun : GENAP / 2016 - 2017
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Reporter, Campers, Crew SNG) (Studi Kasus pada Media Televisi Nasional Metro TV Biro Palembang).

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 08 bulan Mei Tahun 2018.
- ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 08 - 05 - 2017
AN. REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,

