

ABSTRAK

Pada saat ini, dalam menjalankan sebuah bisnis komunikasi menjadi modal yang sangat penting. Komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan serta antar pegawai sangat dibutuhkan. Setiap perusahaan maupun organisasi baik swasta maupun pemerintah memiliki pola komunikasi yang berbeda. Pola komunikasi ini berkaitan erat dengan bagaimana setiap organisasi berinteraksi baik secara horisontal maupun vertikal, baik secara internal maupun eksternal. Tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh komunikasi organisasi terhadap motivasi, serta bagaimana komunikasi dan motivasi karyawan yang terjadi di dalam Divisi Marketing PT. Pesona Gerbang Karawang.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode kausal. Sampel pada penelitian ini menggunakan sampel jenuh yaitu karyawan divisi marketing yang berjumlah 31 orang. Variabel yang digunakan yaitu Komunikasi Organisasi dan Motivasi. Data dianalisis dengan menggunakan teknik regresi sederhana.

Hasil penelitian Komunikasi Organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Motivasi dengan besarnya pengaruh adalah 24,5%, sedangkan sisanya sebesar 75,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Komunikasi Karyawan Divisi Marketing PT. Pesona Gerbang Karawang adalah sebesar 87% yang menunjukkan sangat baik. Persentase motivasi karyawan Divisi Marketing adalah sebesar 89% yang termasuk dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci : Komunikasi organisasi, Motivasi.