

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Motivasi Karyawan PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi pada Kegiatan Jago One

Umi Nofalia Azizah, Rizky Fauzi

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hubungan Masyarakat
STIKOM InterStudi
Jakarta, Indonesia
nofaliaazizah@gmail.com

Abstract—Organizational culture in a company can be said to be a combination of ideas, customs, traditional practices, company values and shared meanings that help define behavior for everyone who works in a company. In organizational culture it refers to a shared meaning system consisting of its members. The organizational culture can also arouse morale and motivate employees. There is an organizational culture at PT. Jasa Marga Jagorawi Branch named Jago One. Jago One is the jargon name of the organizational culture activities at PT. Jasa Marga Jagorawi Branch. In this study using quantitative methods, data collection techniques using questionnaires, and data management using SPSS. The population in this study were 247 employees, the number of samples in this study was determined by the Taro Yamane formula, namely to be 72 employees, where these employees will be the respondents of this study. Withdrawal techniques using the Probability Sampling technique, the type is simple random sampling which is more specific to the employees of PT. Jasa Marga Jagorawi Branch, based on the results of the validity and reliability tests, the Organizational Culture is 0.697 (significant = 0.000) while the Employee Motivation is 0.886 (significant = 0.000) and the simple regression test is 0.736. This value implies that the influence of organizational culture on employee motivation in Jago One activities in this study is strong. The result of the t-test shows that the t-count value is greater than the t-table value ($1.660 > 13.968$) so that H_0 is rejected, meaning that there is an influence of organizational culture on employee motivation on Jago One activities at PT. Jasa Marga Jagorawi Branch.

Keywords— *Public Relations, Organizational Culture, Employee Motivation*

Abstrak—Budaya organisasi dalam perusahaan dapat dikatakan sebagai kombinasi ide, adat istiadat, praktik tradisional, nilai-nilai perusahaan dan artian bersama yang membantu mendefinisikan perilaku bagi setiap orang yang bekerja disuatu perusahaan. Didalam budaya organisasi mengacu kepada sistem makna bersama yang terdiri dari anggota-anggotanya. Budaya organisasi itu juga dapat membangkitkan semangat kerja dan memotivasi karyawannya. Terdapat budaya organisasi di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi yang bernama Jago One. Jago One merupakan nama jargon dari kegiatan budaya organisasi di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan pengelolaan datanya menggunakan SPSS. Populasi dalam

penelitian ini adalah 247 karyawan, jumlah sampel penelitian ini ditentukan dengan rumus Taro Yamane yaitu menjadi 72 karyawan, dimana karyawan tersebut yang akan menjadi responden penelitian ini. Teknik penarikan dengan menggunakan teknik Probability Sampling, jenisnya simple random sampling yang lebih di spesifikkan kepada karyawan PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi maka, berdasarkan dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan Budaya Organisasi sebesar 0,697 (signifikan = 0,000) sedangkan Motivasi Karyawan sebesar 0,886 (signifikan = 0,000) dan pada uji regresi sederhana sebesar 0,736. Nilai tersebut mengartikan bahwa Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Karyawan pada kegiatan Jago One dalam penelitian ini kuat. Hasil uji t menunjukkan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($1,660 > 13,968$) sehingga H_0 ditolak, berarti terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi karyawan terhadap kegiatan Jago One di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi.

Kata Kunci— *Public Relations, Budaya Organisasi, Motivasi Karyawan.*

I. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan suatu hal yang amat penting bagi kelangsungan fungsi di dalam organisasi. Anggota-anggota yang ada dalam organisasi saling berkomunikasi satu sama lain untuk mengkoordinasikan tugas pekerjaannya. Terlebih lagi anggota organisasi yang bekerja di bagian humas, anggota organisasi menunjukkan keterbukaan dalam komunikasi, saling berbagi pengetahuan dan informasi mengenai pekerjaan. Pengetahuan pegawai akan bertambah bergantung pada perusahaan (Romli, 2014).

Di masa saat ini pedoman yang baik untuk daya saing perusahaan adalah bagaimana mengendalikan sumber daya manusia secara efektif demi mendapatkan dan meningkatkan orang-orang yang produktif. Organisasi merupakan sekelompok manusia yang bekerja bersama-sama dalam rangka pencapaian tujuan.

Setiap perusahaan memiliki budaya yang berbeda, tergantung dengan ideologi serta filsafat yang diterapkan oleh perusahaan. Namun, setiap budaya diterapkan oleh perusahaan mempunyai tujuan yang sama, yaitu kearah kemajuan. Budaya

perusahaan biasanya tertuang dalam bentuk “*penyataan misi*” (*mission statement*) (Malayu, 2007).

Budaya organisasi di dalam perusahaan berkaitan erat dengan pemberdayaan karyawan, di perusahaan tersebut dinamakan budaya perusahaan. Semakin pesat budaya perusahaan semakin besar dorongan para karyawan untuk maju bersama dengan perusahaan. Perusahaan yang maju mempunyai saingan yang tinggi, dapat menciptakan kreatifitas dan inovasi yang dihasilkan melalui pedoman yang kuat. Pedoman yang kuat didapatkan dari budaya perusahaan yang bertindak sebagai gambaran nyata yang mampu memberikan dampak positif baik internal maupun eksternal (Romli, 2014).

Banyaknya perusahaan yang sudah menerapkan budaya organisasi karena budaya organisasi dapat meningkatkan motivasi karyawan serta mampu menciptakan keakraban antar karyawan. Adapun jurnal yang telah membuktikan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap motivasi karyawannya yaitu; Ahmad Hakiki (2016) dengan judul Pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi kerja pegawai pada dinas kebudayaan dan pariwisata kota cilegon metode pada penelitian ini yang digunakan adalah metode deskriptif analisis teknik pengumpulan datanya adalah dengan kuesioner yang disebarakan kepada 52 responden dengan hasil uji regresi sederhana sebesar 0,146, maka artinya berpengaruh meningkatkan motivasi kerja.

Berdasarkan uji thitung nilai t lebih besar dari nilai t_{tabel} ($25,591 > 2,000856$) sehingga H_0 ditolak, yang menunjukan terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi kerja pegawai pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cilegon (hakiki, 2016).

Salah satu perusahaan yang sudah menerapkan budaya organisasi adalah PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi. Budaya organisasi ini merupakan suatu hal yang baru yang diterapkan di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi. PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi merupakan cabang pertama yang menerapkan budaya organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dan motivasi karyawan, agar karyawan dapat bekerja dengan maksimal.

PT Jasa Marga merupakan perusahaan yang bergerak di Badan Usaha Milik Negara Indonesia (BUMN). Perusahaan ini memiliki banyak anak perusahaan salah satunya adalah Cabang Jagorawi. Cabang Jagorawi adalah jalan tol pertama di Indonesia yang mulai dibangun pada tahun 1973 sebelum dibentuknya PT. Jasa Marga. Jalan tol ini menghubungkan Jakarta – Bogor – Ciawi, Jagorawi ini di kelola oleh PT Jasa Marga. Jagorawi sendiri merupakan singkatan kata dari “JA”karta, Bo”GOR”, Ci”AWI”.

Jago One merupakan bentuk budaya

organisasi di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi, Jago One ini diresmikan pada tanggal 16 juni 2018. Jago One terdiri dari 3 nama kelompok kegiatannya yang pertama Jago One Besinergi, dilakukan setiap senin berdo’a bersama di setiap unit kerja dan untuk hari selasa dilakukan kumpul kordinasi, yang kedua Jago One Berbagi, melakukan monitoring dan evaluasi dilakukan interaksi di lapangan dengan karyawan dan rekan kerja, untuk hari kamis sharing session guna menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dengan counseling, monitoring, dan coaching. Yang ketiga Jago One Berenergi, setiap hari jumat olahraga SKJ bersama yang dilakukan di kantor maupun di luar kantor. Jumlah karyawan di Cabang Jagorawi saat ini sebanyak 247 terdiri dari perempuan 51 dan laki-laki 196. Gunanya untuk mendukung proses kerja karyawan. Budaya perusahaan tersebut terdiri dari tiga; Jago One bersinergi, Jago One berbagi, Jago One berenergi. Budaya tersebut dilakukan setiap hari senin sampai hari jumat dengan berbeda-beda kegiatan setiap harinya.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui proses atau penerapan budaya organisasi terhadap motivasi karyawan Maka peneliti ingin mengetahui apakah penerapan Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Motivasi Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi dan seberapa besar Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Karyawan pada PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi dalam kegiatan Jago One tersebut.

Dari uraian latar belakang diatas diperoleh manfaat hasil penelitian bagi perusahaan dapat dijadikan evaluasi yang berguna untuk pengambilan keputusan yang melibatkan kinerja karyawan dengan melalui pengaruh antara budaya organisasi dengan motivasi karyawan, serta pengembangan bagi peneliti dapat bermanfaat untuk tambahan pengetahuan dengan penerapan ilmu yang terdapat dari dalam hasil penelitian ini serta secara teoritis dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya dalam praktisi Public Relations yang akan berhubungan langsung dengan pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi karyawan di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi melalui kegiatan Jago One.

II. LANDASAN TEORI

A. Komunikasi

Komunikasi merupakan cara seseorang memberikan informasi berupa gagasan kepada orang lain, yang bukan hanya meyertakan kata-kata (Ngalimun, 2007).

Pengembangan dan memelihara sistem komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi terbukti dalam sebuah survey yang dilakukan oleh Chester Barnard (2008) terbukti 96% para pemimpin perusahaan percaya bahwa

ada hubungan yang pasti antara komunikasi dengan produktivitas kerja karyawan (Tubbs et al., 2008).

Komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi sifatnya dibagi menjadi dua, yakni formal dan informal yang berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi dalam kelompok. Komunikasi organisasi melibatkan komunikasi antar pribadi dan komunikasi publik. Dalam struktur komunikasi formal menurut dari struktur organisasi merupakan komunikasi dari bawah ke atas. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi biasanya terjadi hanya pada sesama karyawan (bawah) tanpa melakukan komunikasi kepada atasan (Ubaidillah, 2016).

B. *Public Relations*

Public Relations merupakan fungsi manajemen untuk membangkitkan dan mempertahankan hubungan baik antara organisasi dan publik, yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Scott et al., 2011).

Fungsi dari Public Relations secara luas untuk memelihara komunikasi dengan baik dan harmonis antara perusahaan dengan publiknya (good communication) serta pelayanan sesuai dengan kepentingan publik dengan perusahaan secara baik (good serve interest) juga membentuk perilaku dan citra perusahaan dengan baik (good moral and manners).

Menurut Cutlip dan Center Fungsi dari Public Relations adalah Melayani khalayak dengan mengutarakan opini kepada pimpinan perusahaan guna untuk kepentingan umum, membangun hubungan baik internal maupun dengan pihak eksternal perusahaan, menciptakan komunikasi dengan menyebarkan informasi secara dua arah yakni antara perusahaan dengan khalayak luar sehingga mendapatkan feedback atau timbal balik, serta membentuk suatu kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan dari organisasi (Kriyantono, 2016).

C. *Peran humas dalam proses internalisasi budaya organisasi*

Perkembangan di dalam budaya organisasi pada umumnya di kerjakan oleh sebagian sumber daya manusia, ketika peran seorang public relations dalam sebuah organisasi terutama menyikapi perkembangan di dalam budaya organisasi adalah mengatur dan mengarahkan berbagai kegiatan komunikasi. Peran public relations adalah bersama-sama dengan divisi lain dalam berorganisasi bertugas mensosialisasikan dan menguraikan nilai-nilai budaya organisasi kepada pekerja yang bekerja di sebuah perusahaan atau di dalam organisasi. Sosialisasi budaya organisasi dikupas lebih lanjut dalam beberapa

teori komunikasi dalam budaya organisasi antara lain teori sosialisasi dan teori asimilasi organisasi (Ruslan, 2003).

D. *Budaya Organisasi*

Budaya merupakan konsep secara formal disebut tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna yang diturunkan dari generasi ke generasi secara terus menerus melalui individu maupun kelompok sosial (Sihabudin, 2011).

Menurut Robert P. Vecchio budaya organisasi sebagai nilai-nilai dan norma-norma bersama yang datang. Pengertian ini menyarankan agar budaya organisasi memberikan keyakinan bersama. Peraturan dalam perilaku harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma yang ada. Adapun menurut Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, budaya organisasi adalah nilai-nilai dan keyakinan bersama yang mendasari identitas perusahaan (Wibowo, 2016).

Wheelen dan Hunger (1997) mengatakan bahwa sudut pandang budaya organisasi bagi karyawan merupakan hal yang penting untuk dilakukan karena hal ini memiliki peran penting dalam pengembangan perasaan yang dimiliki karyawan juga dapat mengembangkan ketertarikan secara pribadi dengan perusahaan sesuai dengan perilaku yang ditimbulkan dari budaya organisasi yang dibentuk oleh perusahaan untuk karyawannya (Romli, 2014).

Budaya organisasi menurut Khomsarial Romli di dalam buku yang berjudul budaya organisasi terdapat 7 indikator, yang terdiri dari; Komunikasi, Pelatihan dan Pengembangan, Imbalan, Membuat Keputusan, Perencanaan, Kerja sama, Praktik Manajemen (Romli, 2014).

E. *Fungsi budaya organisasi*

Terdapat empat fungsi budaya organisasi menurut Robert Kreitner dan Angelo Kinicki sebagai berikut: (1) Memberikan kelompok jati diri organisasi yang dapat menciptakan suatu perusahaan diakui sebagai perusahaan yang kreatif dalam membangkitkan produk baru, jati diri organisasi memperlihatkan suatu kesan tersendiri yang dapat membedakan dengan organisasi lainnya yang mempunyai ciri khas yang berbeda. (2) Memberikan fasilitas terhadap karyawannya, perusahaan memberikan yang terbaik kepada pekerjanya agar mereka bangga menjadi salah satu bagian dari perusahaan. Setiap anggota organisasi menjunjung tinggi komitmen bersama dengan mentaati dan mematuhi peraturan dalam organisasi yang ada demi mewujudkan target bersama yang harus dicapai. (3) Meningkatkan keseimbangan sosial dalam bekerja untuk menggambarkan bahwa didalam lingkungan pekerjaan dirasa cukup nyaman, tanpa adanya konflik dan jika terdapat perubahan dapat

ditangani secara baik. Dengan dilakukannya musyawarah bersama mengenai budaya organisasi maka yang harus dilakukan membuat suasana kerja dan interaksi sosial berjalan dengan baik tanpa adanya kendala dilapangan. (4) Membangun perilaku dengan menolong anggotanya untuk menyadari lingkungan kerjanya. Budaya organisasi bisa digunakan sebagai alat untuk membuat orng berfikir positif (Wibowo, 2016)

Mckenna dan Beech (2004) ada lima fungsi dalam Budaya Organisasi sebagai berikut : (1) Budaya menunjukkan perbedaan diantara organisasi dengan organisasi lainnya, (2) Budaya Organisasi membangkitkan komitmen bersama daripada mementingkan kepentingan pribadi, (3) Budaya Organisasi dapat menyampaikan pesan maupun kesan atas citra dari para karyawan perusahaan, (4) Budaya Organisasi memingkatkan kredibilitas dari sistem sosial kerja yang terjalin dan menumbuhkan rasa kebersamaan dalam organisasi, (5) Budaya Organisasi dapat memberikan standarisasi dalam penerimaan, penilaian kinerja, promosi dan kesesuaian hubungan antar karyawan dengan perusahaan yang bersangkutan (Ikhsan et al., 2016).

F. Motivasi Karyawan

Motivasi sangat penting dalam suatu organisasi karena motivasi menjadi parameter atau pengukuran dalam produktivitas kerja karyawan perusahaan, sebab tanpa adanya motivasi yang diciptakan sebelumnya dari pimpinan perusahaan kepada karyawan-karyawannya sehingga akan tercapai tujuan yang telah ditetapkan oleh kepentingan perusahaan (Romli, 2014).

Menurut Jerald Greenberg dan Robert (2003) Motivasi merupakan sebuah proses untuk membangkitkan, mengarahkan, dan menjaga perilaku seseorang untuk dapat mencapai tujuan (Wibowo, 2011).

Tujuan motivasi organisasi antara lain untuk mendorong semangat kerja karyawan, meningkatkan dalam segi produktivitas kerja karyawan, serta menciptakan hubungan kerja antar karyawan, dan juga untuk meningkatkan terciptanya kedisiplinan, loyalitas, kreatifitas, partisipasi, rasa tanggung jawab dari tugas-tugas kerja karyawan terhadap kestabilan dengan perusahaan (Malayu, 2007).

Motivasi Karyawan menurut Malayu Hasibuan di dalam buku yang berjudul organisasi dan motivasi terdapat 5 indikator yaitu; Prestasi, Pengakuan, Pekerjaan, Tanggungjawab, Pengembangan diri (Malayu, 2007)

G. Pandangan motivasi dalam organisasi

Motivasi merupakan sesuatu yang timbul dari seseorang yang dapat meyakinkan dirinya atas keinginan atau sesuatu yang ingin dicapai maupun

yang ingin dituju (Sunarta, 2007).

Pemimpin dalam suatu organisasi harus dapat memiliki kemampuan untuk mendorong, menyesuaikan, mengarahkan, serta berkomunikasi pada bawahannya disini akan terlihat efesien yang terjalin saat bekerja dalam menjalankan pekerjaan yang dibebankan pada bawahan atau karyawan oleh atasan dengan baik atau tidak tergantung pada kemampuan atasan yang disebutkan pada poin-poin sebelumnya. jika bawahan atau karyawan dapat menjalankan tugas yang diberikan oleh atasan terlaksana dengan baik berarti atasan berhasil menjalankan fungsinya dalam memberi arahan atau perintah dengan efektif, sebaliknya jika tugas yang dibebankan kepada bawahan atau karyawan sampai tidak berjalan maupun tidak mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik, maka hal ini perlu menjadi suatu perhatian bagi atasan ataupun pemimpin perusahaan untuk mencari tahu sebab-sebab yang mungkin miss dalam arahan yang sudah diperintahkan kepada bawahan atau karyawan perlunya evaluasi mendalam yang harus dilakukan oleh atasan (Sunarta, 2007).

H. Jago One

Jago one merupakan jargon dari budaya organisasi di PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi. Jago One ini mempunyai singkatan yakni JAGO adalah Jagorawi sedangkan ONE adalah Oke, Nyaman, Elok. Pemaknaan dari Jago One itu sendiri adalah Jalan tol Jagorawi selalu OKE dalam memberikan seluruh layanan, baik layanan lalu lintas yang lancar, aman, Nyaman, gesit dalam merespon setiap kendala, maupun layanan transaksi yang serba otomatis dan layanan konstruksi yang handal. Elok dengan dengan sistem penataan landscape yang indah dan terbaik serta diimbangi dengan teknologi terkini yang inovati, tepat guna dibawah naungan manajemen yang organisatoris, terintegrasi, dan senantiasa sebagai role models.

Implementasi budaya organisasi ini terdiri dari tiga (3) sebagai berikut: 1) Jago One Bersinergi. Setiap hari senin, ibadah (Do'a Bersama) dilakukan do'a bersama di unit kerja masing-masing untuk memulai setiap aktifitas kerja sebelum menjalani hari pertama tiap minggu. Hari selasa, kumpul (Koordinasi) dilakukan rapat koordinasi manajemen tentang hasil pelaksanaan kegiatan rencana kerja yang sudah direncanakan. 2) Jago One Berbagi. Setiap hari rabu, lapangan (Monitoring & Evaluasi) melaksanakan kegiatan masyarakat, evaluasi & interaksi di lapangan dengan karyawan & rekan kerja. Hari Kamis, ilmu (Sharing Session) dilakukan sharring knowledge, berbagi & menambah ilmu pengetahuan kemanapun & wawasan dengan cara counseling, monitoring & coaching. 3) Jago One Berenergi. Setiap hari

jum'at olahraga (SKJ & Outing) dilakukan bersama berupa SKJ, olahraga jasmani & kegiatan diluar kantor seperti: Tee walk, rafting, team building.

I. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif paradigma positivistik. Paradigma positivistik digunakan karena penelitian ini menunjukkan penelitian kuantitatif, yang mengkaji fenomena secara empiris dan terukur. Oleh karena itu, dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel untuk memulai penelitiannya, melainkan menggunakan situasi sosial yang menggambarkan sebuah fenomena (Sugiono, 2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi. Peneliti menetapkan teknik

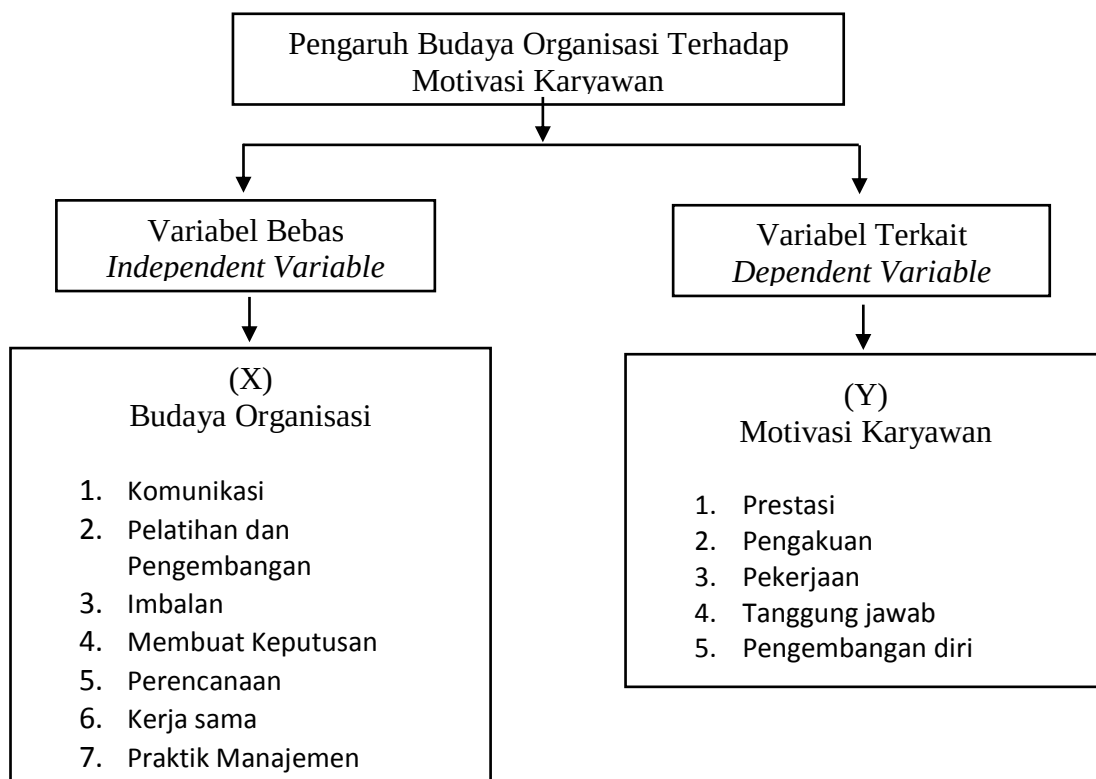
penarikan dengan menggunakan teknik Probability Sampling atau kemungkinan sampel adalah teknik pengambilan sampel dimana semua elemen mempunyai peluang untuk terpilih. Terpilih menjadi sampel. Untuk jenisnya peneliti menggunakan teknik Simple Random Sampling atau yang biasa disebut dengan istilah teknik acak

sederhana. Dalam penelitian ini teknik Simple Random Sampling yang digunakan lebih di spesifikasikan yaitu karyawan PT. Jasa Marga Cabang Jagorawi yang mengikuti kegiatan budaya organisasi di perusahaan tersebut (Sugiono, 2012).

Strategi penelitian yakni survei, dengan menyerahkan pernyataan berupa kuesioner kepada responden yang diisi oleh responden melalui online di formulir google.

Kuesioner merupakan suatu cara pengumpulan data yang peneliti butuhkan berupa pernyataan untuk responden isi dan responden memberikan respon mengenai penelitian tersebut (Sugiono, 2016).

Teknik pengelolaan data pada penelitian ini adalah menggunakan SPSS. Dalam penelitian ini karakteristik populasi yang dijadikan sasaran yaitu karyawan PT Jasa Marga Cabang Jagorawi yang sejumlah 247 orang terdiri dari 51 perempuan dan 196 laki-laki. Sampel berjumlah 72 responden. Dalam melakukan pengukuran dalam penelitian ini peneliti menggunakan Keiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling (KMO and Bartlett's Test). Dalam menguji reliabilitas peneliti menggunakan Cronbach's Alpha Method .



Gambar 1. Kerangka Teori

(Malayu, 2007; Romli, 2014)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti menganalisis dari data responden yang mengisi kuesioner sebanyak 72 responden (*response rate* 72%), lalu menghitung menggunakan SPSS dan mengujinya menggunakan regresi linear sederhana.

Berdasarkan analisis univariat responden penelitian mayoritas berjenis kelamin laki-laki 38 orang (52,8%), sedangkan perempuan 34 orang (47,2%). Kemudian usia (62,5%) responden berusia 20-30 tahun sebanyak 45 orang, diikuti dengan (31,9%) responden berusia 31-40 tahun sebanyak 23 orang, (4,20%) responden berusia 41-50 tahun sebanyak 3 orang, dan (1,40%) responden berusia >50 tahun sebanyak 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa usia karyawan PT Jasa Marga Cabang Jagorawi paling banyak usia 20-30 tahun.

Lalu analisis dari segi pendidikan terbanyak (54,2%) responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 39 orang, diikuti dengan (27,8%) responden berpendidikan terakhir S1 sebanyak 20 orang, dan (18,1%) responden berpendidikan terakhir D3 sebanyak 13 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan terakhir karyawan PT Jasa Marga Cabang Jagorawi paling banyak

berpendidikan SMA. Sementara status responden terbanyak (44,4%) responden berstatus kontrak sebanyak 32 orang, (30,6%) responden berstatus tetap sebanyak 22 orang, (16,7%) dan lain-lain sebanyak 12 orang, dan (8,30%) responden berstatus outsourcing sebanyak 6 orang. Hal ini menunjukkan bahwa status karyawan PT Jasa Marga Cabang Jagorawi paling banyak berstatus kontrak.

TABEL 1. DATA DEMOGRAFI RESPONDEN PENELITIAN

Variabel	Indikator	Frekuensi (%)	N=72
Jenis Kelamin	Laki-laki	52,8	38
	Perempuan	47,2	34
Usia	20-30	62,5	45
	31-40	31,9	23
	41-50	1,4	1
	>50	4,2	3
Pendidikan	SMA	54,2	39
	D3	18,1	13
	S1	27,8	20
Status	Tetap	30,6	22
	Kontrak	44,4	32
	Outsourcing	8,3	6
	Dan lain-lain	16,7	12

Berdasarkan tabel 2 Uji Validitas dan Reliabilitas menunjukkan Budaya Organisasi

sebesar 0,697 (signifikan = 0,000), sedangkan Motivasi karyawan sebesar 0,886 (signifikan =

0,000) semua variabel dikatakan valid karena nilai >0,05.

TABEL 2. UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Variabel	KMO (Validitas)	α (Cronbach Alpha)	Sig	Keterangan
Budaya Organisasi	0,697	0,754	0,000	Valid
Motivasi Karyawan	0,886	0,918	0,000	Valid

Dari tabel 3 Hasil uji regresi linear yang terbukti pada penelitian menyatakan bahwa Budaya Organisasi memiliki dampak signifikan terhadap Motivasi Karyawan PT. Jasa Marga cabang Jagorawi. Hasilnya secara perhitungan uji regresi pengaruh budaya organisasi pada motivasi karyawan secara hubungan kuat terbukti

signifikan dan memiliki nilai $R = 0,858$ ini diatas 0,05 yang terbukti memiliki hubungan kuat serta untuk melihat pengaruh Budaya organisasi memiliki pengaruh yang sama kuat nya karena R Square = 0,736 dengan nilai 0,000 untuk signifikan

TABEL 3. HASIL UJI REGRESI LINEAR

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.732	3.32226

a. Predictors: (Constant), Budaya Organisasi

Berdasarkan tabel 4 koefisien, uji t dapat dilihat bahwa variabel budaya organisasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap motivasi karyawan. Hal ini karena nilai signifikan $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak t_{tabel} Oleh karena uji t yang dilakukan adalah uji 2 arah maka yang dibaca adalah t ($\frac{1}{2}$ 0,05) atau t 0,025. $t_{tabel} = 1,660$ $t_{hitung} (X) = 13.968$. Variabel Budaya organisasi (X) Oleh karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya Budaya organisasi

berpengaruh secara nyata (signifikan) terhadap Motivasi Kerja Karyawan. Persamaan regresi $\hat{Y} = 13,968 + 0,292X$ Dimana $\hat{Y}$ = Motivasi Kerja Karyawan X = Budaya organisasi.

Maka dapat disimpulkan uji t menunjukan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,660 > 13,968$) sehingga H_0 ditolak, berarti terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi karyawan terhadap kegiatan Jago One di PT Jasa Marga Cabang Jagorawi.

TABEL 4. KOEFISIEN

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	-3.505	3.300		-1.062	.292
Budaya Organisasi	.781	.056	.858	13.968	.000

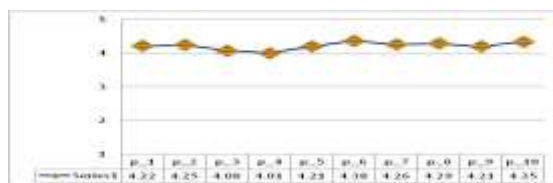
a. Dependent Variable: Motivasi Karyawan

Berdasarkan grafik pada bagan 2 terlihat bahwa nilai pembentukan grafik kontinum variabel X antara 3,43 sampai 4,51. Nilai tertinggi berada pada pernyataan 2 sebesar 4,51 yang berarti “saya senang dan terbuka ketika berkomunikasi dengan rekan kerja dalam kegiatan Jago One” adapun nilai terendah berada pada

pernyataan 5 sebesar 3,43 yang berarti “Saya mendapatkan imbalan secara pribadi dari kegiatan Jago One”. Dengan demikian karena grafik kontinum berada pada posisi positif maka dapat diartikan bahwa variabel X secara signifikan terbukti



Gambar 2. Mean Variabel X “Budaya Organisasi”



Gambar 3. Mean Variabel Y “Motivasi Karyawan”

Berdasarkan grafik variabel Y nilai pembentukan variabel Y berkisar 4,01 sampai 4,38. Nilai tertinggi berada pada pernyataan 6 sebesar 4,38 yang berarti “Kegiatan Jago One Mengajak Karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan bekerja sama” adapun nilai terendah

berada pada pernyataan 4 sebesar 4,01 bahwa “mendapat pujian dari atasan dalam melakukan kegiatan Jago One”. Dengan demikian karena grafik kontinum berada posisi positif maka dapat diartikan bahwa variabel Y secara signifikan terbukti.

IV. KESIMPULAN

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel (X) Budaya Organisasi terbukti memiliki pengaruh yang kuat pada variabel (Y) Motivasi karyawan. Sehingga penerapan kegiatan Jago One tersebut berdampak baik bagi karyawan karena dapat memotivasi karyawan dalam bekerja.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan tidak semua indikator pada penelitian ini terbukti, adapun Penelitian ini menunjukkan pernyataan di variabel (X) budaya organisasi bahwa mendapatkan imbalan secara pribadi dari kegiatan Jago One memiliki nilai terendah maka hal ini menjadi perhatian bagi PT. Jasa Marga cabang Jagorawi agar dapat lebih meningkatkan lagi motivasi karyawannya dengan memberikan imbalan secara pribadi, sedangkan pada variabel (Y) Motivasi Karyawan memiliki nilai rendah pada pernyataan mendapat pujian dari atasan ini hal yang juga harus diperhatikan oleh PT. Jasa Marga cabang Jagorawi karena ternyata suatu perhatian dari perusahaan pada karyawan merupakan hal yang sangat penting dalam memotivasi karyawan. Oleh karena itu, disarankan melalui penelitian ini kepada PT. Jasa Marga cabang Jagorawi untuk kesejahteraan karyawan serta peran Public Relations harus melakukan evaluasi dari hasil efek budaya organisasi yang telah diterapkan, guna untuk selalu menjaga dan meningkatkan motivasi kerja karyawan yang harus selalu dijaga secara continue.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] hakiki, ahmad. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Motivasi Kerja Pegawai pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cilegon. 2.
- [2] Ikhsan, A., Ikhsan, A., Mercu, U., & Jakarta, B. (2016). Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Non Dosen. 2, 17–35.
- [3] Kriyantono, R. (2016). Public Relations Writting (Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat). KENCANA.
- [4] Malayu, hasibuan. (2007). Organisasi dan motivasi. Bumi Aksara.
- [5] Ngilimun. (2007). Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. PUSTAKABARUPRESS.
- [6] Romli, K. (2014). Komunikasi Organisasi. PT. Grasindo.
- [7] Ruslan, R. (2003). Public Relations dan Komunikasi. PT. Raja Grafindo PersadaJakarta.
- [8] Scott, M. Cutlip, Allen H. Center, G. M. B. (2011). Effective Public Relations. KENCANA.
- [9] Sihabudin, A. (2011). Komunikasi Antar Budaya. PT. Bumi Aksara.
- [10] Sugiono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Alfabeta Bandung.
- [11] Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Alfabeta Bandung.
- [12] Sunarta, S. (2007). Menjaga Motivasi Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi. Jurnal Manajemen Pendidikan UNY, 01, 113036.

- [13] Tubbs, S. L., & Moss, Sylvia, D. M. (2008). Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar Buku 1 &2 / Stewart L. Tubbs. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- [14] Ubaidillah, A. (2016). Konsep dasar komunikasi untuk kehidupan. Al-Ibtida', 4(2), 30–54.
- [15] Wibowo. (2011). Manajemen Kerja. Rajawali Pers.
- [16] Wibowo. (2016). Budaya Organisasi. PT. Raja Grafindo Persada.