



UNIVERSITAS INDONESIA

**Pengaruh Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan Kegiatan
Employee Relations Terhadap Tingkat Motivasi Kerja Karyawan
(Studi Terhadap Pelaksanaan Kegiatan *Family Gathering* dan
Outbound Karyawan PT.UNINDO Periode 2010)**

SKRIPSI

ARDI HERMAWAN

0906612983

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM SARJANA EKSTENSI

DEPOK

JANUARI 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Ardi Hermawan
 NPM : 0906612983
 Program Studi : Hubungan Masyarakat
 Judul Skripsi : Pengaruh Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja Karyawan (Studi Terhadap Kegiatan *Family Gathering* dan *Outbound* Karyawan PT.UNINDO Periode 2010)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekstensi pada program Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Hj. Dra Henny S. Widyaningsih, M.Si (.....)

Penguji : Kinkin Yuliaty S. Putri, S.Sos. M.Si (.....)

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si (.....)

Sekretaris Sidang: Dra. Martini Mangkoedipoero, M.Si (.....)

Ditetapkan di : Universitas Indonesia, Depok
 Tanggal : 12 Januari 2012

Universitas Indonesia

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ardi Hermawan

NPM : 0906612983

Tanda Tangan :



Tanggal : Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan sebesar-besarnya kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya diberikan kemudahan dan pertolongan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya sangat menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit untuk saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Askariani B. Hidayat M.Si, selaku Ketua Program Ekstensi Komunikasi FISIP UI.
2. Dra. Martini Mangkoedipoera, M.Si, selaku sekretaris program
3. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, S.Sos, M.Si, selaku penguji sidang.
4. Hj. Dra. Henny S. Widyaningsih M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua untuk doa yang selalu diberikan setiap hari kepada saya.
6. Istriku Junita Wahyudiana dan kedua anakku Azraisyah Humaira Hermawan dan Affan Bravastya Hermawan. Papa sayang kalian dan maaf apabila waktu untuk bersama kalian berkurang dikarenakan penelitian ini
7. Semua teman-teman di kampus dan di kantor yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan dari seluruh pihak di atas yang telah membantu.

Depok, 2012

Penulis,

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardi Hermawan
MPM : 0906612983
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Deoartemen : Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja Karyawan (Studi Terhadap Kegiatan *Family Gathering* dan *Outbound* Karyawan PT.UNINDO Periode 2010)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Januari 2012


(Ardi Hermawan)

ABSTRAK

NAMA :Ardi Hermawan
PROGRAM STUDI :Hubungan Masyarakat
JUDUL SKRIPSI :Pengaruh Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan Kegiatan *Employee Relations* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja Karyawan (Studi Terhadap Kegiatan *Family Gathering* dan *Outbound* Karyawan PT.UNINDO Periode 2010)

Dalam komunikasi organisasi *employee relations* yang kondusif sangat diperlukan karena berfungsi untuk menumbuhkan hubungan yang baik, baik itu antara pimpinan dengan karyawan, karyawan dengan pimpinan, ataupun karyawan dengan karyawan. Salah satu kegiatan *employee relations* adalah program *special event*.

Pentingnya *employee relations* dalam suatu organisasi pada kenyataannya sering tidak berjalan efektif atau bahkan dihiraukan oleh pihak manajemen yang mengakibatkan hubungan kerja antara perusahaan dan karyawan tidak terjalin dengan harmonis, koordinasi di dalam organisasi tidak berjalan baik sehingga memengaruhi motivasi kerja karyawan dan mengakibatkan sasaran atau tujuan yang harus dicapai organisasi tidak akan sesuai dengan yang direncanakan

Penelitian ini mencoba mengetahui pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari penilaian karyawan tentang kegiatan *special event* yaitu *family gathering* dan *outbound* terhadap tingkat motivasi kerja.

Kata kunci: *Employee Relation, Special Event, Family Gathering, Outbound, Motivasi Kerja*

ABSTRACT

NAME :Ardi Hermawan
STUDY PROGRAM : Public Relations
TITTLE :The Effect of Employee Assessment about Employee Relations Activities Towards The Level of The Employee Work Motivation (Study of Employee Family Gathering and Outbound Activities of PT.UNINDO 2010)

In an organizational communication, the conducive employee relations is indispensable because it develop a good relationship, between leaders and employees, and vice versa, or between employees. One of the activities of employee relations is a special event program.

The importance of employee relations in an organization in reality is often not effective or even neglected by the management that cause disharmony in the working relationship between the management and employees, the coordination within the organization did not work so well that affect the employee motivation and lead organization targets or goals will not achieved as planned.

This research tried to find the effect of employee assessment of the implementation of family gathering and outbound as an employee relations activity towards the level or work motivation.

The result of this research conclude that there is an effect between employee assessment of the implementation of family gathering and outbound towards the level of employee work motivation.

Keywords: Employee Relations, Special Event, Family Gathering, Working Motivation

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR TABEL	xi
I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
I.2. Permasalahan.....	7
I.3. Tujuan Penelitian.....	12
I.4. Manfaat Penelitian.....	12
I.4.1. Manfaat Akademis.....	13
I.4.2. Manfaat Praktis.....	13
II. KERANGKA TEORI	15
II.1. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	15
II.2. Hubungan Karyawan (<i>Employee Relations</i>).....	17
II.3. Ajang Khusus (<i>Special Event</i>).....	23
II.3.1 <i>Family Gathering</i>	29
II.3.2 <i>Outbound</i>	30
II.4. Motivasi.....	33
II.4.1. Motivasi Kerja.....	37
II.5. Definisi Konsep.....	42
II.5.1. <i>Special Event</i>	42
II.5.2. Motivasi Kerja.....	43
II.6. Hipotesa Teori.....	46
II.7. Model Analisis.....	46
III. METODOLOGI PENELITIAN	47
III.1. Paradigma Penelitian.....	47
III.2. Pendekatan Penelitian.....	47
III.3. Sifat Penelitian.....	48
III.4. Metode Pengumpulan Data.....	49
III.5. Unit Observasi dan Unit Analisis.....	50
III.6. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	51
III.7. Hipotesis Penelitian.....	53
III.8. Hipotesis Statistik.....	53

III.9. Operasional Konsep.....	54
III.10 Metode Analisis.....	56
III.11. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
III.12.1. Uji Validitas.....	58
III.12.2. Uji Reliabilitas.....	64
III.11. Analisis data.....	66
III.11.1. Analisis Univariat.....	66
III.11.2. Analisis Bivariat.....	67
III.13. Kelemahan dan Keterbatasan dalam Penelitian.....	68
IV. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	69
V. ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	77
V.1. Analisis Data Univariat.....	77
V.1.1. Tingkatan Karyawan.....	77
V.1.2. Umur.....	79
V.1.3. Unit Kerja.....	80
V.1.4. Lama Kerja.....	82
V.2. Analisis Variabel.....	83
V.2.1. Variabel <i>Family Gathering</i>	84
V.2.2. Variabel <i>Outbound</i>	94
V.2.3. Variabel Tingkat Motivasi Kerja.....	105
V.3. Analisis Data Bivariat.....	117
V.3.1. Analisis Regresi Linier Pelaksanaan <i>Family Gathering</i> Terhadap Tingkat Motivasi Kerja.....	117
V.3.2. Analisis Regresi Linier Pelaksanaan <i>Outbound</i> Terhadap Tingkat Motivasi Kerja.....	121
VI. INTERPRETASI DATA.....	125
VI.1. Interpretasi Variabel Pelaksanaan <i>Family Gathering</i>	125
VI.2. Interpretasi Variabel Pelaksanaan <i>Outbound</i>	127
VI.3. Interpretasi Variabel Tingkat Motivasi Kerja.....	128
VI.2. Interpretasi Pengaruh Variabel Penilaian Tentang Pelaksanaan <i>Family</i> <i>Gathering</i> Terhadap Tingkat Motivasi Kerja.....	130
VI.2. Interpretasi Pengaruh Variabel Penilaian Tentang Pelaksanaan <i>Outbound</i> Terhadap Tingkat Motivasi Kerja.....	131
VII. PENUTUP.....	133
VII.1. Kesimpulan.....	133
VII.2. Implikasi Penelitian.....	134
VII.3. Rekomendasi.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137

DAFTAR LAMPIRAN

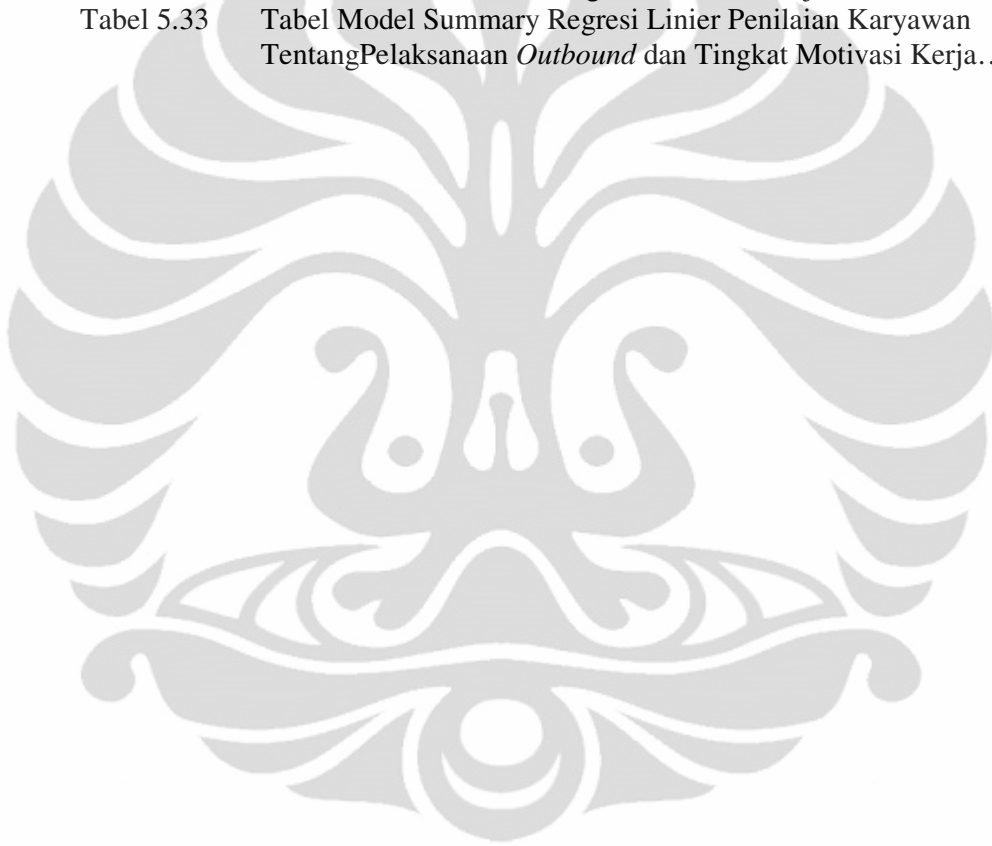
- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Lembar Coding



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Tingkatan Kerja PT.UNINDO.....	51
Tabel 3.2	Tabel Operasional Konsep Variabel <i>Employee Relations</i> dan Tingkat Motivasi Kerja.....	53
Tabel 3.3	Tabel Penelitian Skala Likert.....	56
Tabel 3.4	Tabel Validitas Variabel “ <i>Family Gathering</i> ”.....	58
Tabel 3.5	Tabel Validitas Variabel “ <i>Outbound</i> ”.....	59
Tabel 3.6	Tabel Validitas Variabel “Motivasi Kerja”.....	61
Tabel 3.7	<i>Reliability Statistics</i> Variabel <i>Family Gathering</i>	64
Tabel 3.8	<i>Reliability Statistics</i> Variabel <i>Outbound</i>	65
Tabel 3.9	<i>Reliability Statistics</i> Variabel Tingkat Motivasi Kerja.....	65
Tabel 3.10	Tabel Koefisien Korelasi (r).....	66
Tabel 4.1	Tabel Jumlah Karyawan Per Level 2010 PT.UNINDO.....	71
Tabel 4.2	Tabel Jumlah Total Absensi Karyawan PT.UNINDO 2010.....	73
Tabel 4.3	Tabel Jumlah Total Karyawan PT.UNINDO 2010.....	74
Tabel 5.1	Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkatan Karyawan.....	86
Tabel 5.2	Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur.....	88
Tabel 5.3	Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Unit Kerja.....	89
Tabel 5.4	Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Kerja.....	90
Tabel 5.5	Tabel Frekuensi Dimensi <i>What</i>	97
Tabel 5.6	Tabel Frekuensi Dimensi <i>Where</i>	98
Tabel 5.7	Tabel Frekuensi Dimensi <i>Why</i>	99
Tabel 5.11	Tabel Frekuensi Dimensi <i>When</i>	101
Tabel 5.12	Tabel Frekuensi Dimensi <i>Who</i>	102
Tabel 5.13	Tabel Frekuensi Dimensi <i>How</i>	103
Tabel 5.14	Tabel Mean Variabel <i>Family Gathering</i>	104
Tabel 5.15	Tabel Frekuensi Dimensi <i>What</i>	111
Tabel 5.16	Tabel Frekuensi Dimensi <i>Where</i>	113
Tabel 5.17	Tabel Frekuensi Dimensi <i>Why</i>	114
Tabel 5.18	Tabel Frekuensi Dimensi <i>When</i>	116
Tabel 5.19	Tabel Frekuensi Dimensi <i>Who</i>	117
Tabel 5.20	Tabel Frekuensi Dimensi <i>How</i>	119
Tabel 5.21	Tabel Mean Variabel <i>Outbound</i>	121
Tabel 5.22	Tabel Frekuensi Dimensi Loyalitas.....	123
Tabel 5.23	Tabel Frekuensi Dimensi Absensi.....	125
Tabel 5.24	Tabel Frekuensi Dimensi Penyelesaian Tugas.....	127
Tabel 5.25	Tabel Frekuensi Dimensi Kesukaan pada Pekerjaan.....	129
Tabel 5.26	Tabel Frekuensi Dimensi Kepuasan pada Pekerjaan.....	130
Tabel 5.27	Tabel Mean Variabel Tingkat Motivasi Kerja.....	132
Tabel 5.28	Tabel ANOVA Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan <i>Family Gathering</i> Terhadap Tingkat Motivasi Kerja.....	134

Tabel 5.29	Tabel Koefisien Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan <i>Family Gathering</i> Tingkat Motivasi Kerja.....	135
Tabel 5.30	Tabel Model Summary Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan <i>Family Gathering</i> dan Tingkat Motivasi Kerja.....	137
Tabel 5.31	Tabel ANOVA Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan <i>Outbound</i> Terhadap Tingkat Motivasi Kerja.....	138
Tabel 5.32	Tabel Koefisien Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan <i>Outbound</i> Tingkat Motivasi Kerja.....	139
Tabel 5.33	Tabel Model Summary Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan <i>Outbound</i> dan Tingkat Motivasi Kerja.....	140



BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Permasalahan

Suatu organisasi ada atau terbentuk untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan yang ingin dicapai tersebut tidak dapat dicapai apabila dilakukan oleh individu-individu yang bekerja sendiri, karena seperti yang dikemukakan oleh Stephen P. Robins (1994) bahwa organisasi merupakan sebagai kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan batasan yang relatif dapat diidentifikasi yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan (Justi Amaria, 2000 :1).

Dalam usaha untuk mencapai tujuan tersebut, organisasi membutuhkan kerjasama yang baik antara sesama sumber daya yang terdapat di dalam organisasinya. Salah satu sumber daya yang ada adalah karyawan. Karyawan mempunyai peranan yang besar terhadap keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Tanpa adanya dukungan dari para karyawan maka organisasi akan sulit untuk mencapai tujuan-tujuannya. Karyawan dapat bekerja dengan baik apabila di dalam organisasinya terdapat bentuk hubungan yang baik antara organisasi atau perusahaan yang diwakili pihak manajemen dan para karyawan sebagai bawahannya.

Organisasi terdiri dari beberapa komponen yang saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. Masing-masing komponen tidak dapat berdiri sendiri (saling ketergantungan). Jika salah satu komponen berubah maka akan memengaruhi komponen yang lain. Setiap bagian dihubungkan ke bagian-bagian yang lainnya, dan proses penghubung utamanya adalah komunikasi. Komunikasi merupakan faktor esensial dalam kegiatan organisasi, seperti ungkapan yang populer dikalangan ahli dan praktisi yaitu; *Communication is the lifeblood of an Organization*.

Apabila tidak ada komunikasi, para karyawan tidak dapat mengetahui apa yang dilakukan rekan sekerjanya, pimpinan tidak dapat menerima masukan informasi, dan para penyelia tidak dapat memberikan instruksi. Koordinasi kerja tidak mungkin dilakukan dan organisasi akan runtuh karena ketidakadaan komunikasi.

Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi dan menjadi tantangan dalam proses penyampaian dan penerimaan informasinya. Dalam komunikasi organisasi, aliran informasi mengalami proses yang cukup rumit, karena melibatkan seluruh bagian yang ada di dalam organisasi. Informasi tersebut tidak hanya mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga sebaliknya dari bawah ke atas dan juga mengalir secara horisontal yaitu di antara sesama karyawan dengan tingkatan yang sama.

Dalam pembentukan kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggotanya, maka dibutuhkan bentuk hubungan komunikasi yang baik pula antara para anggota organisasi. Organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi. Apabila

tidak terdapat komunikasi yang baik maka koordinasi pekerjaan juga tidak mungkin terjadi dengan baik pula.

Komunikasi dalam organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota, baik komunikasi verbal maupun non-verbal. Untuk itu dibutuhkan adanya jalinan komunikasi yang baik di dalam organisasi. Salah satu yang dapat membantu jalannya komunikasi tersebut adalah peran *Public Relations* (PR).

Aktivitas PR sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Fungsi utama PR adalah untuk mencapai tujuan dan menciptakan citra yang positif bagi perusahaannya (*image maker*), selain memelihara hubungan baik dengan seluruh publik baik publik internal maupun publik eksternal.

Dalam fungsi *public relations* terdapat berbagai macam bentuk hubungan yang dapat dilakukan. Pada umumnya hubungan komunikasi yang dilakukan adalah; *community relations*, *government relations*, *investor relations*, *media relations* dan *employee relations*, dengan tujuan untuk mencapai pengertian publik (*public understanding*), kepercayaan publik (*public confidence*), dukungan publik (*public support*), dan kerjasama publik (*public cooperation*). (S.K. Bonar: 1993, 55).

Salah satu bentuk hubungan dalam *public relations* yang mengatur hubungan antara perusahaan dengan para karyawannya adalah *employee relations*. Tujuan utama dari *employee relations* adalah untuk menciptakan bentuk hubungan atau

komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis di antara keduanya, sehingga dapat dikatakan bahwa *employee relations* bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kerjasama (*relationship*) serta loyalitas di antara pihak manajemen dengan para karyawannya maupun sebaliknya, loyalitas karyawan terhadap manajemen.

Pentingnya *employee relations* dalam suatu organisasi pada kenyataannya sering tidak berjalan efektif atau bahkan dihiraukan oleh pihak manajemen yang mengakibatkan hubungan kerja antara perusahaan dan karyawan tidak terjalin dengan harmonis, koordinasi di dalam organisasi tidak berjalan baik sehingga memengaruhi motivasi kerja karyawan dan mengakibatkan sasaran atau tujuan yang harus dicapai organisasi tidak akan sesuai dengan yang direncanakan.

Hasil penelitian Lewis, Micheal CH : Waylan Cummings dan Larry W. Lay yang dipublikasikan dalam *Communication Yearbook* 5, 1978 : 473-490 menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi merupakan prediktor yang tepat antara motivasi pekerja dan produktivitas kerja dalam berbagai organisasi. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Goldhaber (1990) yang telah menyimpulkan bahwa kontribusi yang penting terhadap kepuasan kerja adalah kualitas hubungan karyawan dengan atasan (Arni Muhammad, 2002:67).

Tolak ukur keberhasilan organisasi tidak hanya dilihat dari faktor ekonomi, rentabilitas, likuiditas, namun juga faktor iklim kerja. Selain memperhatikan

kebutuhan ekonomi, kebutuhan psikologis juga sangat menentukan. Faktor-faktor psikologis merupakan salah satu motivator. Motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh iklim hubungan antar manusia, jenis pekerjaan yang terlibat, lingkungan pekerjaan yang bagus, serta kesejahteraan pribadi. Tugas dari perusahaan adalah menumbuhkan dan mengembangkan motivasi karyawannya.

Adanya pemikiran di atas telah memberikan gagasan penulis untuk melakukan penelitian sejenis. Suatu studi tentang pengaruh penilaian karyawan tentang kegiatan *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

Dalam penelitian ini penulis memilih PT. Unelec Indonesia (UNINDO) sebagai objek penelitian. Alasan penulis dalam memilih PT. UNINDO sebagai objek penelitian adalah karena PT.UNINDO secara struktural memiliki bagian *Internal Communication* di dalam struktur organisasinya, sehingga aktivitas *employee relations* sudah merupakan bagian terencana dari kegiatan perusahaan.

PT.UNINDO merupakan perusahaan *joint venture* antara PT. PLN Persero dengan Alstom Grid. Berdiri sejak tahun 1969, PT.UNINDO merupakan salah satu perusahaan *joint venture* tertua di Indonesia dengan pembagian sahamnya PT.PLN Persero sebesar 33% dan Alstom Grid sebesar 67%. Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. Alstom Grid merupakan perusahaan Prancis yang bergerak di bidang kelistrikan.

PT.UNINDO merupakan perusahaan terbesar di Indonesia untuk produksi Trafo, dengan jumlah karyawan sampai akhir 2010 lalu berjumlah 483 orang karyawan, yang terdiri dari 155 manajer dan *Engineer*, 42 staff, dan 286 operator pabrik.

Dengan jumlah karyawan yang banyak maka peneliti merasa PT.UNINDO merupakan objek yang bagus untuk penelitian, karena selain karena PT.UNINDO sendiri mempunyai bagian *Internal Communication* yang berada di bawah departemen HRD namun belum diketahui kinerja dari bagian ini sudah maksimal atau belum.

PT. UNINDO memiliki beberapa program dalam hal *employee relations*, seperti *suggestion sytem reward*, *communication meeting*, *internal bulletin*, dan *special events*. *Special events* di PT.UNINDO dalam kegiatan *employee relations* adalah *family gathering* dan *outbound*.

Peneliti memilih *special event* tersebut untuk diteliti karena belum ada penelitian sebelumnya yang meneliti *special event* dalam hal ini *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* sebuah perusahaan.

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen perusahaan dalam mendayagunakan secara efektif karyawan yang menjadi tanggung jawabnya. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai alat audit komunikasi untuk membantu pihak manajemen dalam merancang program *employee relations* yang baik.

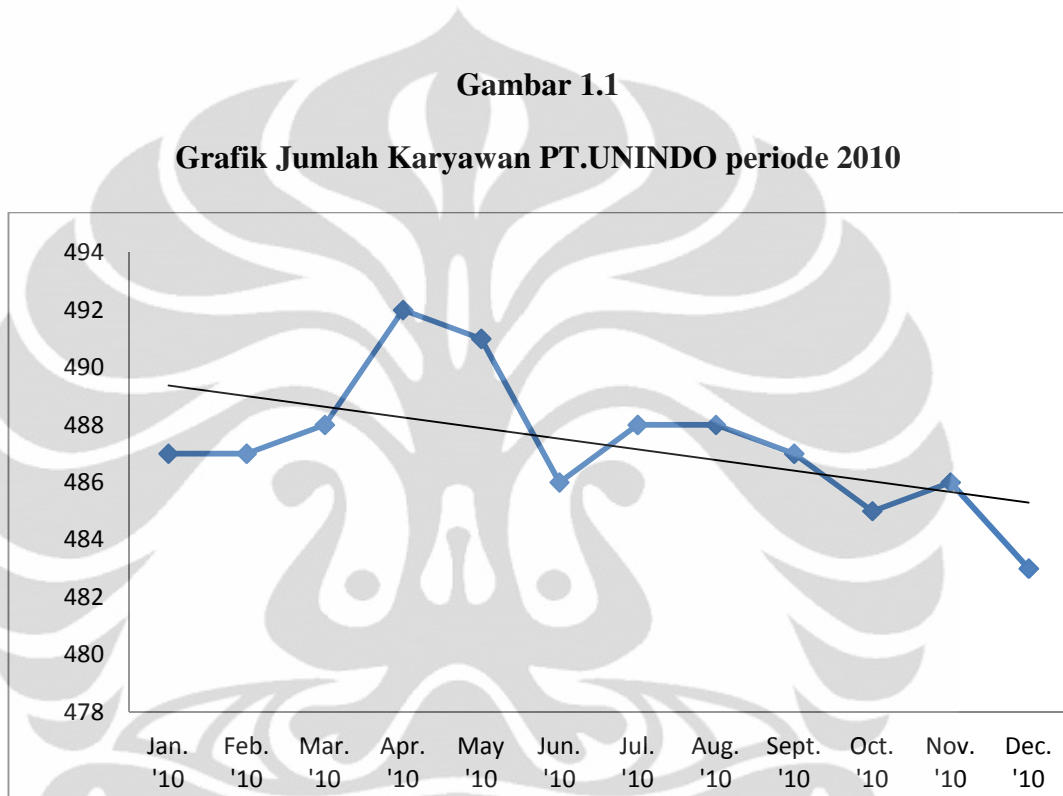
I.2 Permasalahan

Penurunan motivasi kerja dapat terjadi karena adanya ketidakpuasan karyawan, dan ketidakpuasan karyawan terlihat dari sejumlah perilaku negatif, misalnya berhenti atau keluar dari perusahaan, dan tidak patuh seperti datang tidak tepat waktu atau membolos yang semuanya berakibat pada menurunnya produktifitas kerja dan merugikan organisasi.

Sebagian besar dari karyawan PT.UNINDO rata-rata telah bekerja lama di perusahaan. Setiap hari mereka bekerja selama 8 jam sehari dan bila dibutuhkan mereka harus bekerja lebih dari waktu normal kerja mereka tersebut. Target produksi yang dibebankan kepada mereka juga memungkinkan mereka bekerja dengan penuh tekanan. Hal-hal tersebut memungkinkan bagi karyawan tersebut untuk merasa bosan dan penat terhadap rutinitas, sementara di sisi lain bekerja adalah satu hal yang masih mereka butuhkan. Kebosanan dan kepenatan ini mungkin sekali dapat memengaruhi motivasi mereka dalam bekerja sehingga apa yang dikerjakannya pun dapat menjadi kurang maksimal. Motivasi berhubungan dengan arah perilaku, kekuatan respons (usaha) setelah individu memilih untuk mengikuti tindakan tertentu dan ketahanan perilaku atau beberapa orang itu terus menerus berperilaku menurut cara tertentu (Campbell & Pritchard, 1976:65).

Dari analisa awal peneliti yang didapat dari penganalisaan grafik jumlah karyawan dan jumlah jam ketidakhadiran karyawan dalam periode 2010 didapatkan bahwa motivasi karyawan mengalami penurunan. Grafik jumlah karyawan dari

periode Januari 2010 sampai Desember 2010 mengalami tren yang menurun (gambar 1.1), ini dapat mengindikasikan tingkat *turn over* karyawan yang cukup tinggi.

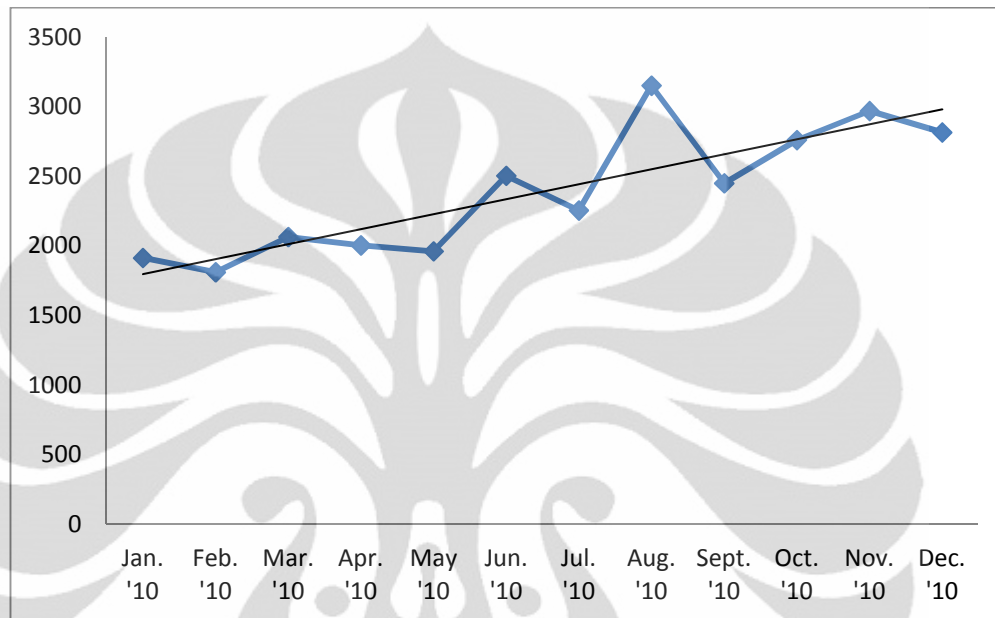


Sumber: PT.UNINDO 2010

Sedangkan dari grafik jumlah jam absensi atau ketidakhadiran karyawan pada periode Januari 2010 sampai Desember 2010 mengalami tren yang naik (Gambar 1.2), ini mengindikasikan bahwa adanya kenaikan jumlah jam ketidakhadiran karyawan yang tinggi pada bulan ke bulan.

Gambar 1.2

Grafik Jumlah Jam Absensi Karyawan PT.UNINDO Tahun 2010



Sumber: PT.UNINDO 2010

Manajemen PT.UNINDO memang menyadari bahwa motivasi karyawan itu sangat memengaruhi kinerja mereka di perusahaan, salah satu program manajemen untuk meningkatkan motivasi kerja karyawannya adalah dengan program *employee relations*.

Salah satu kegiatan dalam program *employee relations* yang dilakukan adalah *special events*. Setiap tahun PT.UNINDO mengadakan *special event* yang ditujukan untuk para karyawannya sebagai salah satu cara memotivasi para karyawannya. *Special event* tersebut adalah *family gathering* dan *Outbond*.

Acara *family gathering* merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan cara mengundang karyawan beserta keluarga untuk melakukan aktifitas bersama. Seluruh karyawan beserta keluarga diundang dalam acara tersebut. Banyak sekali acara yang dipersiapkan dalam kegiatan tersebut, mulai dari acara hiburan sampai ke pembagian *doorprice* untuk karyawan. Tujuan dari acara *family gathering* ini adalah untuk menjalin suatu hubungan baik atau relasi antar sesama karyawan dan sesama keluarga dari para karyawan tersebut.

Outbound merupakan acara perusahaan yang berisi aktifitas untuk para karyawannya yang dilakukan di luar area perusahaan. Berbeda dengan *family gathering*, *outbound* hanya diikuti oleh karyawan saja tanpa mengikutsertakan keluarga. Acara *outbound* merupakan aktifitas luar ruang seperti permainan-permainan dan lomba olahraga kecil yang dilakukan bersama-sama yang memerlukan kerjasama antar anggota tim.

Kedua acara ini, *family gathering* dan *outbound* dilakukan rutin setiap tahun oleh PT.UNINDO dan merupakan acara besar yang melibatkan seluruh karyawannya. Kedua acara tersebut merupakan kegiatan *employee relations* yang mempunyai tujuan utama untuk menciptakan iklim kebersamaan antara karyawan dengan pihak perusahaan dan antara karyawan dengan karyawan.

Acara *family gathering* selalu diadakan tiap tahun, dan pada tahun 2010 *family gathering* diadakan pada tanggal 1 Agustus 2010 bertempat di Gelanggang Samudra Ancol. Diikuti oleh hampir seluruh karyawan, acara *family gathering*

tersebut berjalan dengan meriah. Acara tersebut terlaksana satu hari mulai dari pagi hingga sore hari. Setiap karyawan diperbolehkan membawa keluarganya yang terdaftar di perusahaan. Untuk setiap karyawan jatah keluarga yang boleh didaftarkan di perusahaan yaitu satu suami atau istri, dan tiga orang anak kandung yang belum menikah atau belum bekerja.

Kegiatan *outbound* juga merupakan kegiatan rutin tiap tahun yang diadakan oleh PT.UNINDO dan pada tahun 2010 konsepnya dilakukan secara berbeda dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kegiatan *outbound* pada tahun-tahun sebelumnya dilakukan satu kali dan diikuti oleh semua karyawan dari seluruh unit yang ada, sedangkan pada tahun 2010, pihak perusahaan memutuskan untuk melakukan kegiatan ini per divisi di tempat dan hari yang berbeda. Hal ini dilakukan oleh pihak perusahaan untuk lebih mengefektifkan kegiatan tersebut dan tujuan dari kegiatan tersebut benar-benar tercapai.

Dari uraian di atas, penulis ingin mengetahui apakah penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *special event* dalam hal ini *family gathering* dan *outbound* yang dilakukan pihak perusahaan sudah baik untuk meningkatkan motivasi kerja para karyawannya, karena bila melihat dari grafik jumlah karyawan dan jumlah ketidakhadiran karyawan, keduanya menunjukkan bahwa motivasi kerja karyawan mengalami penurunan, sedangkan kegiatan *employee relations* melalui *special event* tetap dilaksanakan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, secara umum, permasalahannya dapat dirumuskan dalam pertanyaan;

1. “Bagaimana penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* PT UNINDO yang dilakukan pada tahun 2010?”
2. “Bagaimana tingkat motivasi kerja pada karyawan PT UNINDO?”
3. “Bagaimana pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan PT UNINDO?”

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* PT UNINDO yang dilakukan pada tahun 2010.
2. Mengetahui tingkat motivasi kerja pada karyawan PT.UNINDO
3. Mengetahui pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan PT.UNINDO.

I.4. Manfaat Penelitian

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi akademis dalam ilmu komunikasi bidang studi *public relations* tentang komunikasi organisasi, khususnya mengenai kegiatan *employee relations* dan motivasi karyawan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan juga bahan masukan bagi perusahaan-perusahaan, khususnya bagi PT.UNINDO mengenai aktivitas *employee relations* yang baik dalam bentuk kegiatan *special event*, dan bagaimana tingkat motivasi kerja dari para karyawannya yang muncul dari aktivitas *employee relations* yang dilakukannya.



BAB II

KERANGKA TEORI

II.1 Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Banyak sekali profesi-profesi yang menjadikan komunikasi sebagai dasar dari pekerjaan mereka, salah satunya adalah *Public Relations*. Menurut Frank Jefkins (1992:9), yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian adalah *Public Relations*.

Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1987, ditetapkan definisi humas sebagai berikut:

Humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi **masukan** dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya (M. Linggar Anggoro, 2002:2).

Rhenald Kasali (1990:284) mengatakan bahwa, *public relations* adalah suatu pendekatan strategis dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi dengan cara membujuk (*persuasive*). Tugas *public relations* adalah membina hubungan yang baik dengan berbagai pihak.

Berdasarkan ciri khas kegiatan *public relations*, maka fungsi *public relations* menurut Cutlip, Centre dan Canfield adalah:

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dengan menyebarkan informasi dari organisasi ke publiknya dan menyalurkan opini publik pada organisasi.
- c. Melayani publik dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi kepentingan umum.
- d. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, sebagai khalayak sarannya (Frida Kusumastuti, 2002:23-24).

Ada tiga hal yang sangat memengaruhi tingkat efektifitas humas internal, yaitu:

- a. Keterbukaan pihak manajemen
- b. Kesadaran pengakuan pihak manajemen akan nilai dan arti penting komunikasi dengan karyawan.
- c. Keberadaan seorang manajer komunikasi (kepala humas) yang tidak hanya ahli dan berpengalaman, tetapi juga didukung oleh sumber daya teknis. (Frank Jefkins, 1992:172)

Pengertian humas sebagai fungsi yang melekat pada manajemen organisasi, tujuan utamanya adalah membentuk *goodwill*, toleransi, kerjasama, saling mempercayai, saling pengertian, dan saling menghargai serta untuk membentuk opini public yang positif berdasarkan prinsip-prinsip hubungan yang harmonis, baik

hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun ke luar (*external relations*). (Roslan,1999:31)

Sasaran humas adalah sasaran komunikasi manajemen. Dalam usaha mencapai tujuan manajemen secara efektif, salah satunya adalah hubungan dengan karyawan (*employee relations*) sebagai publik internal (Rhenald Kasali, 1990;284).

II.2 Hubungan Karyawan (*Employee Relations*)

Perencanaan dan pelaksanaan suatu program informasi dan komunikasi karyawan biasanya harus terletak pada seksi hubungan karyawan dari bagian hubungan masyarakat (PR). Nasihat serta kerjasama manajemen dan staf, pelaksana yang melaksanakan hubungan personalia, karyawan, atau industri, harus diusahakan dalam menentukan tujuan, media, dan pesan dari program komunikasi. Koordinasi yang erat antara seksi hubungan karyawan dengan seluruh staf serta pelaksanaan organisasi adalah penting. Kegagalan dalam menyajikan informasi kepada karyawan tentang kebijakan dan perkembangan perusahaan yang memengaruhi kepentingannya, akan menimbulkan kesalah pahaman, desas desus, dan kecaman. Apabila tidak diberikan informasi tentang hal seperti itu, maka karyawan akan membuat asumsinya sendiri, yang mungkin salah, atau mereka akan mendengarkan sumber dari luar, yang mungkin memberikan informasi yang tidak tepat. (Moore,2005:347)

Para karyawan juga ingin menyatakan pendapatnya kepada manajemen tentang pekerjaan, kondisi pekerjaan, dan hal-hal lain yang memengaruhi

kepentingannya. Pelaksanaan komunikasi dua arah yang memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengajukan pertanyaan dan memberikan usulan kepada manajemen adalah penting. (Moore,1988:5)

Scot M. Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom dalam buku *Effective Public Relations* mengatakan, “*No organization relationship are as important as those with employee all levels*”.(M. Cutlip, H. Center dan Glen M. Broom; 311) Pernyataan tersebut mengatakan bahwa, tidak ada hubungan komunikasi yang lebih penting dari hubungan antar karyawan pada semua tingkatan. Tujuan kegiatan *employee relations* adalah untuk mengenal, menyusun, dan kemudian memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dengan para karyawannya, yang manfaatnya dapat dirasakan oleh kedua pihak yaitu pimpinan dan karyawan.

Hubungan karyawan merupakan salah satu bentuk dari aktivitas *internal public relations*, maka berkaitan dengan itu Frank Jefkins (1994;355) mengatakan bahwa, “*internal public relations is therefore one of the keys to successful management, requiring open management and closing the gap between the two sides*”. Dengan demikian berarti bahwa, *internal public relations* kemudian menjadi salah satu kunci menuju manajemen sukses, menuntut pengelolaan terbuka dan menutup celah antara manajemen dan karyawan (Frank Jefkins, 1994;355).

Jeery A. Hendrix (2001;109) menyatakan tujuan *employee relations* adalah sebagai berikut:

Objective for employee relations include the two major categories of impact and output. Impact objective for employee relations include informing employees or modifying their attitudes or behaviors. Some typical impact objectives are:

1. *To increase employee knowledge of significant organizational policies, activities, and developments.*
2. *To enhance favorable employee adaptations of behaviors desire by management.*
3. *To accomplish greater employee adoptions of behaviors desire by management.*
4. *To make the employee force organizational spokespersons in the community.*
5. *To receive more employee feedback from organizational communications*

Komunikasi dengan karyawan merupakan kunci utama suksesnya program humas modern. Fungsi komunikasi internal adalah mengusahakan agar para karyawan mengetahui apa yang sedang dipikirkan manajemen dan mengusahakan agar manajemen mengetahui apa yang sedang dipikirkan oleh karyawan. Komunikasi internal menimbulkan problema pelik. Komunikasi dari manajemen kepada karyawan dalam sebuah organisasi besar harus melalui beberapa tahap otoritas. Frank Jefkins (2005:172) mengatakan bahwa:

“Komunikasi internal (lebih lanjut disebut sebagai komunikasi karyawan atau *employee relations*), memiliki tiga bentuk. Pertama adalah komunikasi ke bawah yaitu komunikasi dari pihak pimpinan kepada karyawan. Kedua adalah komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang berlangsung dari karyawan kepada atasannya. Ketiga adalah komunikasi sejajar, yaitu komunikasi yang berlangsung antar sesama karyawan”.

Dalam upaya mencapai tujuan perusahaan maka harus adanya keselarasan, semangat kerja sama di antara para anggota perusahaan melalui komunikasi yang baik antara manajemen atau karyawan seperti yang disebutkan dalam bentuk aliran komunikasi di atas.

Menurut IG Wasanto (1987;186) tujuan dari *employee relations* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan saling pengertian antar karyawan ataupun antara pimpinan dengan semua karyawan dalam sebuah organisasi.
- b. Mendapatkan data-data yang lengkap tentang sikap dan tingkah laku karyawan. Data ini diperlukan dalam rangka pembinaan, pengorganisasian, kerjasama, koordinasi, dan evaluasi terhadap karyawan.
- c. Menciptakan kerjasama yang serasi antara karyawan.
- d. Menanamkan rasa damai kepada karyawan.
- e. Menanamkan rasa sukses kepada karyawan sehingga mereka merasa diberi kesempatan untuk maju dalam mengembangkan karirnya.
- f. Menanamkan loyalitas para karyawan.
- g. Menanamkan rasa tanggung jawab kepada para karyawan.
- h. Menciptakan adanya semangat kerja yang tinggi

Menurut Moore (2005:350), komunikasi dua arah yang baik antara manajemen dan karyawan didasarkan pada asas-asas sebagai berikut:

- a. Manajemen harus bersedia secara sadar memberikan informasi kepada karyawannya. Setiap pelaksana harus memahami bahwa komunikasi merupakan tanggung jawab utam, dan dalam evaluasi pelaksanaan secara keseluruhan, tanggung jawab komunikasi yang diberikan adalah sangat berat.

- b. Komunikasi harus berfungsi sebagai suatu sistem yang lengkap antara manajemen dan karyawan.
- c. Papan tertulis harus digunakan untuk menghindari penyimpangan arti yang mungkin terjadi dalam komunikasi lisan.
- d. Pesan harus disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang lazim yang sesuai dengan tingkat pendidikan karyawan.
- e. Media komunikasi harus dipilih dan pesan harus disiapkan oleh komunikator yang berpengalaman. Terutama yang terpenting bahwa komunikasi tentang informasi penting tidak dipercayakan kepada orang dengan pengalaman komunikasi yang terbatas.
- f. Komunikasi jangan secara sengaja disalah gunakan atau disesatkan tetapi harus faktual, seksama, dan tidak memihak.
- g. Informasi harus diberikan tepat pada waktunya dan pesan harus disampaikan dengan cepat untuk menghindari kesalahpahaman.
- h. Pengulangan adalah penting dalam komunikasi karyawan yang baik. Informasi harus diulang dalam cara yang berlainan agar mudah dipahami.
- i. Informasi harus dikomunikasikan dalam jumlah yang kecil agar mudah dipahami.
- j. Tanggung jawab terhadap komunikasi karyawan yang bersifat formal harus diserahkan kepada staf humas.

Kegiatan *Employee Relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk, yaitu antara lain melalui berbagai macam aktifitas dan program:

1. Program Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan, yakni dalam upaya meningkatkan kualitas keterampilan (*skill*) karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan sebagainya.

2. Program pencapaian motivasi kerja berprestasi

Program tersebut dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training – AMT*, di mana dalam pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktifitas tinggi.

3. Program Penghargaan

Program penghargaan di sini dimaksudkan adalah dalam upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaannya secara terus-menerus dan sebagainya. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa saling memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan.

4. Media komunikasi internal

Membentuk media komunikasi internal melalui bulletin, *news release* (majalah dinding) dan majalah perusahaan/PR yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antarkaryawan atau perusahaan dan pimpinan.(Ruslan, 1997:256-258)

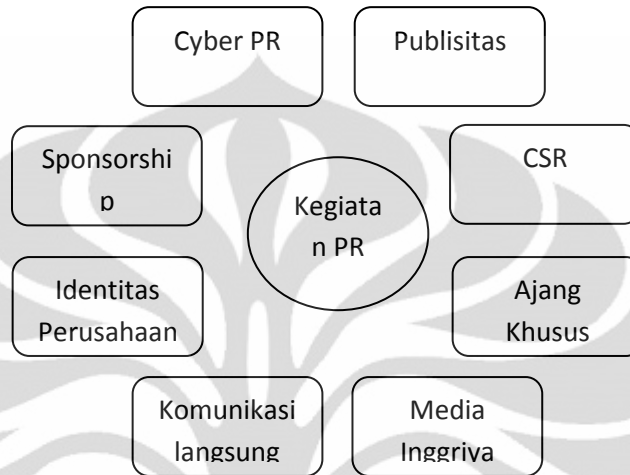
5. Program acara khusus (*Special event*)

Yakni merupakan program acara khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya menghadapi *event* ulang tahun perusahaan dengan mengadakan kegiatan keagamaan, olahraga, lomba, dan hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya. Dengan maksud untuk menumbuhkan rasa saling keakraban bersama di antara sesama karyawan dan pimpinan.

Secara ideal, sebuah perusahaan melakukan semua aktifitas atau program-program *employee relations* tersebut, sehingga hasil maksimal yang diharapkan dari publik internalnya yaitu karyawan dapat tercapai.

II.3 Ajang Khusus (*Special event*)

Ajang khusus merupakan salah satu tools *public relations* (PR) di samping kegiatan lain, seperti identitas perusahaan, publisitas, website, dan sebagainya. Sebagai *tools* PR, ajang khusus dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan perannya (Wahyuni Pudjiastuti, 2010:xxx).

Gambar 2.1**Kegiatan *Public Relations***

Sumber: Wahyuni Pudjiastuti, *Special event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*, Jakarta, PT.Elex Media Komputindo, 2010.

Joe Goldblatt dalam bukunya *Special event* mendefinisikan Ajang Khusus sebagai situasi istimewa yang dirayakan dengan rangkaian upacara (perayaan) dan ritual untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan tertentu.

I defined special event as a unique moment in time celebrated with ceremony and ritual to satisfy specific needs. (Goldblatt, 2002)

Pengertian Ajang Khusus, menurut Jim Macnamara (1996) yang dikutip Rosady Ruslan (1999) dalam bukunya *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, adalah sebuah ajang yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian dari media, klien, perusahaan, atau produk. Ajang tersebut dapat didesain untuk mentransfer pesan spesifik tentang produk dan juga untuk menunjukkan fakta bahwa perusahaan memberikan kesempatan yang sama

kepada semua pekerja. Dalam hal ini, perusahaan adalah tempat yang tepat untuk bekerja dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial.

Angela Murray dalam bukunya *Public Relations* mengatakan bahwa Ajang Khusus yang berbentuk *corporate planning* akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan karena dengan Ajang Khusus tersebut perusahaan dapat membangun hubungan baik dengan public, mendapatkan kesempatan mencapai target sasaran yang lebih luas, dan dapat menunjukkan rasa terima kasih kepada publik perusahaan ataupun masyarakat umum (Angela Murray,2001).

Menurut Philip Lesly (1987) dalam bukunya *Public Relations Handbook*, tujuan Ajang Khusus pada dasarnya sama dengan tujuan *Public Relations*, yaitu:

1. Menciptakan citra baik atau citra positif
2. Melakukan promosi pelayanan dan produksi
3. Menciptakan *goodwill*
4. Mencegah dan memecahkan masalah
5. Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka
6. Meramalkan serangan-serangan
7. Mampu menarik perhatian khalayak
8. Merumuskan kebijakan-kebijakan serta mengarahkan proses perubahan sedemikian rupa.

Tom Duncan (2003), tujuan Ajang Khusus adalah:

1. Memengaruhi khalayak sasaran

2. Mengasosiasikan sebuah merek dengan suatu kegiatan, gaya hidup, atau individu tertentu.
3. Menjangkau target sasaran yang lebih luas.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek, produk, atau perusahaan.
5. Mempublikasikan sebuah merek, produk, atau perusahaan yang nantinya akan meningkatkan pengetahuan khalayak.

Fungsi *special event* seperti dikemukakan Rosady Ruslan, antara lain sebagai berikut:

1. Memberikan informasi secara langsung (tatap muka) dan mendapatkan timbal balik yang positif dari publiknya.
2. Menjadi media komunikasi sekaligus mendapatkan publisitas sehingga pada akhirnya publik sebagai target sasaran akan memperoleh pengenalan, pengetahuan, dan pengertian mendalam. Dari ajang khusus tersebut juga diharapkan akan tercipta citra positif perusahaan atau produk yang diwakilinya.

Special event mempunyai elemen-elemen atau tahapan yang disebut oleh Philip Lesly sebagai rumusan 5W+1H dimana elemen-elemen ini harus diorganisir secara terpadu sejak dimulai merencanakan *special event*. Elemen-elemen tersebut adalah :

1. Elemen *what*: berhubungan dengan bentuk acara, format, dan kesan yang ingin ditampilkan.
2. Elemen *Why*: meliputi tujuan dan maksud penyelenggaraan *special event*.
3. Elemen *When*: meliputi hal yang berhubungan dengan waktu penyelenggaraan serta ketetapan jadwal.
4. Elemen *Where*: berhubungan dengan lokasi penyelenggaraan *special event* dan fasilitas pendukung.
5. Elemen *Who*: berhubungan dengan khalayak sasaran, pengisi acara.
6. Elemen *How*: berhubungan dengan bagaimana *special event* direncanakan dan diselenggarakan.

Menurut Bill Penn, berhasil atau tidaknya sebuah *special event* dapat dilihat dari beberapa faktor:

1. Penjualan, yaitu pengaruh sebuah *special event* terhadap perkembangan penjualan.
2. Liputan media, yaitu seberapa banyak *event* diliput oleh media
3. Pendapat atau perilaku khalayak, yaitu bagaimana pendapat atau perilaku khalayak tentang perusahaan maupun *event* yang dilakukan setelah mereka terlibat di dalamnya.

Dari tujuan-tujuan di atas, keberhasilan *special event* dalam hal perubahan perilaku khalayak di sini salah satu contohnya adalah perubahan perilaku khalayak dalam hal motivasi dalam bekerja.

Bentuk *special event* sangatlah variatif. Menurut Kotler (1999) antara lain *news conference, seminars, outings atau outbound, exhibits, contests and competitions, anniversaries, sport and cultural sponsorship*. Menurut Joe Goldblatt (2002), selain komponen *celebration, education, marketing and reunion*, ada beberapa subbidang yang digolongkan berdasarkan tujuan dan kebutuhan khusus. Menurutnya, *special event* dapat dikategorikan antara lain sebagai berikut:

1. *Civic Event*
2. *Expositions*
3. *Fairs and Festivals*
4. *Hallmark Event*
5. *Hospitality*
6. *Meeting and conference*
7. *Retail Event*
8. *Social Life Cycle Event*
9. *Sport Event*
10. *Tourism*

Menurut Wahyuni Pudjiastuti (2010:110), selain beberapa bentuk di atas, masih banyak bentuk Ajang Khusus lain, seperti:

1. *Roadshow*
2. *Contest and Competition*
3. *Outbound*

4. *Demonstration*
5. Debat
6. *Launching*
7. *Media Conference*
8. *Media Tour*
9. *Reunion*
10. *Gathering*

Dari bentuk-bentuk *special event* yang disebutkan oleh beberapa ahli tersebut, ada dua bentuk *special event* yang menjadi variabel dari penelitian ini, yaitu *outbound* dan *gathering*.

II.3.1 Family gathering

Gathering adalah ajang yang sering dilakukan perusahaan untuk khalayak internalnya (karyawan, pemegang saham, atau investor) dengan tujuan untuk mengakrabkan hubungan antar peserta (Wahyuni Pudjiastuti, 2010:171).

Menurut Wahyuni Pudjiastuti (2010:171), karakteristik ajang ini antara lain:

1. Dikemas secara informal yang biasanya sarat dengan hiburan.
2. Khalayaknya tertentu dan terbatas, misalnya karyawan saja, media saja. Investor saja, dan seterusnya.
3. *Gathering* dapat dilaksanakan indoor (aula, restoran, hotel, auditorium) ataupun outdoor (taman, tempat rekreasi, pantai).

4. Tujuan diadakannya gathering adalah untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dan segenap *stakeholders*-nya.
5. Waktu pelaksanaannya bisa di hari libur atau hari biasa sesuai dengan waktu yang paling tepat bagi *stakeholders*. Untuk investor mungkin lebih tepat jika diadakan pada hari biasa. Sementara untuk karyawan, sebaiknya diadakan pada hari libur agar tidak mengganggu jam kerja mereka, apalagi jika acara itu menyertakan anggota keluarga.

II.3.2 Outbound

Outbound merupakan salah satu kegiatan pelatihan yang cukup populer sejak tahun 1980-an (Wagner, Baldwin, Roland, 1991). Perusahaan-perusahaan besar seperti AT&T, Xerox, General Electric, dan Marriott seringkali mengirim para eksekutif ataupun staff mereka untuk mengikuti kegiatan pelatihan di alam bebas (Long, 1987). Kegiatan ini menjadi terkenal karena dianggap sangat efektif untuk mencapai berbagai tujuan pelatihan, misalnya pertumbuhan individu (Galagan, 1987) dan ketrampilan manajemen organisasi (Long, 1987).

Tujuan *outbound* secara umum untuk menumbuhkan rasa percaya dalam diri guna memberikan proses terapi diri (mereka yang berkelainan) dalam berkomunikasi, dan menimbulkan adanya saling pengertian, sehingga terciptanya saling percaya antar sesama. Ancok pun menegaskan dalam bukunya *Outbound Management Training* (2003: 3) bahwa:

Metode pelatihan di alam terbuka juga digunakan untuk kepentingan terapi kejiwaan (lihat Gass, 1993). pelatihan ini digunakan untuk meningkatkan konsep diri anak-anak yang nakal, anak pencandu narkoba, dan kesulitan di dalam hubungan sosial. Metode yang sama juga digunakan untuk memperkuat hubungan keluarga ber-masalah dalam program *family therapy* (terapi keluarga). Afiatin (2003) dalam penelitian disertasinya telah menggunakan pelatihan *outbound* untuk penangkalan pengguna obat terlarang (narkoba). Dalam penelitiannya Afiatin menemukan bahwa penggunaan metode *outbound* mampu meningkatkan ketahanan terhadap godaan untuk menggunakan narkoba. Selain itu dilaporkan pula oleh Afiatin, penelitian yang dilakukan oleh Johnson dan Johnson bahwa kegiatan di dalam *outbound training* dapat meningkatkan perasaan hidup bermasyarakat (*sense of community*) di antara para peserta latihan.

Tujuan *outbound* menurut Adrianus dan Yufiarti, dalam jurnal *Memupuk Karakter Peserta melalui Kegiatan Outbound* (2006: 42) adalah untuk:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan diri peserta;
2. Berekspresi sesuai dengan caranya sendiri yang masih dapat diterima lingkungan;
3. Mengetahui dan memahami perasaan, pendapat orang lain dan menghargai perbedaan;
4. Membangkitkan semangat dan motivasi untuk terus terlibat dalam kegiatan-kegiatan;
5. Lebih mandiri dan bertindak sesuai dengan keinginan;
6. Lebih empati dan sensitif dengan perasaan orang lain;
7. Mampu berkomunikasi dengan baik;
8. Mengetahui cara belajar yang efektif dan kreatif;

9. Memberikan pemahaman terhadap sesuatu tentang pentingnya karakter yang baik;
10. Menanamkan nilai-nilai yang positif sehingga terbentuk karakter peserta sekolah dasar melalui berbagai contoh nyata dalam pengalaman hidup;
11. Mengembangkan kualitas hidup peserta yang berkarakter;
12. Menerapkan dan memberi contoh karakter yang baik kepada lingkungan.

Kegiatan *outbound* individu atau kelompok akan mendapatkan manfaat yang beragam. Mulai dari menambah pengalaman baru. Memacu rasa keberanian. Membangun rasa kebersamaan. Komunikasi yang efektif antarsesama. Bertindak sesuai dengan situasi dan kondisi. Memahami setiap kelebihan maupun kekurangan yang ada pada dirinya maupun orang lain. Dapat menimbulkan rasa saling menghargai dalam setiap keputusan. Selain itu juga *outbound* bermanfaat sebagai proses berlatih memacu cara berpikir seseorang agar selalu sistematis.

Karakteristik *outbound* menurut Wahyuni Pudjiatuti dalam bukunya *Special event; Alternative Jitu Membidik Pasar* (2010:159), adalah:

- a. Dikemas secara informal yang biasanya sarat dengan hiburan.
- b. Khalayaknya tertentu dan terbatas, bisa anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua.
- c. Permainan data saja dilaksanakan *indoor* (aula, auditorium) ataupun *outdoor* (taman, tempat rekreasi, pantai).

- d. Tujuan diadakannya permainan antara lain untuk menjalin hubungan yang harmonis, *team working*, serta memberikan hiburan kepada peserta.
- e. Waktu pelaksanaannya bisa hari libur atau hari biasa sesuai dengan waktu yang paling tepat bagi peserta.

II.4 Motivasi

Menurut Magginson dalam *personel management* (1981 : 295), *performance* karyawan ditentukan oleh tingkat interaksi antara kemampuan dan motivasinya. Kemampuan adalah kesanggupan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan, sedangkan motivasi merupakan dorongan dari karyawan tanpa paksaan untuk melaksanakan pekerjaan.

Seorang karyawan mampu mengerjakan suatu pekerjaan, tetapi apabila dia tidak mau mengerjakan maka pekerjaan itu tidak akan terlaksana. Jadi *performance* kerja karyawan dapat muncul apabila kemampuannya dalam melaksanakan pekerjaan terlihat dengan adanya motivasi kerja yang tinggi.

Dalam usaha untuk memperbaiki tingkat *performance* kerja karyawan, motivasi memegang peranan yang sangat penting. Setiap karyawan, motivasi memegang peranan yang sangat penting. Setiap karyawan mempunyai motivasi atau dorongan yang berbeda-beda agar mau bekerja dengan baik.

Istilah motivasi memang diberi arti yang berbeda oleh para ahli, meskipun mereka sepakat tentang motivasi sebagai penggerak dari sebagian besar perilaku

seseorang. Di samping itu, ada kesempatan bahwa perilaku yang disebabkan motivasi adalah perilaku yang mengarah ke tujuan dan ada dalam pengendalian secara sadar dari orang yang mempunyai perilaku itu. (Lowlec, 1973:2)

Pada dasarnya orang bekerja didorong untuk memenuhi akan kebutuhannya. Motif bekerja dan kebutuhan para karyawan adalah tidak sama. Ada karyawan yang bekerja semata-mata untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan fisik dan keluarganya, namun ada pula karyawan yang bekerja bukan hanya untuk memperoleh penghasilan, akan tetapi juga untuk mengejar prestasi atau penghargaan.

Menurut A.H. Maslow dalam Sondang Siagian (1989 : 146 – 162) mengatakan bahwa kebutuhan manusia itu dapat diklasifikasikan pada lima hirarki kebutuhan, yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis
2. Kebutuhan rasa aman
3. Kebutuhan sosial
4. Kebutuhan penghargaan
5. Kebutuhan aktualisasi diri

Kebutuhan-kebutuhan ini menurut Maslow, berkembang dalam suatu urutan hirarki, dengan kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan paling kuat (*prepotent*) hingga terpuaskan. Kebutuhan ini mempunyai pengaruh atas kebutuhan-kebutuhan lainnya selama kebutuhan tersebut tidak terpenuhi.

Kebutuhan fisiologis yang merupakan kebutuhan pokok manusia untuk mempertahankan hidupnya, seperti: sandang, pangan, dan perumahan. Pada umumnya kegiatan manusia akan berada pada tingkat ini sampai kebutuhan ini terpenuhi.

Setelah kebutuhan ini terpenuhi, maka akan datang kebutuhan yang selanjutnya yaitu kebutuhan rasa aman. Kebutuhan rasa aman di sini dalam arti fisik maupun fisiologis. Dalam arti fisik mencakup keamanan di tempat kerja dan keamanan dari dan ke tempat pekerjaan. Dalam arti fisiologis berarti mendapatkan perlakuan adil dalam pekerjaan, tidak adanya pemutusan hubungan kerja, adanya jaminan sosial, kesehatan.

Untuk selanjutnya kebutuhan sosial, kebutuhan ini sangat penting karena kebutuhan ini merupakan kebutuhan sebagai makhluk sosial yang suka berhubungan dengan orang lain. Biasanya kebutuhan ini tercemin dalam bentuk perasaan yaitu : perasaan diterima oleh orang lain dengan siapa dia bergaul dan berinteraksi dalam organisasi, setiap orang mempunyai jati diri yang khas dengan segala kelebihan dan kekurangan, kebutuhan akan perasaan maju dan kebutuhan akan perasaan diikutsertakan.

Kebutuhan selanjutnya adalah kebutuhan penghargaan, kebutuhan ini dimana orang lain ingin memperoleh pengakuan atas keberadaan dan statusnya oleh orang lain, dimana orang lain ingin berkuasa agar dapat memengaruhi dan mengendalikan kegiatan orang lain sehingga tujuannya dapat tercapai.

Setelah itu, kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan ini berkenaan dengan mengembangkan bakat atau potensi seseorang. Seorang karyawan berusaha menghasilkan pekerjaan bermutu tinggi merupakan cara untuk aktualisasi diri.

Bila Maslow mengemukakan lima kebutuhan manusia, Alderfer (1972) mengemukakan tiga kategori kebutuhan yaitu:

a. *Existence* (E) atau keberadaan

Keberadaan meliputi kebutuhan fisiologis, seperti lapar, haus, juga kebutuhan materi seperti gaji dan lingkungan kerja yang menyenangkan.

b. *Relatedness* (R) atau keterikatan

Kebutuhan akan keterikatan menyangkut hubungan dengan orang-orang yang penting bagi kita, seperti anggota keluarga, sahabat, dan penyelia di tempat kerja.

c. *Growth* (G) atau pertumbuhan

Kebutuhan akan pertumbuhan meliputi keinginan kita untuk produktif dan kreatif dengan mengerahkan segenap kesanggupan kita.

Motivasi adalah proses dari psikologis yang bersama-sama dengan persepsi, kepribadian, sikap dan proses belajar yang mewakili proses penting dalam mempelajari tingkah laku. Motivasi bukan satu-satunya penjelasan dari tingkah laku manusia, motivasi berinteraksi dengan proses-proses lainnya. (Luthan, 1989:230)

Motivasi berarti pemberian motif, penimbulan motif, atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Motivasi dapat

pula diartikan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. (Manullang, 2001:165)

E.J. Donal dalam Komaruddin (1983) membagi motivasi dalam dua jenis yaitu ; motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi instrinsik adalah motivasi yang timbul dari dalam diri seseorang. Motivasi ini sering disebut motivasi murni misalnya, kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan akan perasaan diterima. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang datang dari luar diri seseorang. Misalnya, kenaikan pangkat, pujian, hadiah dan sebagainya.

Definisi motivasi dipaparkan Gibson, Ivancevich dan Donnelly (Gibson, et.al, 1985):

“The concept that describes the forces acting in or within an employee that initiate and direct behavior”

(Motivasi diartikan sebagai konsep yang menggambarkan kekuatan yang bertindak terhadap atau di dalam seseorang karyawan yang member inisiatif dan mengarahkan tinggah laku).

II.4.1 Motivasi Kerja

Sondang P. Siagian menjelaskan bahwa motivasi kerja sebagai daya pendorong yang mengakibatkan seorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengarahkan kemampuan dalam bentuk keahlian dan keterampilan, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajiban dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Stephen P. Robbins, motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu. Pendapat lain mengenai motivasi, datang dari Jerry Gray. Menurut Gray, motivasi merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu.

James F. Stoner mengemukakan dua macam teori motivasi:

1. Teori kepuasan (*Content Theory*)

Pada dasarnya teori ini menekankan pada pentingnya pengetahuan terhadap faktor-faktor dalam diri bawahan yang menyebabkan mereka berperilaku.

Teori ini juga mencoba menjawab pertanyaan:

- Kebutuhan apa yang diperlukan oleh bawahan untuk mencapai kepuasan?
- Dorongan apa saja yang menyebabkan bawahan itu berperilaku?

2. Teori Proses (*process theory*)

Dalam teori ini ditekankan pada usaha untuk memberikan jawaban atas pertanyaan:

- Bagaimana bawahan itu bisa dimotivasi?
- Dengan tujuan apa bawahan itu bisa dimotivasi?

Alex S. Nitisemito (Nitisemito, 1996:97) di dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Personalia* menyebut motivasi kerja sebagai semangat dan kegairahan kerja yang dapat meningkatkan produktivitas kerja karyawan. Sementara menurut

Keith Davis (Davis, Newstroom, 1989:59), untuk melihat motivasi kerja individu dapat juga dilihat melalui penyelesaian tugas yang berkualitas dan kepuasan individu tersebut pada pekerjaannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka untuk dapat melihat motivasi kerja individu di dalam organisasi kita perlu melihatnya melalui:

1. Loyalitas

Menurut David J. Cherrington (1994:42), loyalitas merupakan suatu bentuk dari nilai-nilai terinternalisasikan (*internalized values*). Cherrington menambahkan, beberapa individu termotivasi untuk melakukan sebuah pekerjaan karena mereka terlibat dalam tujuan dari organisasi dan mereka percaya bahwa aktifitas mereka akan memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi. Di sini aktivitas itu sendiri mungkin bukan sebuah perwujudan ekspresi kemampuan individu, tetapi merupakan sebuah komitmen atau loyalitas terhadap misi organisasi. Seseorang yang menunjukkan loyalitas atau kesetiannya terhadap suatu organisasi dapat dipandang sebagai bentuk motivasi kerja orang tersebut. Salah satu indikasi dari kesetiaan karyawan terhadap organisasi diwujudkan oleh rendahnya tingkat perpindahan karyawan di dalam sebuah organisasi (Nitisemito, 1996:98)

2. Absensi

Absensi merupakan salah satu indikator turun atau naiknya semangat dan kegairahan kerja. Pada umumnya bila semangat dan kegairahan kerja turun

maka karyawan akan malas untuk setiap hari datang kerja (Nitisemito,1996:98). Melalui pengertiannya tentang motivasi kerja, mengemukakan bahwa selain mengakibatkan seseorang mau dan rela mengerahkan kemampuannya dan bentuk keahlian dan keterampilannya, motivasi kerja juga mengakibatkan seseorang mau dan rela menyediakan waktunya dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi (Siagian, 1989:138).

3. Penyelesaian tugas

Penyelesaian tugas atau pekerjaan merupakan bagian dari tanggung jawab yang dibebankan perusahaan kepada karyawannya, yang menurut Poter dan Miles (Stoner, 1992:84) merupakan bagian dari karakteristik pekerjaan yang dapat memengaruhi motivasi kerja seseorang. David McClland mengatakan bahwa salah satu bentuk motivasi kerja adalah motivasi kemampuan, yaitu motivasi untuk melakukan pekerjaan dengan baik dan berkualitas tinggi. Dengan melakukan pekerjaan dengan baik dan berkualitas, berarti menunjukkan bahwa seseorang mampu melakukan sesuatu terhadap apa yang menjadi tanggung jawabnya di mata rekan kerja ataupun atasannya (Keith, Newstroom. 1998:83). Menurunnya produktifitas karyawan di dalam sebuah organisasi terjadi akibat kemalasan atau penundaan karyawan terhadap penyelesaian pekerjaannya (Nitisemito, 1996:97). Penyelesaian tugas atau

pekerjaan dapat diartikan sebagai perbuatan karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan perusahaan kepadanya.

4. Kesukaan pada pekerjaan

Poter dan Miles (Stoner, 1992: 84) mengungkapkan bahwa minat seseorang yang dibawa pada situasi pekerjaannya merupakan salah satu bentuk karakteristik individu yang dapat memengaruhi apakah orang tersebut termotivasi atau tidak. Minat atau kesukaan pada pekerjaan dalam penelitian ini dinyatakan melalui pendapat subjektif karyawan tentang disukai atau tidak disukainya pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

5. Kepuasan pada pekerjaan

Menurut David J. Cherrington (1994: 42), beberapa aktifitas secara intrinsik dapat memuaskan individu yang melakukannya, karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk ekspresi diri. Bagi mereka yang menemukan kepuasan kerja secara intrinsik mungkin akan bersedia melanjutkan pekerjaannya meskipun penghargaan ekstrinsik tidak mencukupi. Kepuasan pada pekerjaan secara khusus menunjukkan kepuasan karyawan pada pekerjaan yang dilakukannya atau pada kondisi yang terjadi pada perusahaan.

Motivasi individu di dalam organisasi untuk bertindak dipengaruhi faktor internal dan eksternal, Lyman Porter dan Raymond Miles berpandangan bahwa sebelum kita melihat motivasi individu di dalam organisasi, sebaiknya kita perlu melihat beberapa variabel yang sebenarnya memengaruhi motivasi itu sendiri.

Menurut mereka motivasi individu di dalam organisasi dipengaruhi oleh suatu sistem yang terdiri dari tiga perangkat variabel, yaitu (Stoner, 1992 :87) :

1. Karakteristik individu, yang terdiri dari minat, sikap dan kebutuhan yang dibawa seseorang ke dalam situasi kerja. Masing-masing individu mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, sehingga motivasi mereka juga akan berbeda-beda.
2. Karakteristik pekerjaan, yaitu atribut dari tugas karyawan dan meliputi besarnya tanggung jawab, variasi tugas, dan tingkat kepuasan yang diperoleh dari karakteristik pekerjaan itu sendiri.
3. Lingkungan situasi kerja, merupakan faktor-faktor dalam lingkungan kerja seseorang, yang meliputi sikap rekan kerja dan atasan terhadap prestasi karyawan, dorongan dan kerjasama serta perhatian dan penghargaan yang diberikan kepada karyawan.

Ketiga variabel di atas dimaksudkan oleh Porter dan Miles agar dapat membantu kita memahami faktor-faktor yang memengaruhi motivasi kerja karyawan di dalam sebuah perusahaan.

II.5 Definisi Konsep

II.5.1 *Special event*

Untuk melakukan penganalisaan pelaksanaan kegiatan *special event* yaitu *family gathering* dan *outbound*, peneliti memakai elemen-elemen atau tahapan

special event yang disebut oleh Philip Lesly sebagai rumusan 5W+1H dimana elemen-elemen ini harus diorganisir secara terpadu sejak dimulai merencanakan *special event*. Elemen-elemen tersebut adalah :

1. Elemen *what*: berhubungan dengan bentuk acara, format, dan kesan yang ingin ditampilkan.
2. Elemen *Why*: meliputi tujuan dan maksud penyelenggaraan *special event*.
3. Elemen *When*: meliputi hal yang berhubungan dengan waktu penyelenggaraan serta ketetapan jadwal.
4. Elemen *Where*: berhubungan dengan lokasi penyelenggaraan *special event* dan fasilitas pendukung.
5. Elemen *Who*: berhubungan dengan khalayak sasaran, pengisi acara.
6. Elemen *How*: berhubungan dengan bagaimana *special event* direncanakan dan diselenggarakan.

II.5.2 Motivasi Kerja

Dalam penganalisaan konsep motivasi kerja, peneliti menganalisis melalui:

1. Loyalitas

Menurut David J. Cherrington (1994:42), loyalitas merupakan suatu bentuk dari nilai-nilai terinternalisasikan (*internalized values*). Cherrington menambahkan, beberapa individu termotivasi untuk melakukan sebuah pekerjaan karena mereka terlibat dalam tujuan dari organisasi dan mereka

percaya bahwa aktifitas mereka akan memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi. Di sini aktivitas itu sendiri mungkin bukan sebuah perwujudan ekspresi kemampuan individu, tetapi merupakan sebuah komitmen atau loyalitas terhadap misi organisasi. Seseorang yang menunjukkan loyalitas atau kesetiannya terhadap suatu organisasi dapat dipandang sebagai bentuk motivasi kerja orang tersebut. Salah satu indikasi dari kesetiaan karyawan terhadap organisasi diwujudkan oleh rendahnya tingkat perpindahan karyawan di dalam sebuah organisasi (Nitisemito, 1996:98)

2. Absensi

Absensi merupakan salah satu indikator turun atau naiknya semangat dan kegairahan kerja. Pada umumnya bila semangat dan kegairahan kerja turun maka karyawan akan malas untuk setiap hari datang kerja (Nitisemito,1996:98). Melalui pengertiannya tentang motivasi kerja, mengemukakan bahwa selain mengakibatkan seseorang mau dan rela mengerahkan kemampuannya dan bentuk keahlian dan keterampilannya, motivasi kerja juga mengakibatkan seseorang mau dan rela menyediakan waktunya dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi (Siagian, 1989:138).

3. Penyelesaian tugas

Penyelesaian tugas atau pekerjaan merupakan bagian dari tanggung jawab yang dibebankan perusahaan kepada karyawannya, yang menurut Poter dan

Miles (Stoner, 1992:84) merupakan bagian dari karakteristik pekerjaan yang dapat memengaruhi motivasi kerja seseorang. David McClelland mengatakan bahwa salah satu bentuk motivasi kerja adalah motivasi kemampuan, yaitu motivasi untuk melakukan pekerjaan dengan baik dan berkualitas tinggi. Dengan melakukan pekerjaan dengan baik dan berkualitas, berarti menunjukkan bahwa seseorang mampu melakukan sesuatu terhadap apa yang menjadi tanggung jawabnya di mata rekan kerja ataupun atasannya (Keith, Newstrom. 1998:83). Menurunnya produktifitas karyawan di dalam sebuah organisasi terjadi akibat kemalasan atau penundaan karyawan terhadap penyelesaian pekerjaannya (Nitisemito, 1996:97). Penyelesaian tugas atau pekerjaan dapat diartikan sebagai perbuatan karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan perusahaan kepadanya.

4. Kesukaan pada pekerjaan

Poter dan Miles (Stoner, 1992: 84) mengungkapkan bahwa minat seseorang yang dibawa pada situasi pekerjaannya merupakan salah satu bentuk karakteristik individu yang dapat memengaruhi apakah orang tersebut termotivasi atau tidak. Minat atau kesukaan pada pekerjaan dalam penelitian ini dinyatakan melalui pendapat subjektif karyawan tentang disukai atau tidak disukainya pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

5. Kepuasan pada pekerjaan

Menurut David J. Cherrington (1994: 42), beberapa aktifitas secara intrinsik dapat memuaskan individu yang melakukannya, karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk ekspresi diri. Bagi mereka yang menemukan kepuasan kerja secara intrinsik mungkin akan bersedia melanjutkan pekerjaannya meskipun penghargaan ekstrinsik tidak mencukupi. Kepuasan pada pekerjaan secara khusus menunjukkan kepuasan karyawan pada pekerjaan yang dilakukannya atau pada kondisi yang terjadi pada perusahaan.

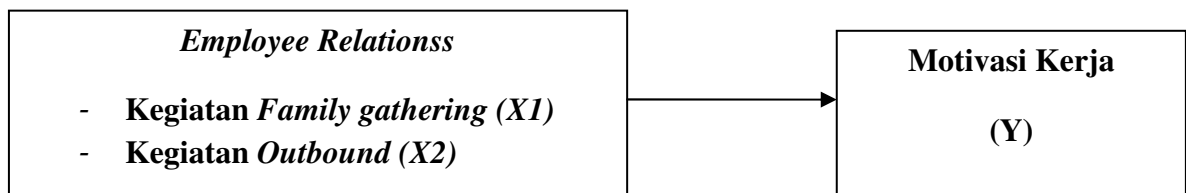
II.6 Hipotesa Teori

Hipotesa atau kesimpulan sementara dari penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai kegiatan *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.
2. Ada pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.

II.7 Model Analisis

Model analisis dalam penelitian ini adalah:



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini didasari paradigme positivis. Paradigma klasik (positivis) adalah metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan logika berpikir secara deduktif dan pengamatan dari pelaku individu untuk menemukan hubungan sebab akibat yang biasa digunakan untuk memprediksi pola umum dari suatu gejala (Lawrence, 2000 :63). Dalam penelitian kuantitatif/positivistik, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja (Sugiyono, 2010 :42).

Paradigma positivis dipilih karena bersifat objektif dan membantu peneliti dalam mengukur fakta yang ada. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis karena ingin membuktikan hipotesis mengenai pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *special event* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan PT.UNINDO melalui pengujian hipotesis.

III.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan data yang dapat diukur berupa angka-angka (kuantitatif), atau skor-skor secara empiris sebagai simbol atau

lembaga sikap tertentu dari responden dengan aturan-aturan penelitian yang berlaku (Faisal, 1995 :22).

Karakteristik dari pendekatan kuantitatif adalah sebagai berikut (Malhotra, 1996 : 146) :

1. Peneliti yang menggunakan pendekatan ini menguji hipotesis sebagai permulaanya.
2. Konsep berada dalam variabel jelas.
3. Pengukuran ditetapkan terlebih dahulu sebelum pengumpulan data dan ada standarisasinya.
4. Data berada dalam bentuk angka dari pengukuran sebelumnya.
5. Teori umumnya kausal dan deduktif
6. Analisis dilakukan dengan menggunakan statistik, tabel, atau grafik dan dijelaskan bagaimana hubungannya dengan hipotesis.

Berdasarkan karakteristik-karakteristik tersebut, peneliti memilih menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran dari fakta-fakta yang ada melalui kuesioner yang hasilnya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik, tabel, dan grafik untuk menjelaskan pengaruh variabel.

III.3 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif, di mana penelitian jenis ini berusaha untuk menguji hipotesis yang menyatakan hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau

lebih. Dalam penelitian ini, hubungan sebab akibat harus tampak nyata. Hubungan sebab akibat ini juga sering disebut sebagai hubungan kausal (Sukandarrumidi, 2004:13-14).

Peneliti memakai sifat eksplanatif karena peneliti ingin menyatakan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel pelaksanaan *special event* dengan variabel tingkat motivasi kerja dan pengaruhnya.

III.4 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey. Metode survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995:3).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner yang memuat sejumlah pernyataan penelitian pada responden untuk menjangkau data berdasarkan variabel-variabel yang telah dioperasionalisasikan. Kuesioner merupakan suatu daftar yang berisikan suatu rangkaian pernyataan mengenai sesuatu hal atau dalam suatu bidang.

Data dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai kriteria, misalnya berdasarkan jenisnya, sifatnya, sumbernya, cara memperolehnya, dan waktu pengumpulannya (Santoso, 2004:58). Pada penelitian ini kategori data yang

dibutuhkan yaitu data berdasarkan cara memperolehnya, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri langsung dari objek penelitian. (Rosady 2003:38) mengatakan bahwa data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data-data sekunder yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data-data tersebut antara lain data total karyawan hingga akhir tahun 2010, dan data-data penunjang lainnya yaitu data absensi dan jumlah seluruh karyawan tetap dan kontrak PT.UNINDO.

III.5 Unit Observasi dan Unit Analisis

Unit observasi adalah dari mana kita mendapatkan informasi dan unit analisis adalah yang akan diteliti ((Prasetyo, 2005 :121). Pada penelitian ini unit observasi adalah PT. UNINDO dan unit analisis adalah karyawan tetap PT.UNINDO.

III.6 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi penelitian tentang pengaruh kegiatan *employee relations* terhadap motivasi kerja adalah seluruh karyawan tetap PT. UNINDO yang sudah bekerja di PT.UNINDO sejak awal 2010. Berdasarkan data sampai akhir 2010, jumlah karyawan tetap PT.UNINDO adalah 483 orang karyawan, yang terdiri level MAP yaitu *management, executive* dan *engineer* berjumlah 155 karyawan, level TAC yaitu staf level 2 berjumlah 42 karyawan, dan level BC yaitu staf level 1 dan worker berjumlah 286 karyawan.

Sebagaimana umumnya pada suatu penelitian, tidaklah mungkin memperoleh data dari seluruh karyawan dikarenakan kendala waktu, tenaga dan kemampuan. Untuk itu diambil beberapa karyawan sebagai *sampel* untuk mewakili seluruh karyawan yang menjadi populasi dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan "*Stratified random sampling*". Dasar pertimbangan memilih teknik penarikan sampel (Singarimbun, 1989:162) adalah bahwa untuk dapat menggambarkan secara tepat mengenai sifat-sifat populasi yang heterogen, maka populasi yang bersangkutan harus dibagi dalam lapisan-lapisan (*Stratified*) yang seragam, dan dari setiap lapisan dapat diambil secara acak.

Dalam penentuan jumlah sampling, penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

$$n = \frac{483}{1 + 483(10\%)^2}$$

$$n = 84$$

Untuk penentuan jumlah sampel per strata, peneliti memakai *proportionate stratified random sampling*, yaitu besaran sampel pada masing-masing strata diambil secara proporsional. Rumus penentuan besaran sample per strata adalah $n = (\text{populasi kelas/jumlah populasi keseluruhan}) \times \text{jumlah sampel yang ditentukan}$ (Riduwan, 2005:65). Dari rumus tersebut didapatkan hasil besaran sampel pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Tingkatan Kerja PT.UNINDO

Level	Jumlah Populasi	Jumlah Sampling
MAP (<i>Management, Executive, Engineer</i>)	155	27
TAC (Staff Level 2)	42	7
BC (Staff Level 1/ <i>worker</i>)	286	50
Jumlah	483	84

III.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Semakin tinggi skor penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai *employee relations*, maka semakin tinggi pula skor tingkat motivasi kerja karyawan PT.UNINDO
- Semakin tinggi skor penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *outbound* sebagai *employee relations*, maka semakin tinggi pula skor tingkat motivasi kerja karyawan PT.UNINDO

III.8 Hipotesis Statistik

1. Ha1 = Ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.
Ho1 = Tidak ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

2. Ha2 = Ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *outbound* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

Ho2 = Tidak ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *outbound* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

III.9 Operasional Konsep

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel atau konsep adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel. Dalam suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi konsep. Variabel yang diteliti adalah pengaruh kegiatan *employee relations* yaitu *family gathering* (X1) dan *outbound* (X2) terhadap motivasi kerja (Y). Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing konsep dapat terlihat dalam Tabel 3.2

Tabel 3.2

Operasional Konsep Variabel *Employee Relations* dan Tingkat Motivasi Kerja

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan Kegiatan <i>Employee Relations – Family gathering</i>	<i>What</i>	Bentuk acara	Likert
	<i>Where</i>	Lokasi Acara	Likert
		Fasilitas dalam menunjang acara	Likert
	<i>Why</i>	Maksud diadakannya acara	Likert
		Tujuan diadakannya acara	Likert
	<i>When</i>	Waktu pelaksanaan acara	Likert
Durasi atau lamanya acara berlangsung		Likert	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	<i>Who</i>	Kepanitiaian acara	Likert
		Antusias peserta yang ikut dalam acara	Likert
		Pengisi acara	Likert
	<i>How</i>	Pelaksanaan kegiatan	Likert
		Perencanaan sebelum acara berlangsung	Likert
	Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan Kegiatan <i>Employee Relations – Outbound</i>	<i>What</i>	Bentuk Acara
<i>Where</i>		Lokasi Acara	Likert
		Fasilitas dalam menunjang acara	Likert
<i>Why</i>		Tujuan diadakannya acara	Likert
<i>When</i>		Waktu pelaksanaan acara	Likert
		Durasi atau lamanya acara berlangsung	Likert
<i>Who</i>		Kepanitiaian acara	Likert
		Antusias peserta yang ikut dalam acara	Likert
		Pengisi acara	Likert
<i>How</i>		Pelaksanaan kegiatan	Likert
		Perencanaan sebelum acara berlangsung	Likert
Motivasi Kerja	Loyalitas	Kesetiaan pada perusahaan	Likert
		Komitmen terhadap perusahaan	Likert
		Kesediaan mematuhi aturan	Likert
		Kebanggaan terhadap perusahaan	Likert
		Menjaga nama baik perusahaan	Likert
		Tidak ingin pindah kerja	Likert
	Absensi	Kehadiran Ketepatan waktu	Likert
		Ketidakhadiran di perusahaan	Likert

Variabel	Dimesi	Indikator	Skala
	Penyelesaian tugas	Menyelesaikan pekerjaan dengan baik	Likert
		Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	Likert
		Tidak malas menyelesaikan pekerjaan	Likert
	Kesukaan pada pekerjaan	Menyukai pekerjaan	Likert
		Pekerjaan mempunyai arti	Likert
		Pekerjaan yang diinginkan	Likert
	Kepuasan pada pekerjaan	Tidak menyatakan keluhan	Likert
		Menyelesaikan pekerjaan dengan sungguh-sungguh	Likert
		Bangga terhadap pekerjaan	Likert
		Senang terhadap pekerjaan	Likert

III.10 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah metode regresi yang merinci pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *employee relations* berupa *family gathering* dan *outbound* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan PT.UNINDO periode 2010.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis univariat dan bivariat. Data yang didapatkan dari *survey* lapangan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode statistik dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for Social Science* (SPSS) untuk mempercepat perhitungan. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS 17.0.

Penilaian yang dilakukan oleh responden adalah menggunakan skala interval Likert, dimana jawaban yang diberikan responden akan sangat bervariasi, yaitu mempunyai gradasi dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Tabel 3.3

Penilaian Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2010)

III.11 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen (kuesioner) yang digunakan untuk mengetahui apakah instrumen (kuesioner) tersebut *valid* dan *reliable*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar data yang diambil benar-benar *valid*, yakni benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Kemudian instrumen tersebut harus *reliable*, yang artinya instrumen tersebut harus konstan atau konsisten di dalam pengambilan data.

III.11.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Validitas adalah tingkat perbedaan nilai dari pengukuran instrumen menghasilkan perbedaan yang nyata antara individu dalam karakteristik yang diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur mengukur apa yang hendak diukur.

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan teknik pengukuran validitas kuesioner dengan rumus *Korelasi Product Moment* yaitu dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Metode tersebut memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (sig) <0,05 maka variabel dapat dianalisis lebih lanjut.
2. Jika probabilitas (sig) >0,05 maka variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 3.4

Tabel Validitas Variabel "Family gathering"

		Jumlah
Item 1	Pearson Correlations	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 2	Pearson Correlations	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 3	Pearson Correlations	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 4	Pearson Correlations	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84

		Jumlah
Item 5	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.745** .000 84
Item 6	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.741** .000 84
Item 7	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.749** .000 84
Item 8	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.669** .000 84
Item 9	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.743** .000 84
Item 10	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.721** .000 84
Item 11	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.739** .000 84
Item 12	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.617** .000 84
Item 13	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	.773** .000 84
Jumlaha	Pearson <i>Correlations</i> Sig. (2-tailed) N	1 84

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

Dari tabel 3.4 kriteria validitas variabel *Family gathering* nilai Sig. (2-tailed) < 0.05 maka item-item tersebut dikatakan valid.

Tabel 3.5

Tabel Validitas Variabel “Outbound”

		Jumlah
Item 1	Pearson <i>Correlations</i>	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 2	Pearson <i>Correlations</i>	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 3	Pearson <i>Correlations</i>	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 4	Pearson <i>Correlations</i>	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 5	Pearson <i>Correlations</i>	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 6	Pearson <i>Correlations</i>	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 7	Pearson <i>Correlations</i>	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 8	Pearson <i>Correlations</i>	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 9	Pearson <i>Correlations</i>	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 10	Pearson <i>Correlations</i>	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 11	Pearson <i>Correlations</i>	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84

		Jumlah
Item 12	Pearson <i>Correlations</i>	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 13	Pearson <i>Correlations</i>	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 14	Pearson <i>Correlations</i>	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 15	Pearson <i>Correlations</i>	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Jumlah	Pearson <i>Correlations</i>	1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84

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

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

Tabel 3.5 memperlihatkan bahwa item-item pernyataan untuk variabel *outbound* valid karena nilai Sig. (2-tailed) < 0.05.

Tabel 3.6

Tabel Validitas Variabel “Motivasi Kerja”

		Jumlah
Item1	Pearson <i>Correlations</i>	.472**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 2	Pearson <i>Correlations</i>	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 3	Pearson <i>Correlations</i>	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84

		Jumlah
Item 4	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.656** .000 84
Item 5	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.428** .000 84
Item 6	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.395** .000 84
Item 7	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.681** .000 84
Item 8	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.656** .000 84
Item 9	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.428** .000 84
Item 10	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.395** .000 84
Item 11	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.750** .000 84
Item 12	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.661** .000 84
Item 13	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.606** .000 84
Item 14	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.785** .000 84
Item 15	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.737** .000 84
Item 16	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.539** .000 84

		Jumlah
Item 17	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.573** .000 84
Item 18	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.616** .000 84
Item 19	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.573** .000 84
Item 20	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.801** .000 84
Item 21	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.663** .000 84
Item 22	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.789** .000 84
Item 23	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.749** .000 84
Item 24	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.781** .000 84
Item 25	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.807** .000 84
Item 26	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.522** .000 84
Item 27	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.694** .000 84
Item 28	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.659** .000 84
Item 29	Pearson Correlations Sig. (2-tailed) N	.786** .000 84

		Jumlah
Item 30	Pearson <i>Correlations</i>	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 31	Pearson <i>Correlations</i>	.423**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Item 32	Pearson <i>Correlations</i>	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	84
Jumlah	Pearson <i>Correlations</i>	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	84

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

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

Tabel 3.6 memperlihatkan bahwa item-item pertanyaan untuk variabel motivasi kerja valid karena nilai Sig. (2-tailed) < 0.05.

III.11.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yg sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian reliabilitas *alpha cronbach* yang merupakan interkorelasi antar item-item dalam suatu alat ukur yang sama. Jika nilai *coefficient alpha cronbach* di atas 0,6, maka dikatakan reliabel.

Rentang nilai reliabilitasnya dilukiskan sebagai berikut :

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti reliabilitasnya kurang
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti reliabilitasnya agak kurang
3. Nilai alpha Cronbach Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti reliabilitasnya cukup
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabilitasnya cukup baik
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti reliabilitasnya sangat baik

Tabel 3.7

Reliability Statistics Variabel Family gathering

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.651	.949	13

Tabel 3.8***Reliability Statistics Variabel Outbound***

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.551	.971	15

Tabel 3.9***Reliability Statistics Variabel Tingkat Motivasi Kerja***

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.753	.951	32

III.12 Analisis Data**III.12.1 Analisis Univariat**

Analisis univariat adalah analisis terhadap satu variabel yang dilakukan pada tahap awal pengolahan data. Analisis data univariat atau bisa disebut statistik deskriptif

menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti mean, standar deviasi, varian, modus, dan lainnya. (Dwi Priyatno, 2008)

III.12.2 Analisis Bivariat

Dalam penelitian ini analisis data bivariat adalah analisa yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh antara dua variabel. Interpretasi kekuatan hubungan akan dilihat dari tabel 3.3 (Burhan Bungin, 2005).

Tabel 3.10
Koefisien Korelasi (r)

Nilai Koefisien Korelasi (r)	Kekuatan Hubungan
0 – 0,2	Sangat Lemah
0,21 – 0,4	Lemah
0,41 – 0,6	Sedang
0,61 – 0,8	Cukup Kuat
0,8 – 0,81	Kuat
$\geq 0,81$	Sangat Kuat

III.13. Kelemahan dan Keterbatasan dalam Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat kelemahan dan keterbatasan penelitian yakni:

1. Sistem pengambilan sample dengan menggunakan *stratified random sampling* memungkinkan hasil penelitian yang kurang maksimal, mengingat tidak seluruh karyawan yang ada ikut terlibat dalam penelitian ini.
2. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini hanyalah sebagian kecil dari permasalahan yang sesungguhnya ada sehingga bisa saja belum menyentuh esensi dari permasalahan yang sesungguhnya.
3. Sistem pertanyaan tertutup memungkinkan pembatasan jawaban responden terhadap masalah yang mungkin ada, bisa saja responden memiliki jawaban atau hal lain yang justru menjawab permasalahan yang sebenarnya ada.

BAB IV

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

PT.UNINDO merupakan perusahaan *joint venture* antara PT. PLN Persero dengan Alstom Grid. Berdiri sejak tahun 1969, PT.UNINDO merupakan salah satu perusahaan *joint venture* tertua di Indonesia dengan pembagian sahamnya PT.PLN Persero sebesar 33% dan Alstom Grid sebesar 67%. Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. Alstom Grid merupakan perusahaan Prancis yang bergerak di bidang kelistirikan.

PT.UNINDO merupakan perusahaan terbesar di Indonesia untuk produksi Trafo, dengan jumlah karyawan sampai akhir 2010 lalu berjumlah 483 orang karyawan, yang terdiri dari 155 manajer dan *Engineer*, 42 staff, dan 286 operator pabrik.

Bagian atau unit kerja PT.UNINDO secara umum dibagi menjadi 3 unit kerja. Pertama adalah Unindo Transformer (UTR) unit, yaitu unit yang memproduksi transformer bertegangan tinggi. Kedua adalah Unindo Medium Voltage (UMV) yaitu unit yang memproduksi transformer bertegangan menengah ke bawah. Yang ketiga adalah Unit Non Business (UNB) yaitu unit pendukung yang tidak melakukan proses produksi seperti *Finance Deparement* dan *Human Resource Departemen (HRD)*.

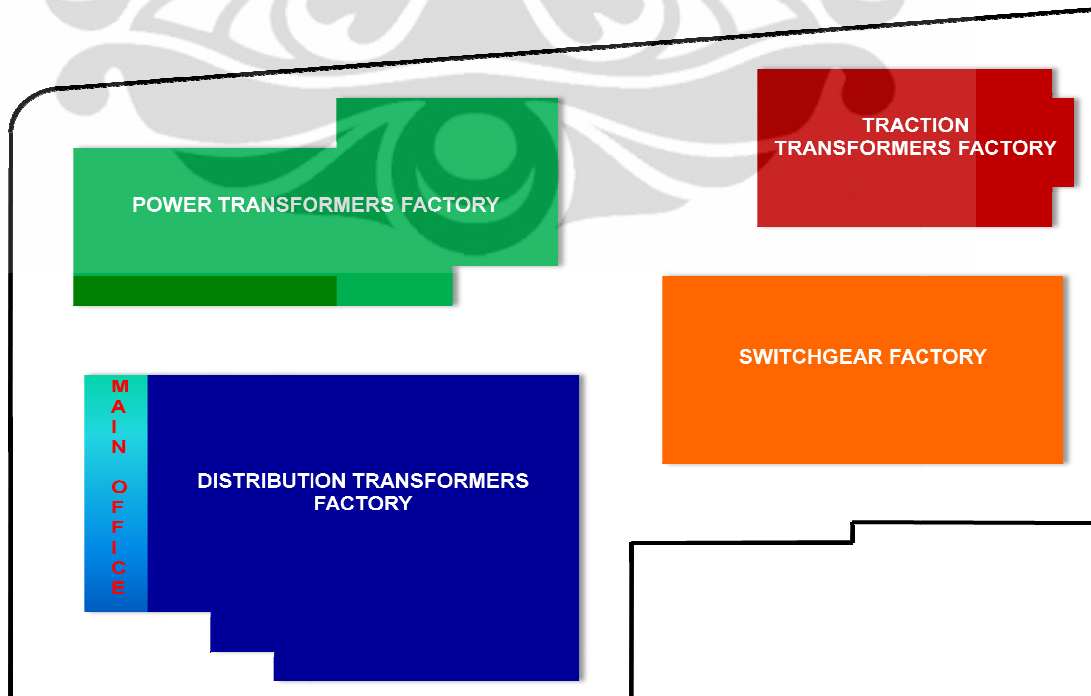
Aktifitas PT.UNINDO meliputi desain, manufaktur, instalasi, *maintenance* dan perbaikan untuk produk transmisi listrik, jaringan distribusi, *power generation* dan juga sebagai perusahaan manufaktur transformator terbesar di Indonesia.

PT.UNINDO memiliki 4 pabrik yang terletak di satu lokasi dengan luas area 35.674 m² dan total luas bangunan dari ke-empat pabrik tersebut adalah 20.176 m². Pabrik-pabrik tersebut adalah:

1. Pabrik *Power Transformer*
2. Pabrik *Distribution Transformer*
3. Pabrik *Secondary Distribution Switchgear*
4. Pabrik *Traction Transformer*

Gambar 4.1

Denah Area PT.UNINDO



Sejak 1969, PT.UNINDO mengalami beberapa kali perubahan kepemilikan. PT PLN (Persero) tidak pernah melepaskan kepemilikannya, yang mengalami perubahan berasal dari pihak asing. Pertama kali terbentuk, PT.UNINDO dimiliki oleh PT.PLN (Persero) dengan SFIE lalu secara bergantian kepemilikan asing berubah ke perusahaan Alsthom, GEC-Alsthom, Alstom, dan Areva T&D.

Tingkatan karyawan di PT.UNINDO dibagi menjadi tiga tingkatan.

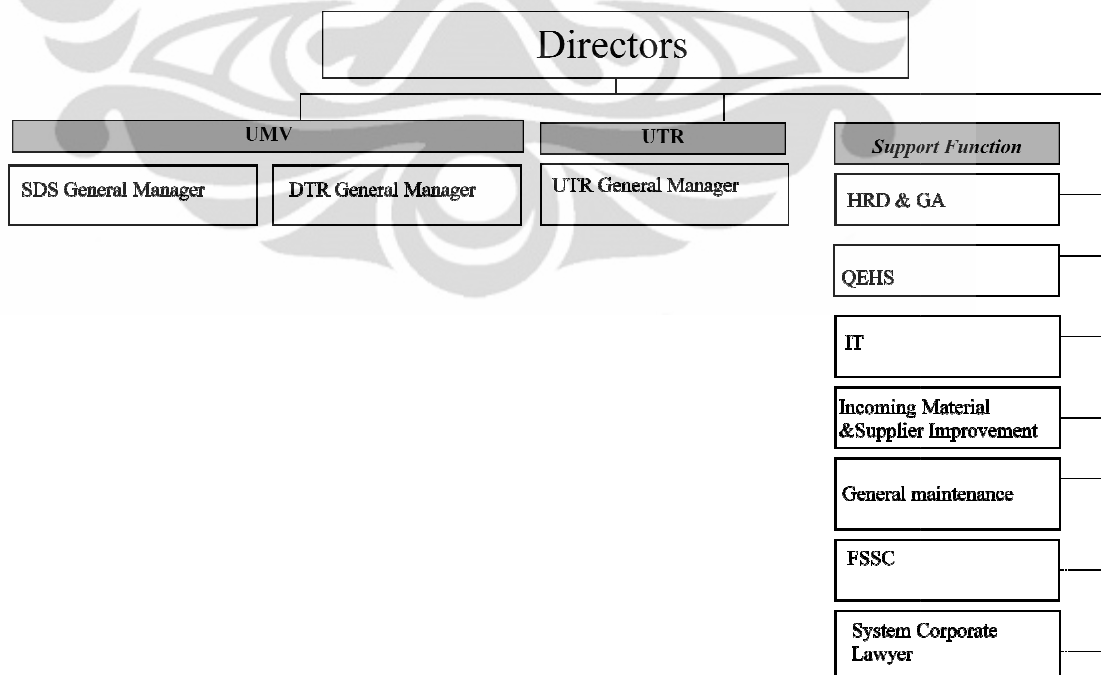
1. MAP yaitu tingkatan paling atas yang diisi oleh *management, executive* dan *engineer*.
2. TAC yaitu tingkatan karyawan menengah atau disebut staf level 2.
3. BC yaitu tingkatan paling rendah yang terdiri dari staf level 1 dan *worker* (operator produksi)

Total jumlah karyawan PT.UNINDO sampai bulan Desember 2010 berjumlah 680 karyawan untuk semua tingkatan. Untuk pembagian jumlah karyawan berdasarkan tingkatan kerja dan status karyawan dapat dilihat di tabel 4.1.

Tabel 4.1
Jumlah Karyawan Per Level PT.UNINDO 2010

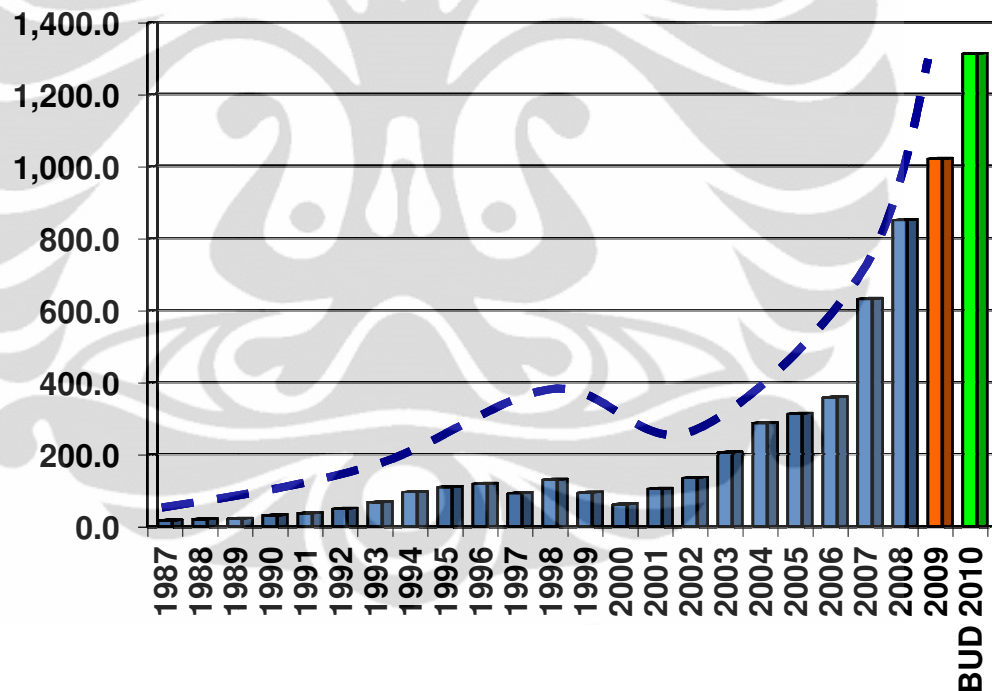
Level	Status Karyawan		Total Karyawan (Per Level)
	Tetap	Kontrak	
MAP (Management, Executive, Engineer)	155	13	168
TAC (Staff Level 2)	42	13	55
BC (Staff Level 1/Worker)	286	171	457
Total Karyawan (Per Status Karyawan)	483	197	680

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT.UNINDO 2010



Daerah pemasaran produk PT.UNINDO selain meliputi untuk pasar local, namun juga sudah melakukan ekspor ke 35 negara di 5 benua dan angka penjualan PT.UNINDO dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Angka penjualan bersih pada tahun 2009 yaitu sekitar 1,02 trilyun rupiah.

Gambar 4.3
Grafik Penjualan PT.UNINDO



Sumber: PT.UNINDO 2010

Dua indikator yang menggambarkan tingkat motivasi kerja karyawan dalam PT.UNINDO dapat dilihat dari dua hal, yang pertama adalah jumlah karyawan setiap bulannya dan jumlah absensi ketidakhadiran karyawan. Bila dilihat dari tingkat

absensi ketidakhadiran karyawan pada tahun 2010 yang mengalami kenaikan setiap bulan. Hal sebaliknya dalam tingkat jumlah karyawan dari bulan Januari sampai bulan Desember 2010 mengalami penurunan.

Tabel 4.2

Tabel Jumlah Total Absensi Karyawan PT.UNINDO 2010

Divisi	Periode 2010											
	Jan. '10	Feb. '10	Mar. '10	Apr. '10	May '10	Jun. '10	Jul. '10	Aug. '10	Sept. '10	Oct. '10	Nov. '10	Dec. '10
UTR	888	737	1015	876	804	1388	1281	1635	1254	1310	1730	1532
UMV	1000	1049	1024	1105	1134	1095	953	1494	1173	1428	1216	1260
UNB	25	24	24	23	23	21	21	23	23	23	23	23
Total Absensi	1913	1810	2063	2004	1961	2504	2255	3152	2450	2761	2969	2815

Sumber: PT.UNINDO 2010

Tabel 4.3

Tabel Jumlah Total Karyawan PT.UNINDO 2010

Level	Divisi	Periode											
		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
MAP (Management, Executive, Engineer)	UTR	67	65	64	66	67	65	66	65	65	65	67	66
	UMV	62	65	67	66	66	65	64	65	63	64	66	66
	UNB	25	24	24	23	23	21	21	23	23	23	23	23
	Total	154	154	155	155	156	151	151	153	151	152	156	155
TAC (Staff Level 2)	UTR	15	14	14	15	16	16	16	16	16	16	15	15
	UMV	21	19	19	21	21	21	21	21	21	20	18	17
	UNB	9	10	11	12	12	12	12	10	10	10	10	10
	Total	45	43	44	48	49	49	49	47	47	46	43	42
BC (Staff Level 1/Worker)	UTR	137	137	137	137	135	135	135	135	135	134	134	134
	UMV	144	147	146	146	145	145	147	147	148	147	147	146
	UNB	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	Total	288	290	289	289	286	286	288	288	289	287	287	286
Total Karyawan		487	487	488	492	491	486	488	488	487	485	486	483

Sumber: PT.UNINDO 2010

PT.UNINDO mempunyai beberapa program dalam kegiatan *employee relations*. Kegiatan-kegiatan itu antara lain *suggestion system reward, communication meeting, information board, internal bulletin*, dan *special event*. Untuk *special event*, PT.UNINDO setiap tahun mengadakan event rutin yaitu *family gathering* dan *outbound*.

Family gathering dilakukan setiap tahun dan dilakukan di luar area kantor. Konsep *family gathering* adalah mengajak seluruh karyawan beserta keluarga untuk berlibur bersama. Mulai dari tingkatan manajemen sampai ke tingkatan kerja paling rendah di PT.UNINDO bercampur untuk mengikuti kegiatan. Pada tahun 2010, acara

family gathering dilaksanakan pada bulan agustus dan berlokasi di Taman Impian Jaya Ancol.

Outbound mempunyai konsep yang berbeda dengan *family gathering*. *Outbound* hanya diikuti oleh karyawan tanpa mengikutsertakan keluarga mereka. *Outbound* biasanya berisi acara-acara permainan yang dilakukan di luar ruang. Lokasi kegiatan dilakukan bisa di dalam lokasi perusahaan atau di luar area kantor.

Untuk *outbound* 2010, konsep kegiatan sedikit mengalami perubahan disbanding tahun-tahun sebelumnya. Pelaksanaan kegiatan *outbound* dilakukan masing-masing unit di waktu dan lokasi yang berbeda. Hal ini dilakukan PT.UNINDO karena dianggap lebih efektif, karena biaya dan waktu tidak dikeluarkan terlalu banyak namun kegiatan berjalan baik dan sesuai target.

BAB V

ANALISIS HASIL PENELITIAN

V.1 Analisis Data Univariat

Analisis data univariat dijelaskan dengan tabel-tabel frekuensi yang meliputi data responden berdasarkan tingkatan karyawan, umur, unit kerja, dan lamanya bekerja.

V.1.1 Tingkatan Karyawan

Jumlah responden berdasarkan tingkatan karyawan terdiri sudah ditetapkan di awal penelitian. Peneliti memakai *Stratified Random Sampling* yaitu peneliti mengambil jumlah sampling sesuai dengan tingkatan karyawan yang ada, dalam penelitian ini peneliti memakai sampling adalah; tingkat MAP sebanyak 27 orang, tingkat TAC sebanyak 7 orang, dan BC sebanyak 50 orang seperti terlihat di tabel 5.1.

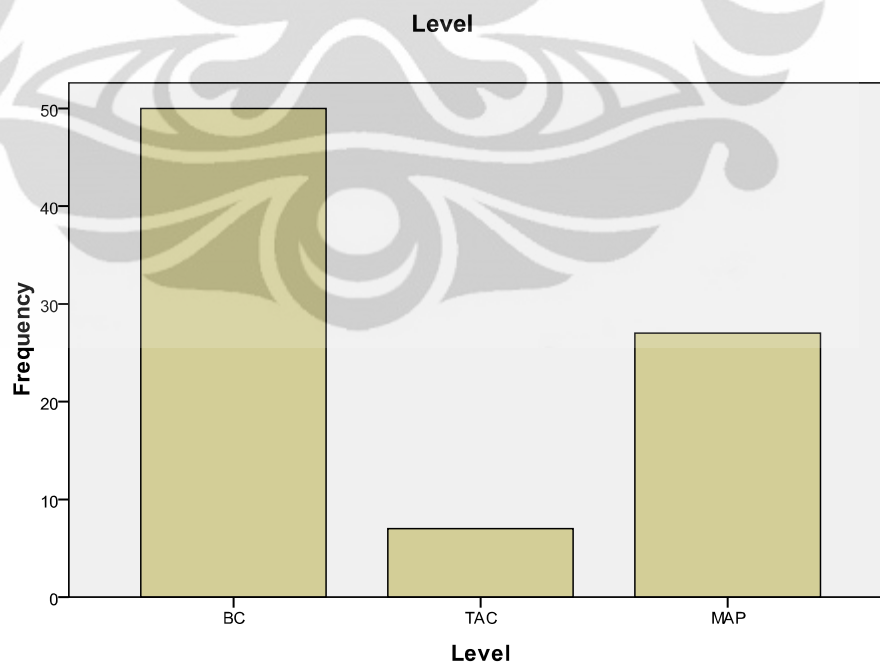
Tabel 5.1

**Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan
Tingkatan Karyawan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BC	50	59.5	59.5	59.5
	TAC	7	8.3	8.3	67.9
	MAP	27	32.1	32.1	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Gambar 5.1

Grafik Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkatan Karyawan



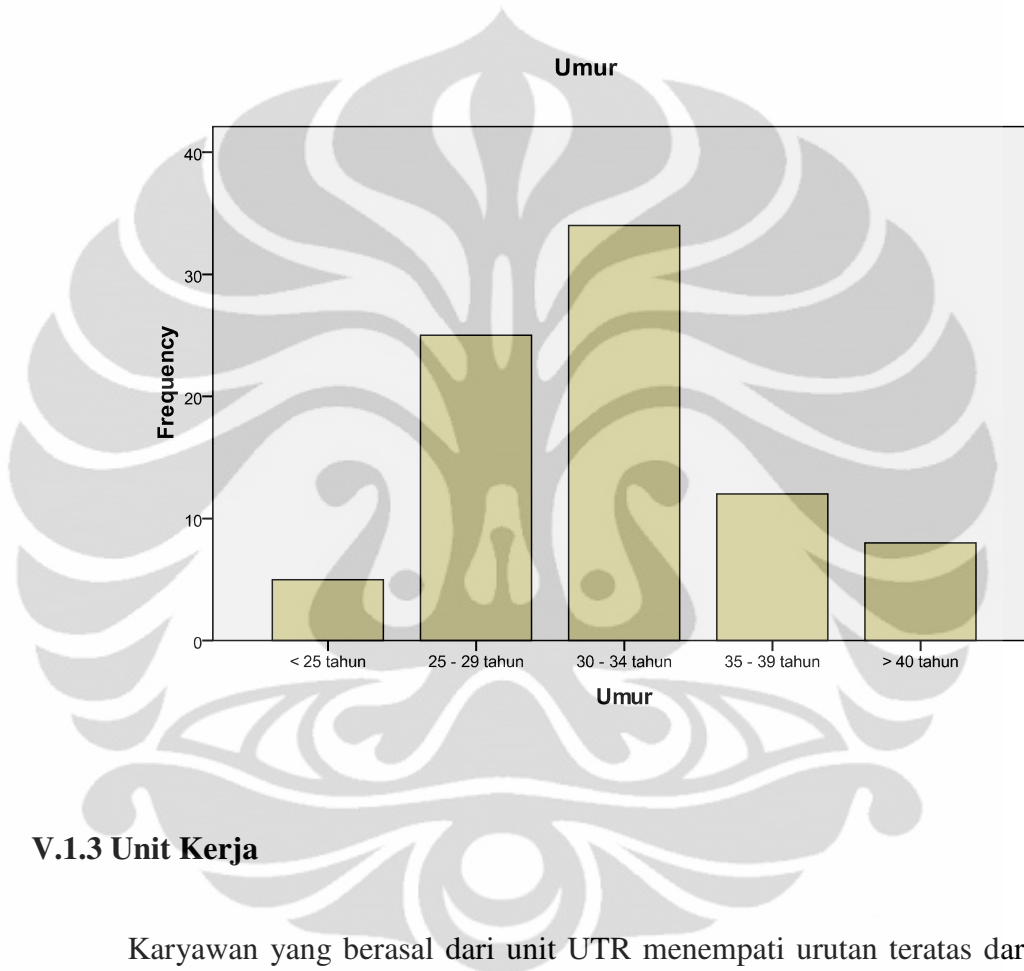
V.1.2 Umur

Dari tabel 5.2, terlihat bahwa sebagian besar koresponden karyawan berumur antara 30 – 34 tahun yaitu 34 orang atau 40,5 persen, dan yang paling sedikit menjadi responden adalah karyawan yang berumur di bawah 25 tahun yaitu sejumlah 5 orang atau sebesar 6 persen dari total *sampling* penelitian.

Jumlah frekuensi umur ini didapati tanpa disengaja dan hanya berdasarkan undian peneliti yang dilakukan di awal penelitian sebelum dilakukan penyebaran kuesioner.

Tabel 5.2
Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 25 tahun	5	6.0	6.0	6.0
25 - 29 tahun	25	29.8	29.8	35.7
30 - 34 tahun	34	40.5	40.5	76.2
35 - 39 tahun	12	14.3	14.3	90.5
> 40 tahun	8	9.5	9.5	100.0
Total	84	100.0	100.0	

Gambar 5.2**Grafik Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur****V.1.3 Unit Kerja**

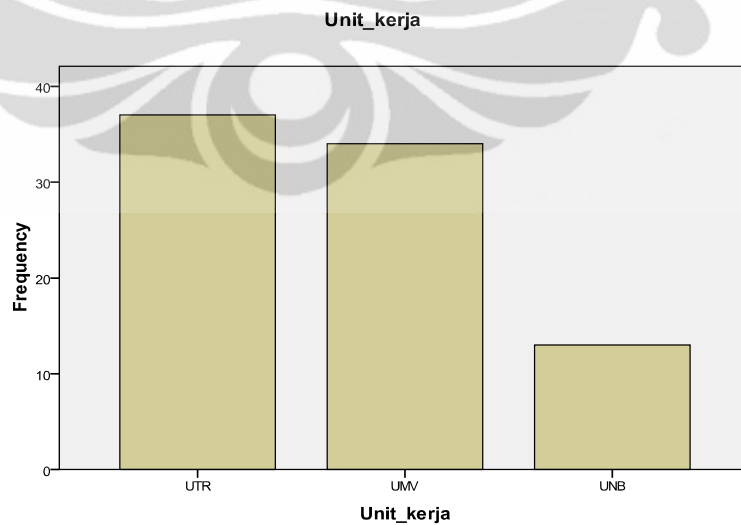
Karyawan yang berasal dari unit UTR menempati urutan teratas dari jumlah koresponded yang paling banyak yaitu 37 orang atau 44 persen dari total sampling. Jumlah paling banyak berikutnya yaitu dari unit kerja UMV yaitu sebesar 34 orang atau 40.5 persen dari total sampling, dan yang paling sedikit adalah dari unit UNB yaitu sejumlah 13 orang atau 15.5 persen dari keseluruhan sampling (lihat tabel 5.3).

Jumlah responden ini didapatkan tanpa adanya kesengajaan karena sampling dipilih oleh peneliti berdasarkan *random sampling*.

Tabel 5.3
Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Unit Kerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UTR	37	44.0	44.0	44.0
	UMV	34	40.5	40.5	84.5
	UNB	13	15.5	15.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Gambar 5.3
Grafik Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Unit Kerja



V.1.4 Lama Kerja

Tabel 5.4 memperlihatkan bahwa responden yang paling banyak menjadi responden adalah karyawan yang telah bekerja selama 4 – 6 tahun yaitu sebanyak 28 orang atau 33.3 persen. Responden yang paling sedikit mengisi kuesioner adalah karyawan yang telah bekerja di bawah 1 tahun yaitu 4 orang atau 4.8 persen.

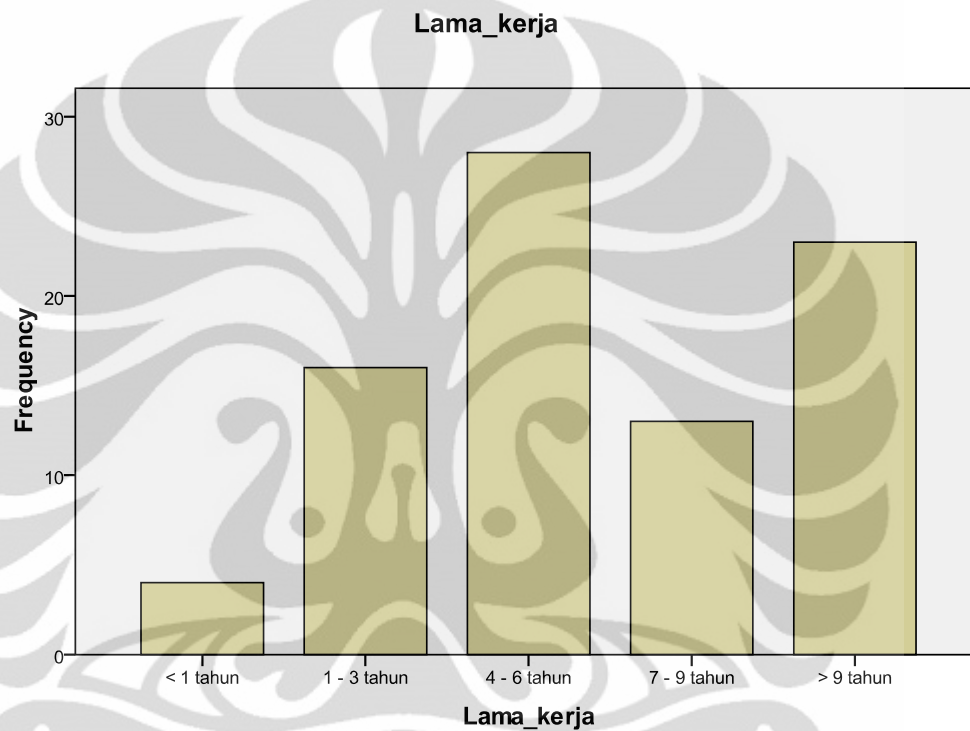
Distribusi frekuensi ini didapatkan tanpa disengaja oleh peneliti karena pemilihan sampling dilakukan oleh peneliti dengan memakai sistem *random*.

Tabel 5.4
Tabel Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Kerja

		Lama_kerja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	4	4.8	4.8	4.8
	1 - 3 tahun	16	19.0	19.0	23.8
	4 - 6 tahun	28	33.3	33.3	57.1
	7 - 9 tahun	13	15.5	15.5	72.6
	> 9 tahun	23	27.4	27.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

Gambar 5.4

Grafik Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Kerja



V.2 Analisis Variabel

Analisa variabel adalah analisa dari jawaban responden dari setiap pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Dalam mengukur nilai rata-rata analisis, peneliti menggunakan pengukuran sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner yang menggunakan skala likert 1 – 4, maka kategorisasi nilai rata-rata (mean) adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Baik	1.00 – 1.75
Tidak Baik	1.76 – 2.50
Baik	2.51 – 3.25
Sangat Baik	3.26 – 4.00

Penentuan rentang nilai tersebut berdasarkan aturan Sudjana (1989:45-50) dalam menentukan kelas interval sebagai berikut:

Kelas interval (P) = Rentang : Banyaknya Kelas

Rentang = Data terbesar – data terkecil = 4 – 1 = 3

Jadi kelas intervalnya adalah $3 : 4 = 0.75$

V.2.1 Variabel *Family gathering*

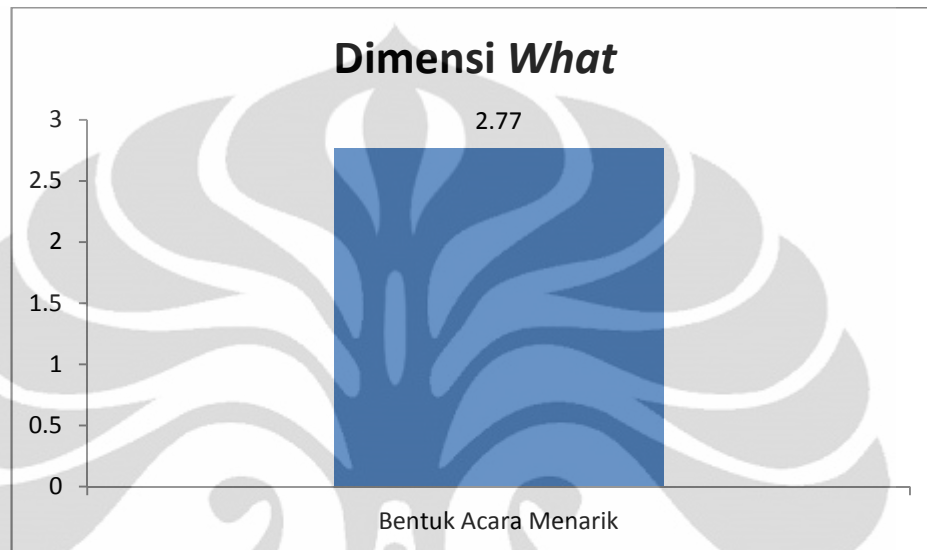
Variabel *Family gathering* terdiri dari dimensi *What, Where, Why, When, Who,* dan *How*. Hasil analisa terhadap dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5.5

Tabel Frekuensi Dimensi *What*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Bentuk Acara Menarik	1	24	52	7	2.77
		1%	29%	62%	8%	
Mean					2.77	

Gambar 5.5

Grafik Frekuensi Dimensi *What*

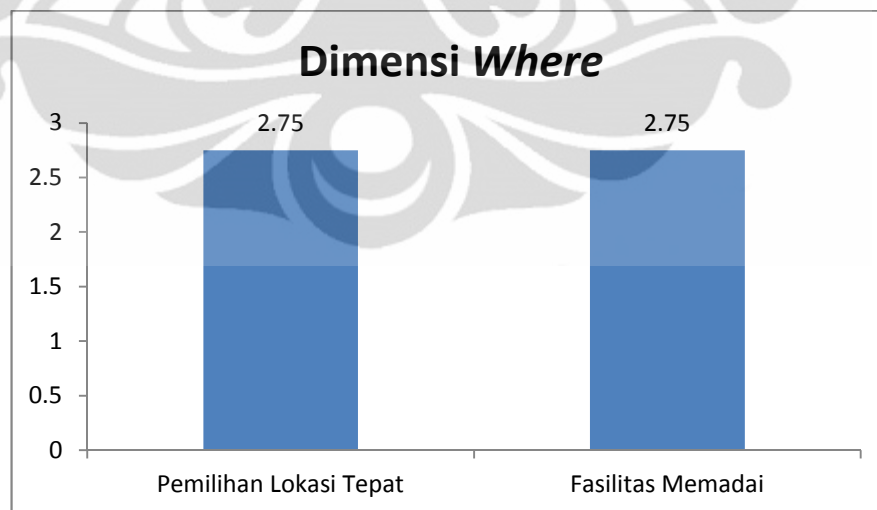
Tabel 5.5 memberikan gambaran bahwa sebanyak 70 persen responden menganggap bahwa bentuk acara yang diadakan pada *family gathering* menarik. Nilai *mean* untuk dimensi ini adalah 2.77, sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi ini mendapatkan nilai cukup baik oleh responden.

Tabel 5.6

Tabel Frekuensi Dimensi *Where*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Pemilihan Lokasi Tepat	0	24	57	3	2.75
		0%	29%	68%	4%	
2	Fasilitas Memadai	1	22	58	3	2.75
		1%	26%	69%	4%	
Mean					2.75	

Gambar 5.6

Grafik Frekuensi Dimensi *Where*

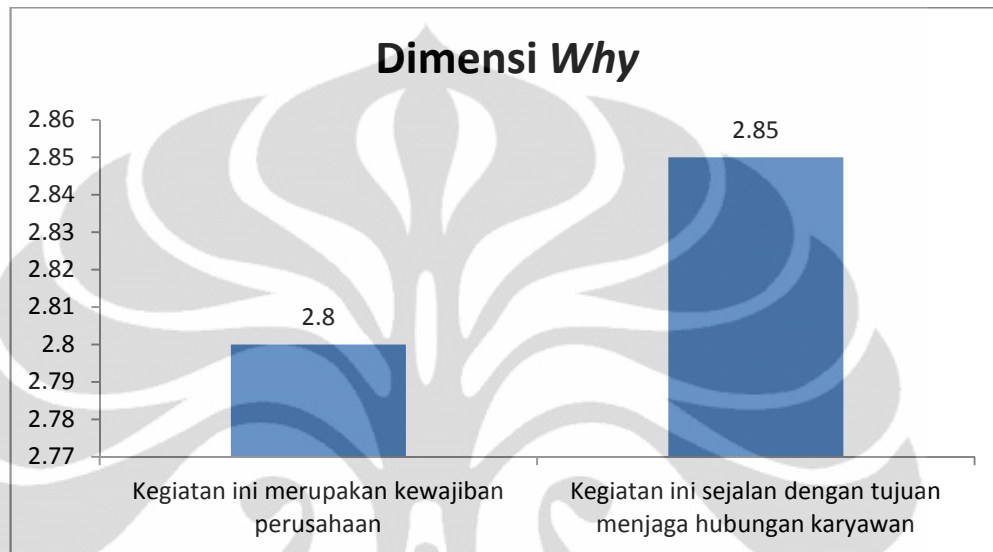
Tabel 5.6 memberi gambaran bahwa responden memberikan nilai yang cukup baik yaitu *mean* 2.75 untuk dimensi *where*. Lebih dari 60 persen responden memberikan nilai baik untuk pemilihan lokasi dan fasilitas yang memadai untuk kegiatan *family gathering*.

Tabel 5.7

Tabel Frekuensi Dimensi *Why*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Kegiatan ini merupakan kewajiban perusahaan	0	26	49	9	2.8
		0%	31%	58%	11%	
2	Kegiatan ini sejalan dengan tujuan menjaga hubungan karyawan	0	19	59	6	2.85
		0%	23%	70%	7%	
Mean						2.83

Gambar 5.7

Grafik Frekuensi Dimensi *Why*

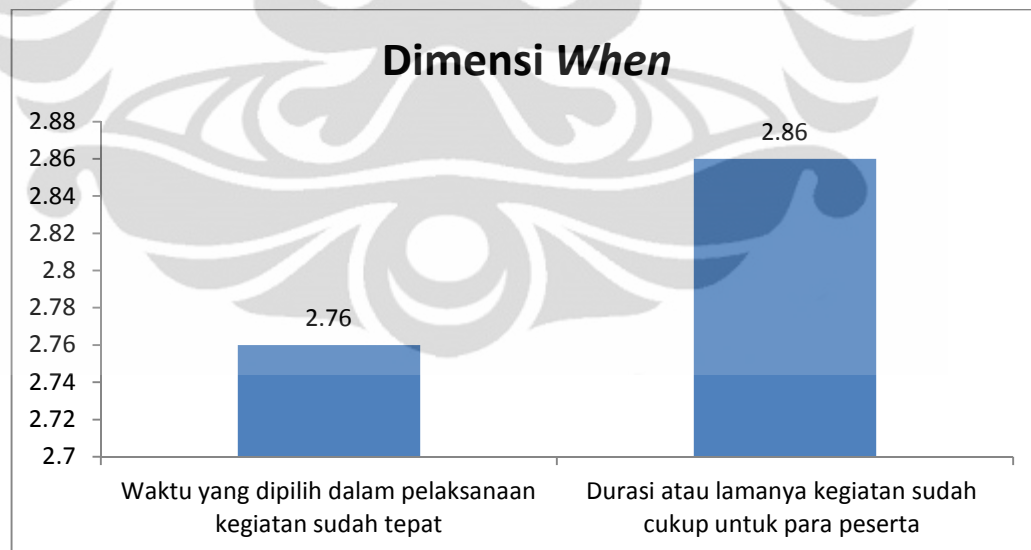
Tabel 5.7 menunjukkan bahwa responden member penilaian yang baik untuk dimensi *why*. 69 persen responden memberikan persetujuannya bahwa kegiatan ini merupakan kegiatan yang wajib diadakan oleh perusahaan. 77 persen memberi persetujuan bahwa kegiatan yang mereka ikuti sejalan dengan tujuan yang perusahaan ingin capai yaitu menjaga hubungan sesama karyawan.

Tabel 5.8

Tabel Frekuensi Dimensi *When*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Waktu yang dipilih dalam pelaksanaan kegiatan sudah tepat	0	23	58	3	2.76
		0%	27%	69%	4%	
2	Durasi atau lamanya kegiatan sudah cukup untuk para peserta	0	17	62	5	2.86
		0%	20%	74%	6%	
Mean					2.81	

Gambar 5.8

Grafik Frekuensi Dimensi *When*

Tabel 5.8 menunjukkan bahwa responden memberikan nilai yang baik untuk dimensi *why*. Total *mean* untuk dimensi ini 2.81, ini dapat dikatakan sangat baik.

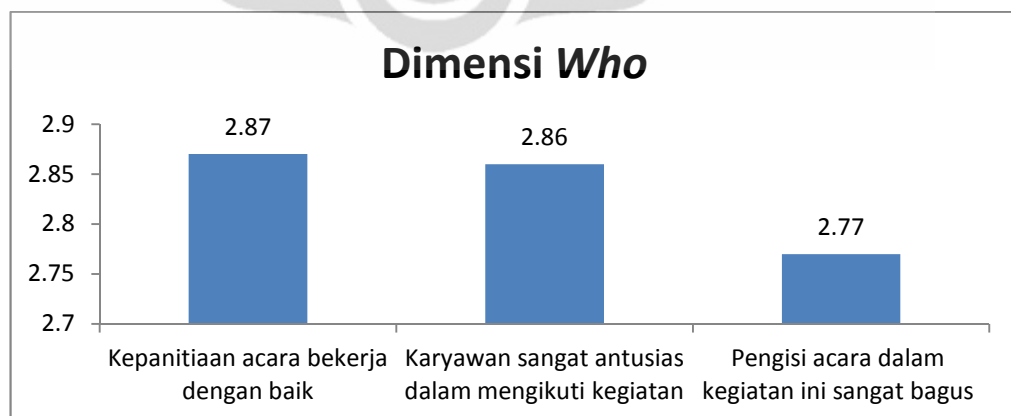
Lebih dari 70 persen responden menyatakan bahwa waktu yang dipilih untuk mengadakan kegiatan ini sudah tepat dan lebih dari 70 persen juga mengatakan bahwa durasi atau lamanya kegiatan sudah cukup untuk para peserta.

Tabel 5.9

Tabel Frekuensi Dimensi *Who*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Kepanitiaian acara bekerja dengan baik	0	17	61	6	2.87
		0%	20%	73%	7%	
2	Karyawan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan	0	19	58	7	2.86
		0%	23%	69%	8%	
3	Pengisi acara dalam kegiatan ini sangat bagus	1	22	56	5	2.77
		1%	26%	67%	6%	
Mean						2.83

Gambar 5.9

Grafik Frekuensi Dimensi *Who*

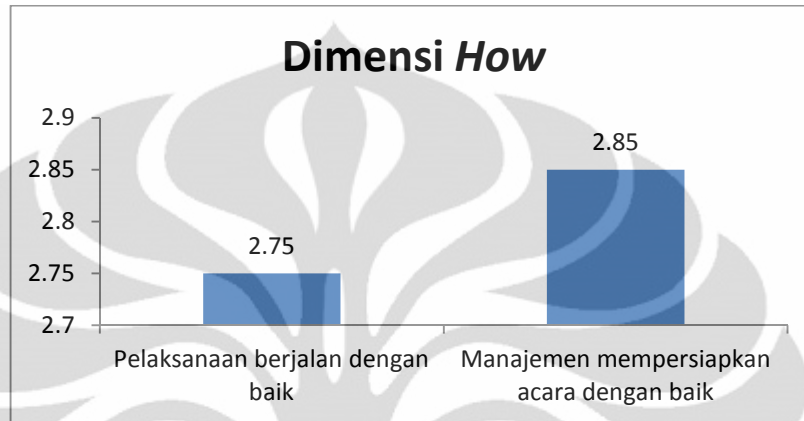
Tabel 5.9 menunjukkan bahwa responden menyatakan bahwa orang-orang yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan cukup baik terlihat dari nilai *mean* 2.83. Menurut responden, kepanitian sudah bekerja dengan baik, karyawan yang menjadi peserta kegiatan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan, dan pengisi acara dalam kegiatan tersebut sangat bagus.

Tabel 5.10

Tabel Frekuensi Dimensi *How*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Pelaksanaan berjalan dengan baik	1	20	62	1	2.75
		1%	24%	74%	1%	
2	Manajemen mempersiapkan acara dengan baik	0	17	63	4	2.85
		0%	20%	75%	5%	
Mean						2.8

Gambar 5.10

Grafik Frekuensi Dimensi *How*

Pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa responden menyatakan bahwa persiapan dan pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan baik, dengan nilai *mean* 2.80. Lebih dari 75 persen dari responden menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik dan pihak manajemen mempersiapkan acara dengan baik.

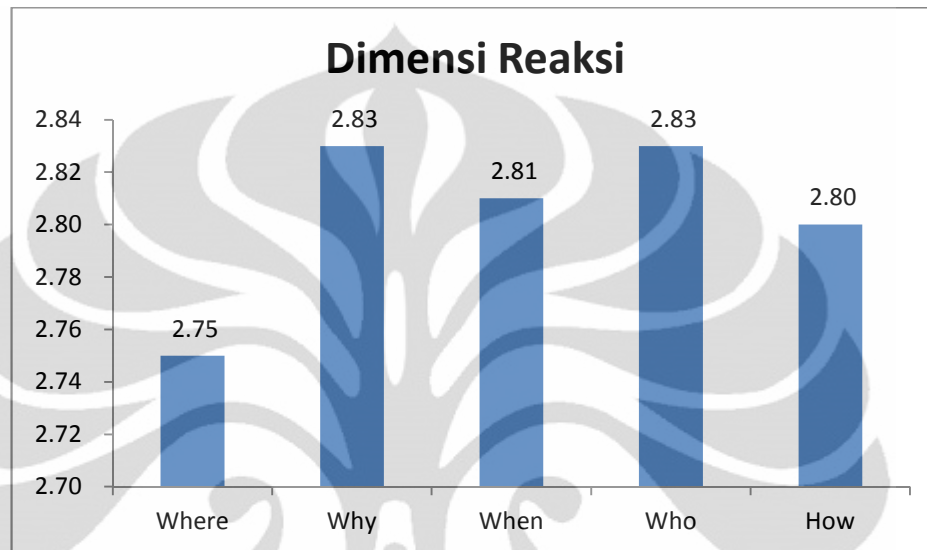
Tabel 5.11

Tabel Mean Variabel *Family gathering* (X₁)

Dimensi	Mean
<i>What</i>	2.77
<i>Where</i>	2.75
<i>Why</i>	2.83
<i>When</i>	2.81
<i>Who</i>	2.83
<i>How</i>	2.80
Mean	2.80

Tabel 5.11 memperlihatkan bahwa nilai mean total dimensi untuk variabel *family gathering* adalah 2.8, sehingga dapat dikatakan bahwa karyawan menilai pelaksanaan kegiatan *family gathering* baik.

Gambar 5.11

Grafik Mean Variabel *Family gathering* (X₁)

Grafik (gambar 5.11) memperlihatkan bahwa seluruh dimensi pada variabel *family gathering* mendapatkan penilaian baik oleh karyawan.

V.2.2 Variabel *Outbound*

Variabel *Outbound* terdiri dari dimensi *What*, *Where*, *Why*, *When*, *Who*, dan *How*. Hasil analisa terhadap dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5.12

Tabel Frekuensi Dimensi *What*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Bentuk acara menarik	0	11	62	11	3.00
		0%	13%	74%	13%	
Mean					3.00	

Gambar 5.12

Grafik Frekuensi Dimensi *What*

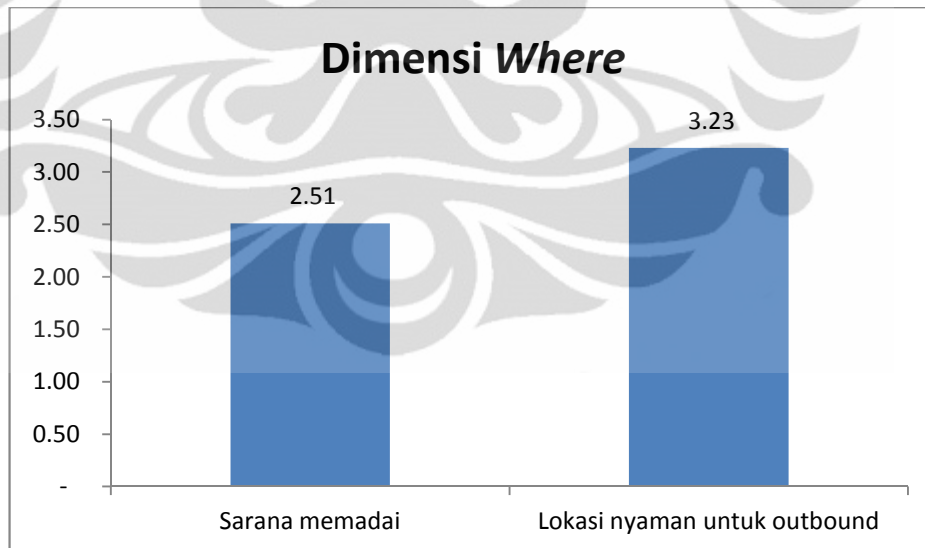
Tabel 5.12 menunjukkan bahwa nilai *mean* untuk dimensi *what* paling tinggi diantara dimensi-dimensi lain untuk variabel *outbound*. Dimensi ini mendapatkan nilai *mean* 3.00. 74 persen responden setuju bahwa bentuk acara *outbound* menarik dan 13 persen lainnya sangat setuju.

Tabel 5.13

Tabel Frekuensi Dimensi *Where*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Sarana memadai	2	41	37	4	2.51
		2%	49%	44%	5%	
2	Lokasi nyaman untuk outbound	0	4	57	23	3.23
		0%	5%	68%	27%	
Mean						2.87

Gambar 5.13

Grafik Frekuensi Dimensi *Where*

Pada Tabel 5.13 nilai *mean* dimensi *where* adalah 2.87 ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa lokasi dan sarana yang dipakai dalam kegiatan

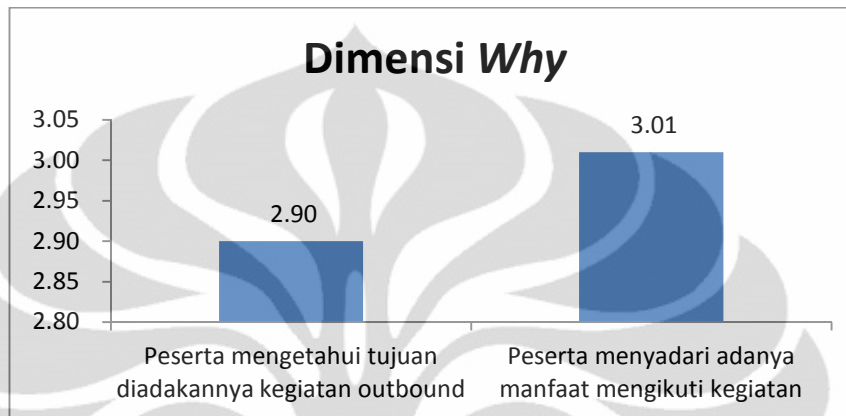
outbound sudah cukup baik. Nilai *mean* terbesar terdapat di pernyataan tentang lokasi yang dipakai dalam kegiatan *outbound* sudah baik dengan nilai *mean* 3.23. Sedangkan pernyataan tentang sarana yang memadai mempunyai nilai *mean* 2.51, memang angka tersebut tidak terlalu kecil namun dibandingkan dengan nilai-nilai *mean* yang lain. Hal ini menandakan bahwa responden merasa sarana yang dipakai dalam kegiatan *outbound* tidak terlalu memadai.

Tabel 5.14

Tabel Frekuensi Dimensi *Why*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Peserta mengetahui tujuan diadakannya kegiatan <i>outbound</i>	0	11	70	3	2.90
		0%	13%	83%	4%	
2	Peserta menyadari adanya manfaat mengikuti kegiatan	0	9	65	10	3.01
		0%	11%	77%	12%	
Mean						2.96

Gambar 5.14

Grafik Frekuensi Dimensi *Why*

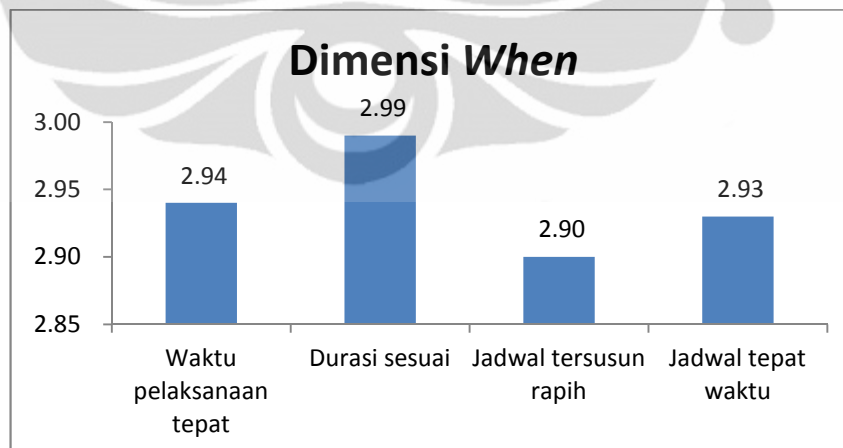
Tabel 5.14 menunjukkan nilai *mean* sebesar 2.96, hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui tujuan dari diadakannya kegiatan *outbound* dan menyadari manfaat dari mengikuti kegiatan tersebut.

Tabel 5.15

Tabel Frekuensi Dimensi *When*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Waktu pelaksanaan tepat	0	11	67	6	2.94
		0%	13%	80%	7%	
2	Durasi sesuai	0	6	75	3	2.99
		0%	7%	89%	4%	
3	Jadwal tersusun rapih	0	11	70	3	2.90
		0%	13%	83%	4%	
4	Jadwal tepat waktu	0	11	68	5	2.93
		0%	13%	81%	6%	
Mean					2.94	

Gambar 5.15

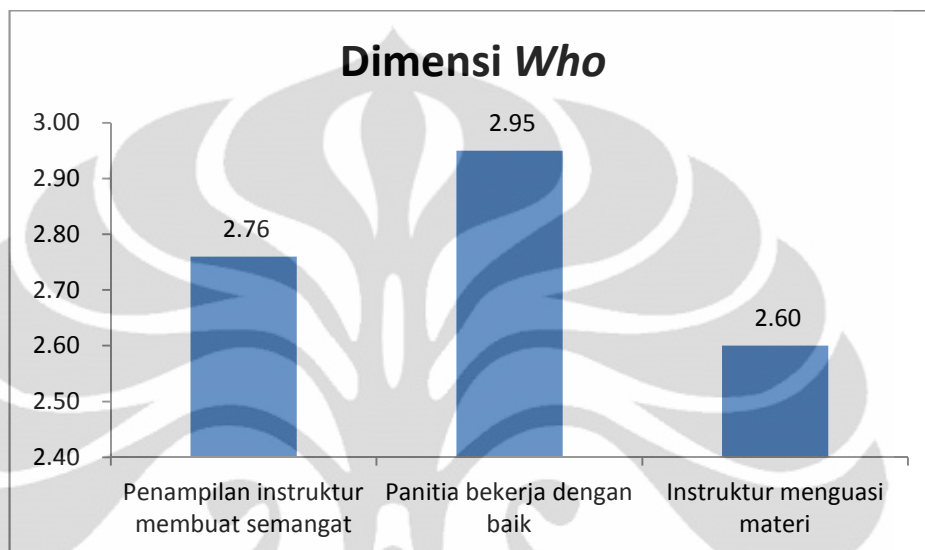
Grafik Frekuensi Dimensi *When*

Tabel 5.15 yaitu untuk dimensi *when* mempunyai nilai *mean* 2.94, ini menunjukkan bahwa responden berpendapat bahwa dalam menentukan waktu, durasi, dan jadwal pada kegiatan *outbound* sudah sangat baik.

Tabel 5.16
Tabel Frekuensi Dimensi *Who*

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Penampilan instruktur membuat semangat	0	20	64	0	2.76
		0%	24%	76%	0%	
2	Panitia bekerja dengan baik	0	9	70	5	2.95
		0%	11%	83%	6%	
3	Instruktur menguasai materi	2	36	40	6	2.60
		2%	43%	48%	7%	
Mean						2.77

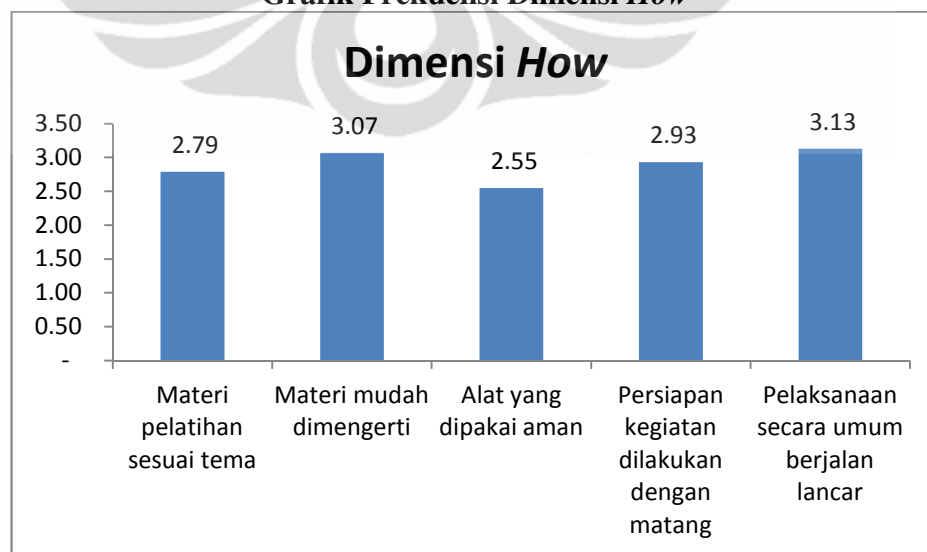
Gambar 5.16

Grafik Frekuensi Dimensi *Who*

Pada tabel 5.16, nilai *mean* yang diperoleh adalah 2.77, hal ini menunjukkan bahwa responden merasa orang-orang yang mengurus acara tersebut sudah cukup baik bekerja. Pada pernyataan bahwa panitia bekerja dengan baik memperoleh nilai *mean* 2.95, sehingga menunjukkan bahwa panitia dianggap sudah bekerja dengan baik.

Tabel 5.17**Tabel Frekuensi Dimensi *How***

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Materi pelatihan sesuai tema	0	26	50	8	2.79
		0%	31%	60%	10%	
2	Materi mudah dimengerti	0	6	66	12	3.07
		0%	7%	79%	14%	
3	Alat yang dipakai aman	2	42	32	8	2.55
		2%	50%	38%	10%	
4	Persiapan kegiatan dilakukan dengan matang	0	11	68	5	2.93
		0%	13%	81%	6%	
5	Pelaksanaan secara umum berjalan lancar	0	9	55	20	3.13
		0%	11%	65%	24%	
Mean					2.89	

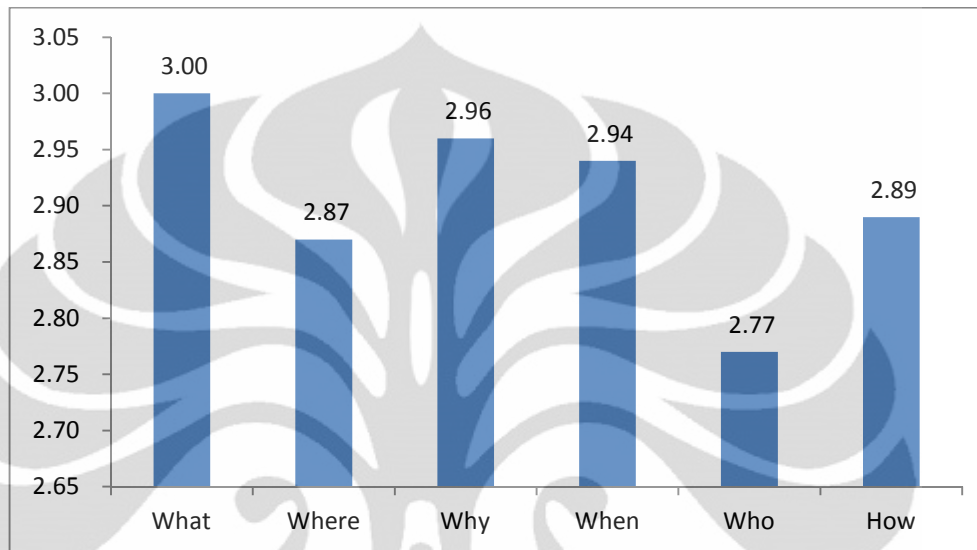
Gambar 5.17**Grafik Frekuensi Dimensi *How***

Tabel 5.17 mempunyai nilai *mean* 2.89, sehingga kita dapat berpendapat bahwa responden merasa bagaimana kegiatan ini dijalankan sudah cukup baik mulai dari persiapan dan pelaksanaan, serta materi yang dipakai dalam kegiatan *outbound*. Namun, dalam dimensi ini ada satu pernyataan yang memiliki nilai *mean* yang rendah 2.55, yaitu untuk pernyataan bahwa alat yang dipakai aman untuk para peserta. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih merasa belum yakin alat-alat yang dipakai dalam kegiatan *outbound* itu aman dan masih perlu diyakinkan kepada mereka tentang keamanan alat-alat tersebut.

Tabel 5.18**Tabel Mean Variabel *Outbound***

Dimensi	Mean
<i>What</i>	3.00
<i>Where</i>	2.87
<i>Why</i>	2.96
<i>When</i>	2.94
<i>Who</i>	2.77
<i>How</i>	2.89
Mean	2.91

Gambar 5.18

Grafik Mean Variabel *Outbound*

Penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *outbound* baik. Hal ini dapat dilihat di tabel (5.18) yang nilai mean untuk seluruh dimensi penilaian karyawan adalah 2.83. Namun ada satu dimensi yang mendapatkan nilai mean paling rendah yaitu dimensi *who* dengan nilai mean 2.77.

V.2.3 Variabel Tingkat Motivasi Kerja

Variabel motivasi kerja terdiri dari dimensi loyalitas, absensi, penyelesaian tugas, kesukaan pada pekerjaan, dan kepuasan pada pekerjaan, . Hasil analisa terhadap dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

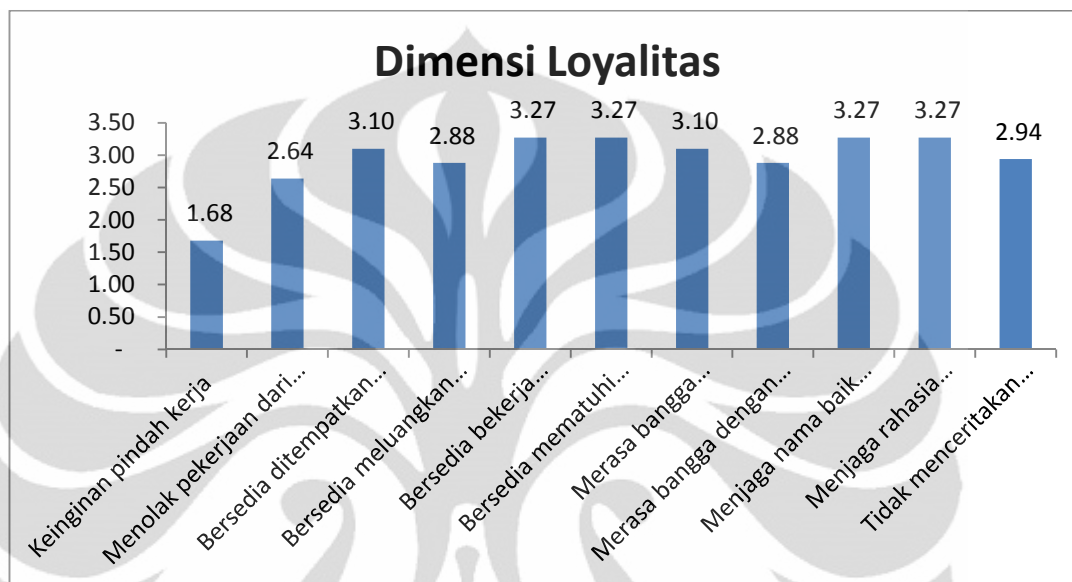
Tabel 5.19

Tabel Frekuensi Dimensi Loyalitas

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Keinginan pindah kerja	1	6	6	1	1.68
		42%	50%	7%	1%	
2	Menolak pekerjaan dari perusahaan lain	11	19	43	11	2.64
		13%	23%	51%	13%	
3	Bersedia ditempatkan di unit lain	0	11	54	19	3.10
		0%	13%	64%	23%	
4	Bersedia meluangkan tenaga untuk aktifitas perusahaan di luar pekerjaan	2	18	52	12	2.88
		2%	21%	62%	14%	
5	Bersedia bekerja melebihi waktu yang ditentukan tanpa dibayar	0	1	59	24	3.27
		0%	1%	70%	29%	
6	Bersedia mematuhi tata tertib perusahaan	0	1	59	24	3.27
		0%	1%	70%	29%	
7	Merasa bangga menjadi bagian/karyawan dari perusahaan	0	11	54	19	3.10
		0%	13%	64%	23%	
8	Merasa bangga dengan hasil yang dicapai perusahaan	2	18	52	12	2.88
		2%	21%	62%	14%	
9	Menjaga nama baik perusahaan	0	1	59	24	3.27
		0%	1%	70%	29%	
10	Menjaga rahasia perusahaan	0	1	59	24	3.27
		0%	1%	70%	29%	
11	Tidak menceritakan krisis perusahaan kepada orang/perusahaan lain	0	17	55	12	2.94
		0%	20%	65%	14%	
Mean						2.94

Gambar 5.19

Grafik Frekuensi Dimensi Loyalitas



Tabel 5.19 adalah tabel frekuensi untuk dimensi loyalitas variabel motivasi kerja. Dimensi ini mempunyai nilai *mean* 2.94, secara umum dapat dikatakan bahwa loyalitas para responden cukup baik. Nilai *mean* tertinggi dari dimensi ini adalah untuk pernyataan bersedia meluangkan waktu yang ditentukan tanpa dibayar, bersedia mematuhi tata tertib perusahaan, menjaga nama baik perusahaan, dan menjaga rahasia perusahaan. Masing-masing pernyataan tersebut memiliki nilai *mean* yang cukup tinggi yaitu 3.27. Dari dimensi ini nilai *mean* yang paling kecil ada di pernyataan keinginan untuk pindah kerja dengan nilai *mean* sebesar 1.68. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun loyalitas mereka terhadap perusahaan cukup tinggi namun keinginan responden untuk pindah ke perusahaan lain juga tinggi.

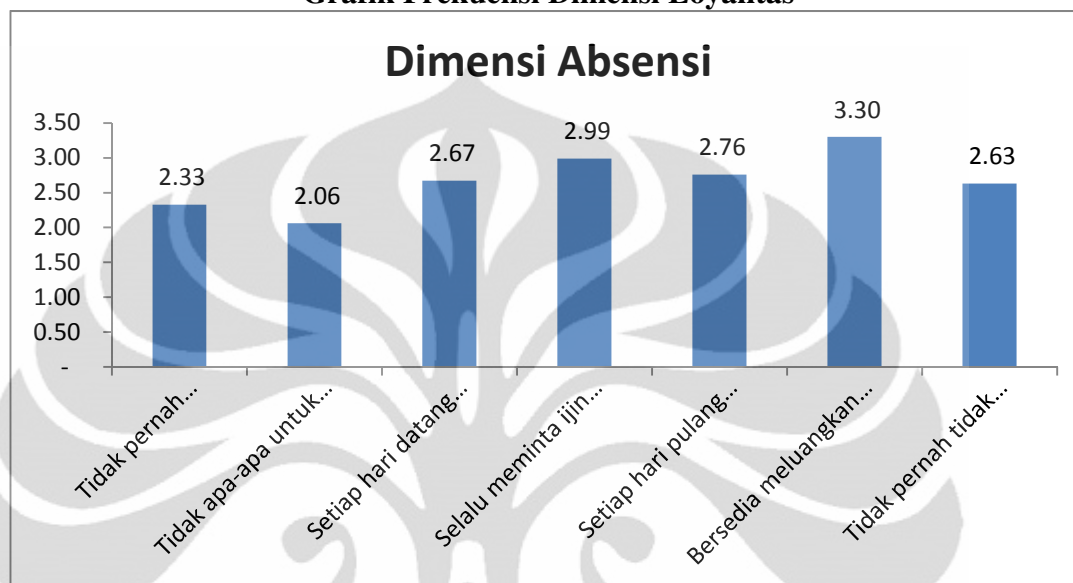
Tabel 5.20

Tabel Frekuensi Dimensi Absensi

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Tidak pernah meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja dengan alasan yang tidak berhubungan dengan pekerjaan	18	25	36	5	2.33
		21%	30%	43%	6%	
2	Tidak apa-apa untuk sekali-sekali datang telat ke kantor	28	32	15	19	2.06
		33%	38%	18%	23%	
3	Setiap hari datang tepat waktu	11	23	33	17	2.67
		13%	27%	39%	20%	
4	Selalu meminta ijin resmi ke atasan bila ingin meninggalkan area perusahaan	9	10	38	27	2.99
		11%	12%	45%	32%	
5	Setiap hari pulang tepat waktu, kecuali bila lembur atau menyelesaikan pekerjaan di luar jam kerja	0	27	50	7	2.76
		0%	32%	60%	8%	
6	Bersedia meluangkan waktu untuk aktifitas perusahaan diluar kerjaan	0	4	51	29	3.30
		0%	5%	61%	35%	
7	Tidak pernah tidak datang ke kantor tanpa mengajukan cuti	13	21	34	16	2.63
		15%	25%	40%	19%	
Mean						2.68

Gambar 5.21

Grafik Frekuensi Dimensi Loyalitas



Tabel 5.20 menunjukkan frekuensi dimensi absensi dari variabel motivasi kerja. Pada dimensi ini nilai *mean* yang didapat dari keseluruhan pernyataan adalah 2.68. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki kesadaran cukup baik dalam hal absensi.

Nilai *mean* paling besar di dimensi ini adalah pernyataan yang mengindikasikan bahwa responden bersedia meluangkan waktu untuk aktifitas perusahaan di luar kerjaan. Pada pernyataan itu nilai *mean* adalah 3.30. Namun nilai *mean* yang paling rendah yaitu pernyataan yang berbunyi bahwa tidak apa-apa untuk sekali-sekali datang telat ke kantor. Hal ini menandakan bahwa kesadaran untuk selalu datang ke kantor sangat rendah dan masih ada toleransi untuk datang telat ke kantor.

Nilai *mean* yang rendah juga adalah pernyataan yang mengindikasikan bahwa tidak apa-apa untuk meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja dengan alasan yang tidak berhubungan dengan pekerjaan. Nilai *mean* dari pernyataan ini adalah 2.33.

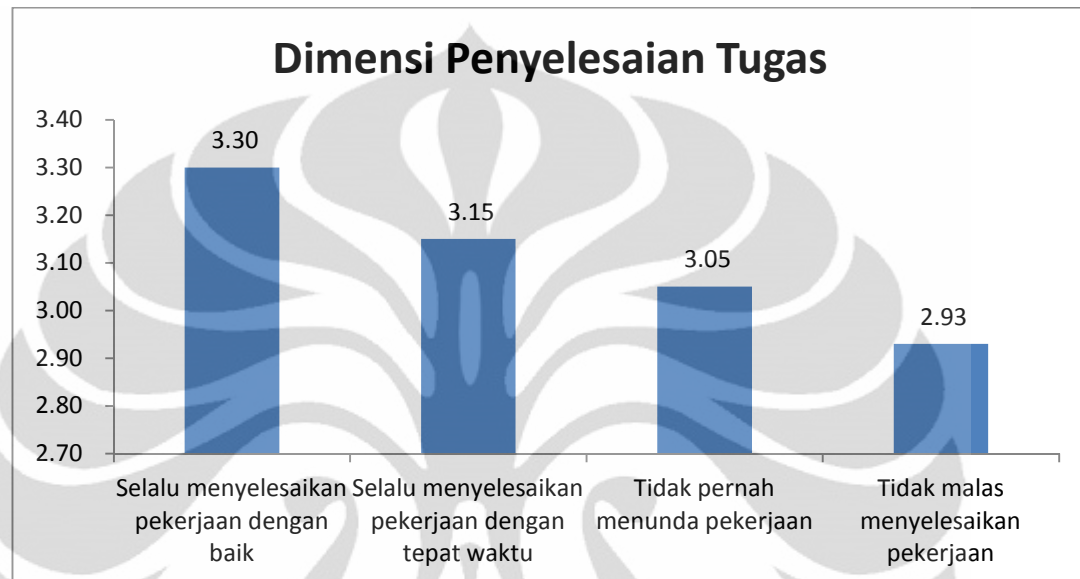
Tabel 5.21

Tabel Frekuensi Dimensi Penyelesaian Tugas

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Selalu menyelesaikan pekerjaan dengan baik	0 0%	4 5%	51 61%	29 35%	3.30
2	Selalu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	0 0%	13 15%	45 54%	26 31%	3.15
3	Tidak pernah menunda pekerjaan	0 0%	18 21%	44 52%	22 26%	3.05
4	Tidak malas menyelesaikan pekerjaan	0 0%	19 23%	52 62%	13 15%	2.93
	Mean					3.11

Gambar 5.21

Grafik Frekuensi Dimensi Penyelesaian Tugas



Tabel 5.21 adalah tabel frekuensi untuk dimensi penyelesaian tugas. Di tabel ini menunjukkan bahwa responden sangat termotivasi untuk menyelesaikan tugas dengan baik. Nilai *mean* yang didapat dari dimensi ini adalah 3.11, nilai *mean* ini dapat dikatakan sangat baik.

Nilai *mean* tertinggi ada di pernyataan bahwa karyawan selalu menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Nilai *mean* adalah 3.30. Perusahaan dapat mengambil kesimpulan bahwa secara motivasi dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan para karyawan sangat termotivasi untuk mengerjakannya dengan baik.

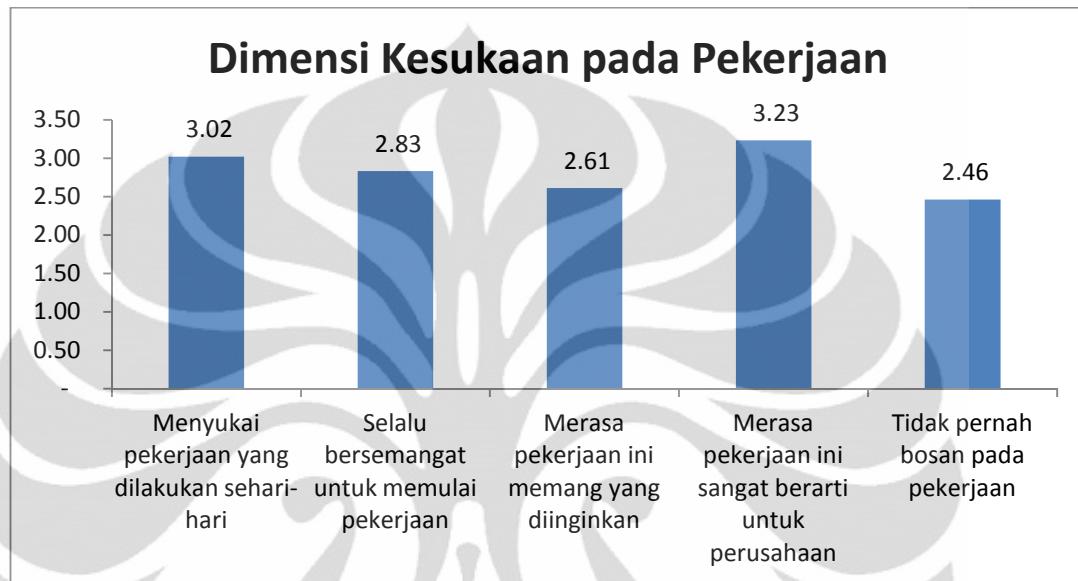
Tabel 5.22

Tabel Frekuensi Dimensi Kesukaan pada Pekerjaan

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Menyukai pekerjaan yang dilakukan sehari-hari	0	19	44	21	3.02
		0%	23%	52%	25%	
2	Selalu bersemangat untuk memulai pekerjaan	0	27	44	13	2.83
		0%	32%	52%	15%	
3	Merasa pekerjaan ini memang yang diinginkan	10	20	47	7	2.61
		12%	24%	56%	8%	
4	Merasa pekerjaan ini sangat berarti untuk perusahaan	0	5	55	24	3.23
		0%	6%	65%	29%	
5	Tidak pernah bosan pada pekerjaan	11	32	32	9	2.46
		13%	38%	38%	11%	
Mean						2.83

Gambar 5.22

Grafik Frekuensi Dimensi Kesukaan pada Pekerjaan



Tabel 5.22 adalah tabel frekuensi dimensi kesukaan pada pekerjaan. Dimensi ini menggambarkan motivasi kerja karyawan dari sisi kesukaannya pada pekerjaannya.

Nilai *mean* yang didapatkan dari keseluruhan pernyataan adalah 2.83. Nilai ini dapat dikatakan cukup baik, sehingga dapat dikatakan bahwa responden memiliki motivasi yang cukup tinggi dalam kesukaan mereka terhadap pekerjaan yang dilakukannya.

Nilai *mean* yang paling rendah di dimensi ini adalah 2.46, yaitu pernyataan yang menyatakan bahwa karyawan tidak pernah merasa bosan terhadap pekerjaan mereka.

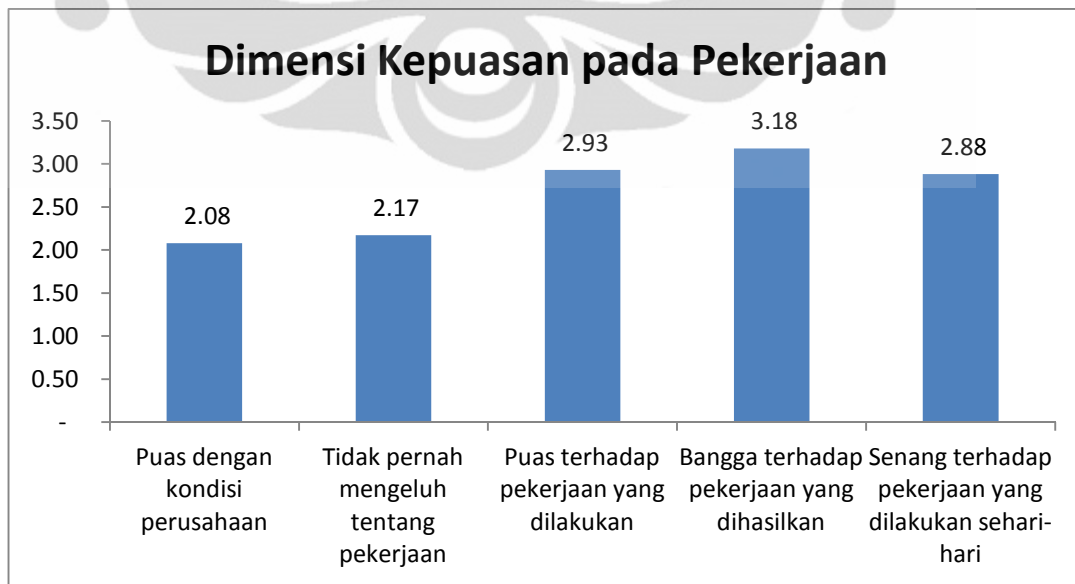
Tabel 5.23

Tabel Frekuensi Dimensi Kepuasan pada Pekerjaan

No.	Pernyataan	Penilaian Responden				Mean
		1 STS	2 TS	3 S	4 SS	
1	Puas dengan kondisi perusahaan	22	38	19	5	2.08
		26%	45%	23%	6%	
2	Tidak pernah mengeluh tentang pekerjaan	13	48	19	4	2.17
		15%	57%	23%	5%	
3	Puas terhadap pekerjaan yang dilakukan	0	13	64	7	2.93
		0%	15%	76%	8%	
4	Bangga terhadap pekerjaan yang dihasilkan	0	4	61	19	3.18
		0%	5%	73%	23%	
5	Senang terhadap pekerjaan yang dilakukan sehari-hari	0	20	54	10	2.88
		0%	24%	64%	12%	
Mean					2.65	

Gambar 5.23

Grafik Frekuensi Dimensi Kepuasan pada Pekerjaan



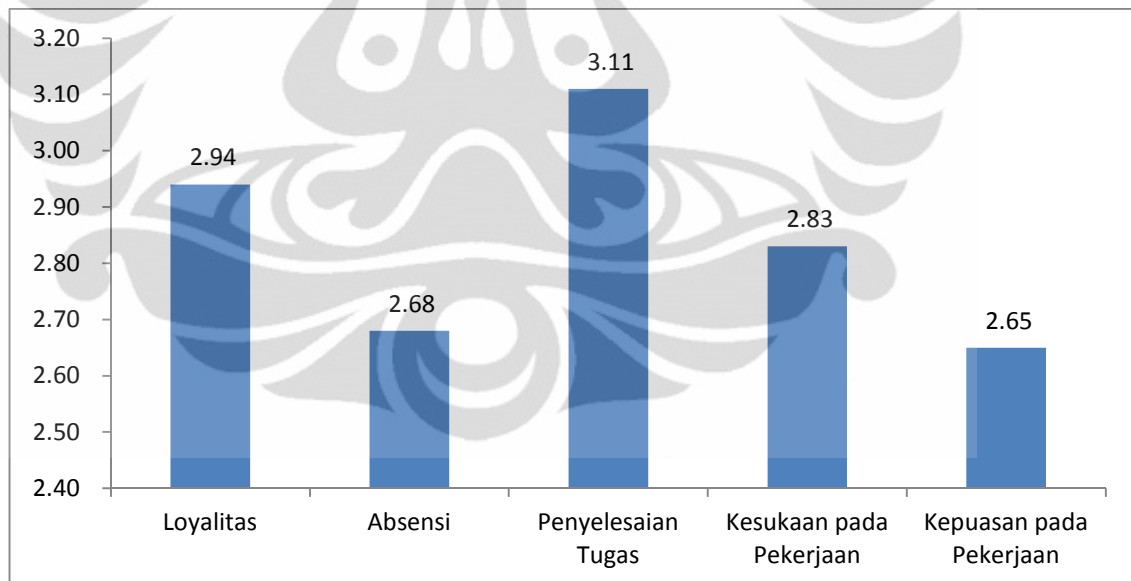
Tabel 5.23 adalah tabel frekuensi untuk dimensi kepuasan pada pekerjaan. Tabel ini menggambarkan bagaimana tingkat motivasi kerja karyawan dalam hal kepuasan mereka terhadap pekerjaan mereka.

Nilai *mean* untuk dimensi ini adalah 2.65, secara umum dapat dikatakan bahwa tingkat motivasi kerja karyawan dalam kepuasan mereka terhadap pekerjaan mereka cukup tinggi. Secara rata-rata pernyataan yang menggambarkan motivasi yang tinggi terdapat di pernyataan bahwa responden bangga dan puas terhadap pekerjaan yang dihasilkan mereka. Namun nilai *mean* yang rendah dan perlu diberi catatan khusus adalah pernyataan yang menyatakan bahwa responden puas dengan kondisi perusahaan. Pernyataan ini mendapatkan nilai *mean* rendah yaitu 2.08, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat motivasi kerja sangat rendah yang berhubungan dengan kepuasan terhadap kondisi perusahaan.

Nilai *mean* rendah lainnya di dimensi ini yaitu 2.17. Nilai *mean* ini terdapat di pernyataan tentang mengeluh tentang pekerjaannya. 61 persen responden menyatakan bahwa mereka pernah mengeluh tentang pekerjaan mereka.

Tabel 5.24**Tabel Mean Variabel Tingkat Motivasi Kerja**

Dimensi	Mean
Loyalitas	2.94
Absensi	2.68
Penyelesaian Tugas	3.11
Kesukaan pada Pekerjaan	2.83
Kepuasan pada Pekerjaan	2.65
Mean	2.84

Gambar 5.25**Grafik Mean Variabel Tingkat Motivasi Kerja**

Dari tabel 5.24 dapat kita simpulkan bahwa ada dua dimensi pada variabel tingkat motivasi kerja yang mempunyai nilai mean yang rendah, yaitu dimensi

absensi dan kepuasan kerja. Kedua dimensi tersebut memberi suatu alasan yang tepat kenapa nilai atau angka absensi mengalami peningkatan dari bulan ke bulan dan grafik tingkat jumlah karyawan tetap mengalami tren menurun sehingga bisa dikatakan tingkat *turn over* karyawan cukup tinggi.

V.3. Analisis Data Bivariat

V.3.1 Analisis Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Family gathering* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja

Tabel 5. 25

ANOVA Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Family gathering* terhadap Tingkat Motivasi Kerja

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13436.463	1	13436.463	408.510	.000 ^a
	Residual	2697.097	82	32.891		
	Total	16133.560	83			

a. Predictors: (Constant), famgath_1

b. Dependent Variable: Motivasi_Kerja

Tabel 5.25 merupakan tabel ANOVA yang memaparkan uji kelinearan.

Hipotesis penelitian:

Ha1 = ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja

Ho1 = tidak ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja

F hitung (408.510) > F tabel (1; 80; 0.05) adalah 3.96, sehingga Ho1 ditolak. Jadi ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

Selain menggunakan perbandingan F hitung dan F tabel, dapat dilakukan perbandingan Sig dengan α .

Sig (0.000) < α , maka Ho1 ditolak.

Tabel 5. 26

Koefisien Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Family gathering* dan Tingkat Motivasi Kerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.244	4.649		-.483	.631
	FamGath	1.556	.126	.913	20.212	.000

a. Dependent Variable: Motivasi_Kerja

Tabel *coefficients* memaparkan nilai konstanta a dan b dari persamaan linear:

$$Y = -2.244 + 1.556X.$$

Dimana :

Y = Tingkat Motivasi Kerja

X = Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Family gathering*

Artinya, angka koefisien regresi sebesar 1.556. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 skor dari variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* (X) maka skor dari tingkat motivasi kerja akan meningkat sebesar 1.556. Sebaliknya, jika angka ini negatif, maka tingkat motivasi kerja juga akan turun sebesar 1.556

Berdasarkan Tabel Coefficients di atas, nilai t_{hitung} yang diperoleh untuk seluruh variabel bebas adalah sebesar 20.212 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Uji t berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi (b), yaitu apakah variabel independen (X) berpengaruh secara nyata atau tidak. Keputusan :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_{01} diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{01} ditolak

Jika t_{hitung} mutlak (20.212) > t_{tabel} (82; 0.05) adalah 1.664, maka H_{01} ditolak dan H_a diterima, artinya variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* mempengaruhi tingkat motivasi kerja secara nyata atau signifikan.

Tabel 5. 27

**Model Summary Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan
Family gathering dan Tingkat Motivasi Kerja**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.833	.831	5.73510

a. Predictors: (Constant), FamGath

Tabel 5.27 menunjukkan arah hubungan atau pengaruh yang dimiliki oleh kedua variabel. Berdasarkan nilai koefisien korelasi pearson artinya nilai korelasi 0.913 menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki oleh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* terhadap tingkat motivasi kerja sangat kuat.

Nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk menghitung besarnya prediksi yang dimiliki oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Besaran tersebut ditunjukkan oleh nilai R square. R square yang didapatkan dari uji regresi linier adalah sebesar 0.833. Artinya, sebanyak 83.3% dari motivasi kerja dipengaruhi oleh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering*. Sementara sebanyak 16.7% dari tingkat motivasi kerja dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

V.3.2 Analisis Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Outbound* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja

Tabel 5. 28

ANOVA Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Outbound* terhadap Tingkat Motivasi Kerja

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9341.134	1	9341.134	112.769	.000 ^a
	Residual	6792.425	82	82.834		
	Total	16133.560	83			

a. Predictors: (Constant), outbound_1

b. Dependent Variable: Motivasi_Kerja

Tabel 5.28 merupakan tabel ANOVA yang memaparkan uji kelinearan.

Hipotesis penelitian:

Ha2 = ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja

Ho2 = tidak ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *outbound* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja

F hitung (112.769) > F tabel (1; 80; 0.05) adalah 3.96, sehingga Ho2 ditolak. Jadi ada pengaruh variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* sebagai *employee relations* terhadap tingkat motivasi kerja.

Selain menggunakan perbandingan F hitung dan F tabel, dapat dilakukan perbandingan Sig dengan α .

Sig (0.000) < α , maka Ho1 ditolak.

Tabel 5. 29

Koefisien Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Outbound* dan Tingkat Motivasi Kerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.653	8.086		.699	.486
	outbound_1	1.946	.183	.761	10.619	.000

a. Dependent Variable: Motivasi_Kerja

Tabel *coefficients* memaparkan nilai konstanta a dan b dari persamaan linear:

$$Y = 5.653 + 1.946X.$$

Dimana :

Y = Tingkat Motivasi Kerja

X = Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Outbound*

Artinya, angka koefisien regresi sebesar 1.946. Angka tersebut mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 skor dari variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* (X) maka skor dari tingkat motivasi kerja akan meningkat

sebesar 1.946. Sebaliknya, jika angka ini negatif, maka tingkat motivasi juga akan turun sebesar 1.946

Berdasarkan Tabel Coefficients di atas, nilai t_{hitung} yang diperoleh untuk seluruh variabel bebas adalah sebesar 10.619 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Uji t berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi (b), yaitu apakah variabel independen (X) berpengaruh secara nyata atau tidak. Keputusan :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_{01} diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{01} ditolak

Jika t_{hitung} mutlak (10.619) $>$ t_{tabel} (82; 0.05) adalah 1.664, maka H_{01} ditolak dan H_a diterima, artinya variabel penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* mempengaruhi tingkat motivasi kerja secara nyata atau signifikan.

Tabel 5. 30

**Model Summary Regresi Linier Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan
Outbound dan Tingkat Motivasi Kerja**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.579	.574	9.10134

a. Predictors: (Constant), outbound_1

Tabel 5.30 menunjukkan arah hubungan atau pengaruh yang dimiliki oleh kedua variabel. Berdasarkan nilai koefisien korelasi pearson artinya nilai korelasi 0.761 menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki oleh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* terhadap tingkat motivasi kerja kuat.

Nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk menghitung besarnya prediksi yang dimiliki oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Besaran tersebut ditunjukkan oleh nilai R square. R square yang didapatkan dari uji regresi linier adalah sebesar 0.579. Artinya, sebanyak 57.9% dari motivasi kerja dipengaruhi oleh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound*. Sementara sebanyak 32.1% dari tingkat motivasi kerja dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti

BAB VI

INTERPRETASI DATA

Setelah melakukan telaah dan analisis data terhadap penilaian pelaksanaan *special event* yaitu *family gathering* dan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* di PT.UNINDO dan pengaruhnya terhadap tingkat motivasi kerja, maka peneliti akan melakukan interpretasi data sesuai data yang telah diperoleh dan menghubungkannya dengan konsep yang telah dijelaskan sebelumnya. Respondennya adalah karyawan tetap dengan jumlah 84 orang. Interpretasi data yang akan dibuat mencakup interpretasi data pada penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* dan *outbound*, serta analisis tingkat motivasi kerja dan pengaruhnya dari variabel-variabel tersebut.

VI.1. Interpretasi Variable Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Family gathering*

Karyawan menilai secara umum pelaksanaan kegiatan *family gathering* yang dilakukan pada tahun 2010 berjalan baik. Penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* ini memakai elemen 5W+1H oleh Philip Lesly dan evaluasi empat tahap Kirkpatrick. Dimensi-dimensi tersebut antara lain reaksi, pembelajaran, tingkah laku, *what, where, why, when, who*, dan *how*.

Karyawan memberikan penilaian lebih dalam pelaksanaan *family gathering* yaitu pada dimensi tingkat reaksi, *why*, dan *who*. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menilai baik terhadap kegiatan *family gathering* dan karyawan beserta keluarga menikmati acara tersebut. Karyawan juga termotivasi untuk mengikuti kegiatan tersebut. Dari sisi dimensi *why*, menunjukkan bahwa karyawan menyadari tentang tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya kegiatan *family gathering* tersebut. Dimensi *who*, menunjukkan bahwa apresiasi karyawan terhadap orang-orang yang terkait dengan kegiatan sudah baik. Karyawan merasa panitia sudah bekerja dengan baik mempersiapkan segala sesuatunya untuk keberhasilan kegiatan. Dimensi *who* juga menunjukkan bahwa karyawan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan *family gathering*.

Dimensi yang dinilai oleh karyawan paling rendah di variabel *family gathering* adalah *where* atau tempat. Secara rata-rata nilai ini masih bisa dikatakan baik. Dalam dimensi ini karyawan menyatakan bahwa pemilihan tempat dan fasilitas sudah baik. Namun akan menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam pemilihan tempat untuk kegiatan *family gathering* berikutnya.

Elemen *where* sangat penting untuk diperhatikan karena elemen ini secara langsung dapat memengaruhi penilaian elemen-elemen yang lain. Menurut Wahyuni Pudjiastuti (2010:23), pada dasarnya, Ajang khusus (dalam hal ini *family gathering*) bisa diadakan di mana saja, yang penting cocok buat *audience* (khalayak), baik indoor maupun outdoor. Pemilihan tempat juga memerlukan pengalaman, kreatifitas,

dan penelitian yang mendalam. Tempat merupakan elemen utama yang harus diperhatikan.

VI.2 Interpretasi Variable Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Outbound*

Penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* tahun 2010 secara umum baik. Dari dimensi-dimensi variabel *outbound*, nilai tertinggi ada di dimensi *what*. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menilai bentuk atau konsep kegiatan *outbound* sangat baik. Sehingga dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan bentuk kegiatan untuk tahun-tahun berikutnya.

Elemen *what*, sangat berkaitan dengan kesan atau *image* yang tertanam di benak peserta. Semakin baik penilaian karyawan mengenai elemen ini, maka dengan begitu kesan dari kegiatan *outbound* sangat tertanam di benak para karyawan. Kesan harus tertanam baik di memori khalayak, khalayak diharapkan terus mengingat acara yang diadakan dan mengingat pesan-pesan yang disampaikan, baik tentang perusahaan, produk, maupun *brand*-nya (Wahyuni Pudiastuti, 2010:27).

Nilai yang terendah di variabel ini adalah dimensi perubahan tingkah laku, Hal ini harus menjadi perhatian penting untuk perusahaan. Nilai rendah ini menunjukkan bahwa para karyawan menilai pelaksanaan *outbound* buruk dalam hal perubahan tingkah laku. Karyawan berpendapat bahwa setelah melakukan kegiatan

outbound mereka tidak mengalami perubahan perilaku dan keterampilan mereka di tempat kerja.

Hal ini dapat terjadi dikarenakan materi yang digunakan sebagai materi pelatihan *outbound* tidak sesuai dengan keperluan para karyawan di tempat kerja. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa pihak penyelenggara dalam hal ini perusahaan kurang melakukan persiapan dan *research* mengenai materi-materi apa saja yang dapat dimasukkan ke materi kegiatan *outbound* yang dapat diimplementasikan di tempat kerja mereka.

VI.3 Interpretasi Variable Tingkat Motivasi Kerja

Variabel tingkat motivasi kerja mempunyai beberapa dimensi, yaitu dimensi loyalitas, absensi, penyelesaian tugas, kesukaan pada pekerjaan, dan kepuasan pada pekerjaan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tingkat motivasi kerja karyawan baik.

Nilai paling tinggi terdapat di dimensi penyelesaian tugas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karyawan mempunyai tingkat motivasi sangat tinggi dalam hal penyelesaian tugas. Para karyawan selalu termotivasi untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan baik dan tepat waktu, lalu para karyawan mempunyai motivasi yang tinggi untuk tidak malas dan menunda-nunda pekerjaan mereka. Dengan melakukan pekerjaan dengan baik dan berkualitas, berarti menunjukkan bahwa

seseorang mampu melakukan sesuatu terhadap apa yang menjadi tanggung jawabnya di mata rekan kerja ataupun atasannya (Keith, Newstroom. 1998:83).

Nilai *mean* yang paling rendah adalah dimensi kepuasan terhadap pekerjaan. Nilai dimensi ini menunjukkan bahwa walaupun tingkat motivasi kerja mereka tinggi namun kepuasan mereka terhadap pekerjaan. Di dalam dimensi ini nilai yang paling rendah adalah kepuasan mereka terhadap kondisi perusahaan. Para karyawan sebagian besar tidak puas terhadap kondisi perusahaan tempat mereka bekerja. Para karyawan pada dimensi ini menunjukkan bahwa mereka sering mengeluhkan tentang pekerjaan yang mereka lakukan.

Nilai *mean* dari masing-masing dimensi cukup tinggi, namun ada satu catatan khusus di dimensi loyalitas dengan pernyataan tentang keinginan karyawan untuk pindah perusahaan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan mempunyai niat untuk pindah kerja atau pindah perusahaan. Ini sebabnya dalam data yang disajikan oleh peneliti tentang jumlah angka *turn over* karyawan PT.UNINDO mengalami tren menurun hal ini disebabkan oleh kurang baiknya loyalitas karyawan dalam hal keinginan untuk pindah kerja atau perusahaan.

VI.4 Interpretasi Pengaruh Variable Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Family gathering* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat dari penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.

Peneliti melihat pengaruh yang sangat kuat ini karena kegiatan *family gathering* mengikutsertakan keluarga para karyawan dan hal ini memberikan motivasi ekstrinsik kepada karyawan. E.J. Donal dalam Komaruddin (1983) membagi motivasi dalam dua jenis yaitu ; motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah motivasi yang timbul dari dalam diri seseorang. Motivasi ini sering disebut motivasi murni misalnya, kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan akan perasaan diterima. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang datang dari luar diri seseorang. Misalnya, kenaikan pangkat, pujian, hadiah dan sebagainya.

Kekuatan pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* dapat dilihat pada hasil nilai konstanta dari persamaan linearnya yaitu $Y = -3.591 + 1.683X$. Dari persamaan linear tersebut terdapat angka minus (-), ini membuktikan bahwa apabila pelaksanaan *family gathering* tidak dilakukan maka tingkat motivasi karyawan yang ada secara langsung akan menurun. Persamaan linear tersebut juga menunjukkan bahwa apabila *family gathering* tidak dilaksanakan maka tingkat motivasi kerja adalah -3.59% dan apabila kegiatan *family gathering* dilaksanakan

dengan baik maka hal tersebut akan mempengaruhi tingkat motivasi kerja sebesar 1.68%.

VI.5 Interpretasi Pengaruh Variable Penilaian Karyawan Tentang Pelaksanaan *Outbound* Terhadap Tingkat Motivasi Kerja

Berdasarkan analisis data, penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* memengaruhi tingkat motivasi kerja kuat. Sebanyak 64.4 persen dari motivasi kerja dipengaruhi oleh penilaian karyawan tentang *outbound*. Hasil ini berbeda dengan tingkat pengaruhnya dengan penilaian tentang *family gathering* karena tidak adanya faktor motivasi ekstrinsik yang diterima oleh karyawan.

Kekuatan pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* dapat dilihat pada hasil nilai konstanta dari persamaan linearnya yaitu $Y = 10.409 + 0.978X$. Dari persamaan linear tersebut bisa disimpulkan bahwa apabila kegiatan *outbound* tidak dilaksanakan, maka tingkat motivasi kerja sebesar 10.4% sedangkan apabila kegiatan *outbound* dilaksanakan dengan baik maka akan mempengaruhi tingkat motivasi kerja sebesar 0.97%.



BAB VII

PENUTUP

VII.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan yang merepresentasikan tujuan penelitian yang dilakukan. Karyawan menilai secara umum pelaksanaan kegiatan *family gathering* sebagai kegiatan *employee relations* berjalan dengan baik. Semua dimensi rata-rata dinilai oleh karyawan baik. Dimensi yang harus menjadi perhatian perusahaan adalah dimensi *where* atau tempat. Karyawan merasa pemilihan tempat dan fasilitas yang dipakai dalam pelaksanaan kegiatan *family gathering* masih kurang baik.

Karyawan menilai secara umum pelaksanaan kegiatan *outbound* sebagai kegiatan *employee relations* berjalan baik. Dimensi yang paling rendah pada variabel ini terdapat pada dimensi perubahan tingkah laku. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun karyawan menilai baik dalam mengikuti kegiatan *outbound* namun para karyawan menilai tidak mengalami perubahan tingkah laku dan keterampilan yang bisa diterapkan di tempat kerja.

Berdasarkan nilai koefisien korelasi pearson menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki oleh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* terhadap tingkat motivasi kerja sangat kuat. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik

penilaian karyawan tentang pelaksanaan *family gathering* maka semakin baik pula tingkat motivasi kerja karyawan.

Berdasarkan nilai koefisien korelasi pearson menunjukkan bahwa pengaruh yang dimiliki oleh penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* terhadap tingkat motivasi kerja kuat. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik penilaian karyawan tentang pelaksanaan *outbound* maka semakin baik pula tingkat motivasi kerja karyawan.

VII.2 Implikasi Penelitian

Implikasi akademis dari hasil penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan teori-teori komunikasi khususnya tentang kegiatan *special event* dan tingkat motivasi kerja. Implikasi tersebut diharapkan secara teoritis dapat menjawab pertanyaan tentang seberapa besar pengaruh penilaian karyawan tentang pelaksanaan kegiatan *special event* terhadap tingkat motivasi kerja. Teori yang dipakai dalam penelitian ini sudah sesuai untuk menggambarkan variabel yang ingin peneliti analisa.

Implikasi praktis dalam penelitian ini adalah adalah pemakaian metode penelitian yang sudah sesuai untuk penelitian ini. Pemakaian metode kuantitatif dengan memakai kuesioner dalam pengumpulan datanya sudah baik untuk menggambarkan situasi yang ingin peneliti dapatkan.

VII.3. Rekomendasi

Penelitian sejenis berikutnya diharapkan dapat menggunakan teori dan konsep yang lebih variatif sebagai kerangka pemikiran untuk hasil yang lebih mendalam. Hal tersebut dapat dilakukan misalnya dengan mengambil teori maupun konsep yang berbeda untuk dijadikan dimensi operasionalisasi konsep atau meneliti besarnya pengaruh dari masing-masing dimensi terhadap dependen variabel untuk hasil yang lebih detail.

Penambahan variabel dalam penelitian menjadi multivariat diharapkan dapat memberikan sudut pandang yang berbeda atau hasil yang berbeda mengenai pengaruh penilaian terhadap kegiatan *special event* terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.

Selain pertanyaan secara tertutup melalui kuesioner, penggunaan wawancara dalam penelitian selanjutnya dapat dilakukan sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan sudut pandang yang objektif dan variasi jawaban yang sebenarnya dibutuhkan namun justru tidak terdapat pada kuesioner.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan *family gathering* di PT.UNINDO sudah berjalan dengan baik. Perusahaan telah mempersiapkan kegiatan dengan baik sehingga karyawan puas dan senang dalam mengikuti kegiatan tersebut. Namun, bila dilihat dari hasil kuesioner, pemilihan tempat menjadi satu perhatian khusus oleh perusahaan. Oleh sebab itu pihak perusahaan harus lebih selektif dan mempertimbangkannya dengan matang-matang dalam memilih tempat atau lokasi yang tepat untuk kegiatan *family gathering* perusahaan.

Kegiatan *outbound* PT. UNINDO berdasarkan penelitian ini sudah berjalan dengan baik. Karyawan sangat apresiasi dengan konsep kegiatan yang menurut mereka menarik. Hal ini memberikan masukan kepada perusahaan untuk tetap mengadakan acara *outbound* rutin setiap tahunnya. Beberapa hal yang patut diperhatikan oleh pihak manajemen adalah hasil yang dicapai terhadap perubahan perilaku dan keterampilan karyawan di tempat kerja setelah mengikuti kegiatan tersebut. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perubahan yang signifikan terhadap keterampilan dan perilaku karyawan di tempat kerja setelah mengikuti kegiatan *outbound*. Oleh sebab itu perusahaan seharusnya mengkaji ulang konsep acara dan materi yang diberikan supaya efek dari kegiatan memengaruhi dalam peningkatan keterampilan karyawan dan merubah perilaku menjadi lebih baik di tempat kerja mereka.

Tingkat motivasi kerja karyawan PT.UNINDO sudah cukup tinggi, sehingga pihak manajemen harus bisa mempertahankan tingkat motivasi kerja tersebut sehingga tidak menurun.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ancok, D. 2002. *Outbound Management Training: Aplikasi Ilmu Perilaku dalam Pengembangan Sumber daya Manusia*. Jogjakarta: UII Press.
- Anggoro, M. Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan (serta aplikasinya di Indonesia)*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Bonar, S.K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta: Rieka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group Jakarta.
- Davis, Keith, Newstrom, John W. 1989. *Human Behaviour at Work: Organization Behaviour*. New York. MC. Grow Hill International
- Hendrix, Jerry A. 2001. *Public Relations Cases (5th Edition)*, Wordworth (a division of Thomson Learning, Inc.), USA.
- Jefkins, Frank. 1983. *Public Relations*, MacDonal and Evand, Plymouth.
- _____. 2005. *Public Relations (edisi ke4)*, Jakarta: Erlangga.
- _____. 1992. *Public Relations*, Erlangga, Jakarta.
- _____. 1994. *Public Relations Techniques*. Great Britain : Butterworth-Heinemenn.
- Kasali, Rhenald. 1990. *Manajemen PR*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kirkpatrick, D.L. 1998. *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. San Francisco: Berret-Koehler Publisher, Inc.

- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-dasar Humas*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Lesly, Philip. 1993. *Everything You Wanted To Know About Public Relations*. Singapore:SSM.
- Lesly, Philip. 1998. *Lesly's Handbook of Public Relations and Communications (5th edition)*. McGraw-Hill.
- Lewis, Michael L.H. Wayland Cumming and Larry W. Long. 1978. *Communication Activity as a Predictor of The Fit Between Worker Motivation and Worker Productivity*, Communication Yearbook S.
- Manullang, M. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Mitchell, Terence R. 1978. *People In Organizations: Understanding Their Behavior*, McGraw-Hill, Inc.
- Moore, H Frazier. 1988. *Hubungan Masyarakat (Prinsip, Kasus, dan Masalah)*. Remadja Karya, Bandung.
- Moore, H Frazier. 2005. *Humas (Membangun Citra Dengan Komunikasi)*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Muhammad, Arni. 2002. *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Neuman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach 4th Edition*. USA: Allyn&Bacon, A Viacom Company.
- Nitisemito, Alex Soemadji. 2003 *Manajemen Personalia*. Penerbit Ghalia Indonesia, Yogyakarta.
- Penn, Bill. 1992. *Be Your Own PR Expert, The Complete Guide to Publicity and Public Relations*. (London: Biatkus).

- Pinder, Craig C. 2008. *Work Motivation in Organizational Behavior*, Psychology Press.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta :Mediakom .
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*. PT. Alex Media Komputindo.
- Riduwan, 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung:Alfabeta.
- Rosadi, Ruslan. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta Raja Grafindo Persada.
- Rosadi, Ruslan. 1999. *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Reeves, T.K. 1981. *Surveys at Work*, McGraw-Hill Book Company (UK) Limited.
- Siagian, Sondang P. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit PT.Bumi Aksara, Jakarta.
- Sudjana. 1989. *Metode Statistik*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sukandarrumidi. 2004. *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta:Gajah Mada University Press.
- Trihendradi, C. 2010. *Step by Step SPSS 18 Analisis Data Statistik*. Penerbit ANDI Yogyakarta.

Skripsi:

Munggaran, Muhammad jati. 2007. “*Hubungan Kegiatan Employee Relations dan Kepuasan Komunikasi Karyawan PT Astra International Tbk-Peugeot Sales Operation Cilandak-Jakarta Selatan Periode Maret-April 2007*”, Skripsi.

Nurdin, Ratih Astri. 2010 “*Pengaruh Employee Relations dan Human Relations pada Motivasi Kerja (Studi pada karyawan PT.Asuransi Ekspor Indonesia, Cabang Jakarta)*”, Skripsi.

Tesis :

Amaria, Justi. 2000. “*Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Dengan Motivasi Kerja Pegawai (Pengaruh Dimensi Komunikasi Antar Pribadi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Departemen Tenaga Kerja)*”. Tesis.

Internet:

Adrianus dan Yufiarti. 2006. *Memupuk Karakter Peserta melalui Kegiatan Outbound*. <http://widhoy.multiply.com/journal/item/15> diakses tanggal 12 oktober 2011.

<http://rizafaishol.blogspot.com/2010/11/evaluasi-model-kirkpatrick.html>



LAMPIRAN

KUESIONER

Bapak/Ibu yang terhormat,

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini hanya untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Penilaian Karyawan Terhadap Pelaksanaan Kegiatan *Employee Relations* terhadap Tingkat Motivasi Kerja Karyawan”.

Di bawah ini ada beberapa kelompok pertanyaan yang semuanya berkaitan dengan **outbound**, **family gathering**, dan **motivasi kerja**. Bapak/Ibu diharapkan untuk memberikan penilaian terhadap pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat dan pandangan Bapak/Ibu dengan jujur karena semua jawaban akan dirahasiakan dan tidak akan ada pengaruh terhadap penilaian Bapak/Ibu sekalian di Perusahaan.

I. Identitas Responden

1. Umur :

- a. 19 – 24 tahun
- b. 25 – 30 tahun
- c. 31 – 36 tahun
- d. 37 – 42 tahun
- e. > 43 tahun

2. Unit Kerja:

- a. UTR
- b. UMV

3. Tingkatan karyawan:

- a. BC
- b. TAC
- c. MAP

4. Lama bekerja:

- a. < 1 tahun
- b. 1 – 3 tahun
- c. 4 – 6 tahun
- d. 7 – 9 tahun
- e. > 10 tahun

II. Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai.

Adapun makna dari tanda tersebut adalah sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

No.	Family Gathering	STS	TS	S	SS
1	Bentuk kegiatan family gathering dibuat sangat menarik				
2	Pemilihan lokasi kegiatan sangat tepat				
3	Fasilitas yang ada sangat memadai				
4	Kegiatan ini sudah sejalan dengan tujuan diadakannya acara ini yaitu menjalin hubungan yang baik sesama karyawan				
5	Kegiatan ini dilakukan setiap tahun karena suatu kewajiban oleh perusahaan				
6	Waktu yang dipilih dalam pelaksanaan kegiatan sudah tepat				
7	Durasi atau lamanya kegiatan sudah cukup untuk para peserta				
8	Jadwal acara terkoordinasi dengan baik				
9	Karyawan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan				
10	Pengisi acara dalam kegiatan ini sangat bagus				
11	Konsep acara yang dibuat oleh panitia sangat menarik				
12	Acara ini dipersiapkan dengan baik oleh panitia				
13	Secara umum pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik				

No.	Outbound	STS	TS	S	SS
1	Sarana yang diberikan lengkap dan terpercaya				
2	Lokasi pelaksanaan membuat saya nyaman dalam proses berlangsungnya <i>outbound</i>				
3	Alat yang dipakai aman untuk digunakan				
4	Format acara menarik untuk diikuti oleh peserta				
5	Saya mengerti maksud dan tujuan diadakannya kegiatan ini				
6	Waktu pelaksanaan kegiatan outbound sudah sangat tepat				
7	Durasi atau lamanya kegiatan sudah sesuai				
8	Jadwal kegiatan tersusun dengan rapih				
9	Jadwal kegiatan berjalan dengan tepat waktu				
10	Saya sangat antusias mengikuti kegiatan ini				
11	Penampilan instruktur membuat saya lebih semangat mengikuti kegiatan				
12	Saya menyadari bahwa akan ada manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan outbound				
13	Panitia bekerja dengan baik sehingga kegiatan berjalan dengan baik				
14	Dalam kegiatan outbound ini terlihat jelas bahwa kegiatan ini dilakukan dengan persiapan yang matang				
15	Pelaksanaan outbound secara umum berjalan dengan baik				

No.	Motivasi Kerja	STS	TS	S	SS
1	Saya pernah mempunyai keinginan untuk pindah kerja				
2	Saya pernah menolak pekerjaan dari perusahaan lain				
3	Saya bersedia ditempatkan di unit lain demi kepentingan perusahaan				
4	Bersedia meluangkan tenaga untuk aktifitas perusahaan di luar pekerjaan				
5	Bersedia bekerja melebihi waktu yang ditentukan tanpa dibayar				
6	Bersedia mematuhi tata tertib perusahaan				
7	Merasa bangga menjadi bagian/karyawan dari perusahaan				
8	Merasa bangga dengan hasil yang dicapai perusahaan				
9	Menjaga nama baik perusahaan				
10	Menjaga rahasia perusahaan				
11	Tidak menceritakan krisis perusahaan kepada orang/perusahaan lain				
12	Tidak pernah meninggalkan pekerjaan pada saat jam kerja dengan alasan yang tidak berhubungan dengan pekerjaan				
13	Tidak apa-apa untuk sekali-sekali datang telat ke kantor				
14	Setiap hari datang selalu tepat waktu				
15	Selalu meminta ijin resmi ke atasan bila ingin meninggalkan area perusahaan				
16	Setiap hari pulang tepat waktu, kecuali bila lembur atau menyelesaikan pekerjaan di luar jam kerja				
17	Bersedia meluangkan waktu untuk aktifitas perusahaan diluar kerjaan				
18	Tidak pernah tidak datang ke kantor tanpa mengajukan				

	cuti				
19	Selalu menyelesaikan pekerjaan dengan baik				
20	Selalu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu				
21	Tidak pernah menunda pekerjaan				
22	Tidak malas menyelesaikan pekerjaan				
23	Menyukai pekerjaan yang dilakukan sehari-hari				
24	Selalu bersemangat untuk memulai pekerjaan				
25	Merasa pekerjaan ini memang yang diinginkan				
26	Merasa pekerjaan ini sangat berarti untuk perusahaan				
27	Tidak pernah bosan pada pekerjaan				
28	Puas dengan kondisi perusahaan				
29	Tidak pernah mengeluh tentang pekerjaan				
30	Puas terhadap pekerjaan yang dilakukan				
31	Bangga terhadap pekerjaan yang dihasilkan				
32	Senang terhadap pekerjaan yang dilakukan sehari-hari				

Lampiran 2

Responden	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	b1	b2	b3	b4	b5	b6	b7	b8	b9	b10	b11	b12	b13	b14	b15	c1		
1	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
5	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
6	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
8	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
9	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
10	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
11	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
12	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
13	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
14	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	1	
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
17	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
18	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
20	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	
21	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
23	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	
24	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
25	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1
27	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
28	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	
29	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	
30	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	
31	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
32	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	
33	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
34	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
35	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
36	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
37	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
38	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	
39	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
40	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
41	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
42	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	
43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
44	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
45	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
46	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
47	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
48	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
50	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
51	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
52	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
53	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
55	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
56	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	
57	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
58	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	2	
59	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
60	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	
61	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2

c2	c3	c4	c5	c6	c7	c8	c9	c10	c11	c12	c13	c14	c15	c16	c17	c18	c19	c20	c21	c22	c23	c24	c25	c26	c27	c28	c29	c30	c31	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	3	4	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	2	4	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	
2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	
2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
3	2	1	2	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	
3	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	1	2	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4
1	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	1	2	1	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	4	2	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	2	4	2	1	2	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3
2	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	2	1	1	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	2	3	3
2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4
2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
2	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4
2	2	1	3	2	1	3	2	2	3	3	3	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3

1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	3	3	
2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	



c32
4
4
3
3
4
3
3
3
3
3
3
2
3
3
4
2
3
4
3
4
3
3
3
2
4
3
3
4
3
3
3
3
3
3
4
3
3
3
4
3
3
3
3
2
2
3
3
3
3
2
2
3
3
3
3
3
3
3
3



2
3
2
2
3
3
3
3
2
2
2
2
2
2
3
3
3
3
2
2
3
3
3

