

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERNAL TERHADAP KEPUASAN KERJA MITRA DRIVER
GOJEK DI KOTA BANDUNG RAYA**

**THE EFFECT OF INTERNAL COMMUNICATION ON JOB SATISFACTION OF DRIVER
PARTNER OF GOJEK IN BANDUNG RAYA CITY**

Destrian Ardi Parama¹, Ira Dwi Mayangsari²

¹Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹destrianp@gmail.com, ²iradwi0603@yahoo.com.sg

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari komunikasi Internal yang diberikan oleh PT.Gojek Indonesia terhadap kepuasan kerja di kalangan driver Gojek di area Kota Bandung Raya, dengan jumlah responden 100 orang. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel komunikasi Internal sebagai variabel *independent* (Bebas) dengan menggunakan tiga indikator penelitian yaitu, Komunikasi atas ke bawah (*downward*), Komunikasi bawah ke atas (*upward*) dan komunikasi Horizontal. Variabel kepuasan kerja sebagai variabel *dependent* (terikat) dengan menggunakan lima indikator penelitian yaitu, Pekerjaan itu sendiri, Gaji, Promosi, Supervisi dan Rekan kerja. Persamaan regresi pada penelitian ini adalah $Y = 31.511 + 0,446 X$. Berdasarkan hasil analisis korelasi sederhana didapatkan korelasi yakni 0,462 yang dapat diartikan adanya hubungan cukup kuat atau sedang dengan hubungan yang positif karena nilai R positif. Sedangkan berdasarkan hasil indeks determinasi, presentase pengaruh komunikasi internal terhadap kepuasan kerja sebesar 21,4% yang dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal (X) mempengaruhi 21.4% terhadap kepuasan kerja (Y) dan sisanya sebanyak 78.6% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Komunikasi, Komunikasi Internal, Organisasi, Kepuasan Kerja, Gojek

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of internal communication given by PT.Gojek Indonesia to job satisfaction among drivers Gojek in Bandung Raya area, with the number of respondents 100 people. This study uses two variables, namely internal communication variables as independent variables (Free) using three indicators of research that is downward communication, upward communication and horizontal communication. Job satisfaction variable as dependent variable (tied) by using five indicator of research that is, Work itself, Salary, Promotion, Supervisi and Coworker. Regression equation in this research is $Y = 31.511 + 0.446 X$. Based on the results of simple correlation analysis obtained a correlation of 0.462 which can be interpreted a strong enough or moderate relationship with a positive relationship because the value of R positive. While based on the results of the determination index, the percentage of influence of participatory communication on job satisfaction of 21.4% which means that internal communication (X) affect 21.6% on job satisfaction (Y) and the rest of 78.6% influenced by other factors.

Keyword : Communication, Internal Communication, Organization , Job Satisfaction, Gojek

1. Pendahuluan

Menurut Everett dalam (Deddy 2005:62) Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Dalam definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang terdiri dari *sender* dan *receiver* yang bertujuan untuk mengubah tingkah laku atau sikap. Dalam hal berkomunikasi seringkali menjadikan kegiatan komunikasi pelaku mempunyai peran dalam berkomunikasi diantaranya *sender* pengirim pesan dan *receiver* penerima pesan. Hal ini sering disebut komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi. Komunikasi akan berjalan efektif jika masing-masing orang yang terlibat komunikasi mengetahui informasi secara lengkap Sopiah (2008:147).

Tujuan utama dalam mempelajari komunikasi adalah memperbaiki organisasi. Biasanya diartikan sebagai hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen. Dengan kata lain, orang mempelajari komunikasi organisasi untuk menjadikan organisasi yang lebih baik. Komunikasi dalam organisasi selalu merupakan komunikasi timbal balik, demi kepentingan semua pihak.

Menurut Romli (2011 : 6-7) arus komunikasi organisasi dapat dibagi menjadi dua konteks, yaitu *internal communication* dan *external communication*. *Internal communication* merupakan proses penyampaian pesan antara anggota-anggota dalam organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dan lain sebagainya.

Dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dalam bidang bisnis jasa saat ini yang sedang berkembang adalah bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut ojek. PT.Gojek Indonesia hadir sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi ojek *online* yang sedang berkembang saat ini oleh salah satu anak bangsa untuk memecahkan permasalahan yang banyak terdapat pada kota-kota di Indonesia dan juga sebagai alternatif pilihan transportasi masyarakat yang mudah, nyaman dan aman sebagai solusi kemacetan di hiruk pikuk perkotaan. Gojek merupakan salah satu perusahaan social yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. Gojek mulanya menawarkan pekerjaan kepada masyarakat khususnya tukang ojek konvensional yang ada di kota-kota besar, dengan menjadi Gojek. Keunggulan Gojek terdapat pada kecepatan, inovasi dan interaksi sosial. Kemudahan-kemudahan yang telah ditawarkan oleh Gojek membuat masyarakat beralih menggunakan layanan Gojek karena konsumen langsung mengetahui tarif yang harus dibayar melalui aplikasi yang dihitung dari jarak tempuh dan relatif mudah dipesan.

PT. Gojek Indonesia atau lebih dikenal dengan Gojek berdiri mulai tahun 2011. Namun karena respon pasar minim maka di non aktifkan oleh Nadiem Makarim. Gojek sejak tahun 2015 sudah memiliki lebih dari 900.000 driver di seluruh Indonesia. Gojek memiliki logo yang sangat mudah untuk dikenali dan diingat oleh masyarakat. Digambarkan dengan gambar ojek berwarna hijau dan tulisan tegas berwarna hitam.

Selain layanan utama Go-Ride Gojek juga mempunyai layanan lain seperti *Go-Car*, *Go-Food*, *Go-Send*, *Go-Mart*, *Go-Box*, *Go-Massage*, *Go-Clean*, *Go-Glam*, *Go-Tix*, *Go-Busway*, *Go-Med*, *Go-Auto*, *Go-Pulsa*. Total terdapat 14 layanan yang ditawarkan oleh Gojek kepada para konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti melihat ada suatu permasalahan yang timbul dari pihak manajemen yang di utarakan oleh para driver Gojek yang berimbas pada kepuasan kerja para driver. Demo para driver Gojek kepada manajemen Gojek terhadap penghapusan sistem performa yang harus dicapai driver di atas 50%. Jika driver tidak mencapai target tersebut, bonus tidak akan diberikan perusahaan. Sistem tersebut dinilai memberatkan dan tidak transparan. Unjuk rasa lainnya yang terjadi adalah protes para driver mengenai tarif baru

yang diterapkan oleh Gojek karena menyebabkan pendapatan mereka menurun. Demo maupun unjuk rasa tersebut merupakan imbas dari dampak tidak terjalannya komunikasi yang baik antara driver dengan manajemen

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh komunikasi internal terhadap kepuasan kerja driver Gojek. Maka dari itu, penulis mengangkat judul penelitian mengenai pengaruh komunikasi internal terhadap kepuasan kerja driver Gojek di kota Bandung Raya

2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah penyampaian pesan antara anggota-anggota dalam organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dan lain sebagainya (Pace dan Faules 2001:184). Komunikasi internal dalam suatu organisasi dapat terjalin melalui saluran *face to face* percakapan biasa, rapat, panggilan telepon, email, memorandum dan sebagainya. Singkatnya komunikasi internal adalah proses penyampaian pesan untuk berbagi informasi dalam organisasi melalui alat dan saluran yang sesuai. Komunikasi internal dalam suatu organisasi adalah komunikasi yang terjadi yang hanya melibatkan pihak atasan, bawahan dan antar unit kerja tanpa melibatkan pihak luar.

Komunikasi yang terjadi antar karyawan dalam organisasi dapat dibedakan menjadi dua pola antara lain (Pace &Faules, 2001:184-195)

Komunikasi Formal

Komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas dan pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Pola transformasi informasinya dapat terbentuk menjadi komunikasi dari atas ke bawah (*downward*), komunikasi dari bawah ke atas (*upward*), komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal

Komunikasi ke bawah adalah penyampaian informasi dari atasan ke bawahan sesuai dengan structural organisasi. Penggunaan komunikasi ini digunakan untuk pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum, komunikasi dari atas ke bawah dapat berbentuk lisan (*oral communication*) ataupun tertulis (*written communication*). Muhammad (2009:109) mengklasifikasikan lima tipe komunikasi ke bawah yaitu:

- a. Intruksi tugas, yaitu pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya. Pesan tersebut dapat berupa perintah langsung, deskripsi tugas, prosedur, program latihan atau alat alat bantu.
- b. Rasional pekerjaan, yaitu pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas yang lain dalam objektif organisasi
- c. Ideologi, atasan berusaha mencari sokongan dan antusias dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas, moral dan motivasi.
- d. Informasi, yaitu informasi dari atasan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktik organisasi, peraturan-peraturan organisasi, keuntungan, kebiasaan, dan data yang lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional
- e. Balikan, yaitu pesan yang berisi informasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaannya. Apabila hasil pekerjaan kurang baik maka balikannya mungkin berupa kritikan atau peringatan. Namun apabila hasil pekerjaan baik maka balikannya mungkin pujian atau reward

Komunikasi dari bawah ke atas (*upward*)

Komunikasi ke atas adalah penyampaian informasi dari bawahan ke atasan. Pesan yang ingin disampaikan mula-mula berasal dari karyawan yang selanjutnya disampaikan ke jalur yang lebih tinggi. Keterlibatan bawahan dalam proses pengambilan keputusan merupakan salah satu cara yang positif dalam upaya membantu pencapaian tujuan organisasi. Menurut Muhammad (2007:120-121) komunikasi ke atas yang efektif adalah sebagai berikut:

- a. Harus direncanakan
- b. Berlangsung terus menerus
- c. Menggunakan saluran yang rutin
- d. Penerimaan ide-ide dari level yang lebih rendah
- e. Memerlukan pendengar yang efektif
- f. Pengambilan tindakan berespons terhadap masalah
- g. Menggunakan bermacam-macam media dan metode

Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang melibatkan antar individu atau kelompok pada level yang sama. Tujuan komunikasi horizontal adalah untuk mengkoordinasikan penugasan kerja, berbagi informasi dan memecahkan masalah yang timbul di antara level yang sama dan untuk memperoleh pemahaman bersama. Ig wursanto (2002:61) mengemukakan komunikasi horizontal beberapa tujuan tertentu diantaranya adalah

- a. Mengkoordinasikan tugas-tugas
- b. Saling berbagi informasi untuk perencanaan-perencanaan dan aktivitas-aktivitas
- c. Memecahkan masalah yang timbul di antara orang-orang yang berada dalam tingkat yang sama
- d. Menyelesaikan konflik
- e. Menjamin pemahaman yang sama
- f. Mengembangkan sokongan interpersonal

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dimana para karyawan memandang pekerjaan mereka (Handoko 2007:193). Dikatakan lebih lanjut bahwa kepuasan kerja merupakan hasil dari prestasi seseorang terhadap seberapa baik pekerjaannya menyediakan sesuatu yang berguna baginya. Menurut Hasibuan (2011:202) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Dicerminikan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja.

Teori kepuasan kerja mencoba mengungkapkan apa yang membuat sebagian orang lebih puas terhadap pekerjaannya daripada beberapa lainnya. Teori ini juga mencari landasan tentang proses perasaan orang terhadap kepuasan kerja. Di antara teori kepuasan kerja adalah *Two-factor theory* dan *Value theory*.

1. Two factor Theory

Teori dua faktor merupakan teori kepuasan kerja yang menganjurkan bahwa *satisfaction* (kepuasan) dan *dissatisfaction* (ketidakepuasan) merupakan bagian dari kelompok variabel yang berbeda, yaitu *motivators* dan *hygiene factors*.

Pada teori ini, ketidakpuasan dihubungkan dengan kondisi sekitar pekerjaan (seperti kondisi kerja, pengupahan, keamanan, kualitas pengawasan, dan hubungan dengan orang lain) dan bukannya dengan pekerjaan itu sendiri. Karena faktor ini mencegah reaksi negative, dinamakan sebagai *hygiene* atau *maintenance factors*.

Sebaliknya, kepuasan ditarik dari faktor yang terkait dengan pekerjaan itu sendiri atau hasil langsung daripadanya, seperti sifat pekerjaan, prestasi dalam pekerjaan, peluang promosi dan kesempatan untuk pengembangan diri dan pengakuan. Karena faktor ini berkaitan dengan tingkat kepuasan kerja tinggi, dinamakan *motivators*

2. Value theory

Menurut konsep teori ini kepuasan kerja terjadi pada tingkatan dimana hasil kerja diterima individu seperti diharapkan. Semakin banyak orang menerima hasil, akan semakin puas. Semakin sedikit mereka menerima hasil, akan kurang puas. Teori ini memfokuskan pada hasil mana pun yang menilai orang tanpa memperhatikan siapa mereka. Kunci menuju kepuasan dalam pendekatan ini adalah perbedaan antara aspek pekerjaan yang dimiliki dan diinginkan seseorang, semakin besar perbedaan, semakin rendah kepuasan orang.

Dengan menekankan pada nilai-nilai, teori ini menganjurkan bahwa kepuasan kerja dapat diperoleh dari banyak faktor. Oleh karena itu, cara yang efektif untuk memuaskan pekerja adalah dengan menemukan apa yang mereka inginkan dan apabila mungkin memberikannya.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian Sumardi Suryabrata (2012:76). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan Arikunto (2009:234). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh komunikasi internal terhadap kepuasan kerja driver Gojek di kota Bandung Rayamenggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Lokasi penelitian adalah area kota Bandung Raya. Penentuan lokasi ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa kota Bandung merupakan kota besar termacet ke -2 di Indonesia yang memiliki banyak driver Gojek. Pemilihan sampel penelitian yang merupakan driver Gojek di lokasi penelitian secara "*simple random sampling*" pemilihan driver Gojek dilakukan secara acak dengan mengambil 100 driver Gojek di lokasi penelitian. Distribusi variabel penelitian di analisis menggunakan statistik deskriptif. Hubungan antar variabel di analisis dengan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan program SPSS 22 for Windows.

3. Hasil dan Pembahasan

Pembahasan Komunikasi Internal (X)

Pembahasan Subvariabel Komunikasi atas ke bawah (*downward*)

Variabel X (komunikasi internal) terdiri dari tiga *subvariabel* yaitu komunikasi atas ke bawah, komunikasi bawah ke atas, dan komunikasi horizontal.. pada umumnya tiap responden merasa setuju bahwa komunikasi atas ke bawah (*downward*) telah berjalan dengan sangat baik di perusahaan tersebut. Menurut Lewis (dalam Arni,2001:85) komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk mengubah sikap,

membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.

Pembahasan Subvariabel Komunikasi bawah ke atas (*upward*)

Bahwa komunikasi bawah ke atas (*upward*) telah berjalan dengan sangat baik di perusahaan tersebut. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas adalah keadaan dimana personel di semua tingkat harus mampu mendengarkan saran ataupun laporan-laporan masalah yang dikemukakan personel di tingkat bawahan dalam organisasi dengan pikiran terbuka, dan dianggap cukup penting jika tidak ada informasi yang berlawanan (Pace dan Faules,2006:160). Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar responden merasa komunikasi ke atas yang dilakukan oleh pihak Gojek sudah cukup baik. Artinya pihak manajemen mendengarkan berbagai saran, informasi ataupun laporan-laporan yang di kemukakan oleh driver Gojek di kota Bandung Raya.

Saluran dari dari bawah ke atas, bergerak dari pekerja level bawah ke personil tingkat atas. Emmy & Yayon (dalam Lestari & Kasmirudin 2017) mengungkapkan bahwa komunikasi ke atas digunakan untuk mengecek apakah pesan-pesan yang disampaikan pihak atasan tersebut diterima, dimengerti dan dilaksanakan. Peran pemimpin dengan bawahan dalam komunikasi ini sama pentingnya. Karena adanya komunikasi dua arah dapat menimbulkan suasana keterbukaan antara pimpinan dengan bawahan.

Pembahasan Subvariabel Komunikasi horizontal

Mifta Thoha (dalam Lestari & Kasmirudin 2017) berpendapat bahwa komunikasi horizontal yakni pengiriman dan berbagai berita atau informasi yang dilakukan antara berbagai pejabat yang mempunyai kedudukan yang sama. Bentuk komunikasi ini bersifat koordinatif sehingga komunikasi ini dirancang untuk mempermudah koordinasi dan penanganan masalah. Komunikasi ini juga untuk menghindarkan prosedur pemecahan masalah yang lambat. Pada dasarnya sasaran komunikasi horizontal bersifat tukar menukar informasi yang sangat penting artinya dalam pemecahan masalah yang di hadapi.

Komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal berbeda dengan komunikasi vertical yang sifatnya lebih formal. Pada komunikasi horizontal ini mereka berkomunikasi satu sama lain bukan pada waktu mereka sedang bekerja, melainkan pada saat istirahat dan waktu luang.

Pembahasan Kepuasan Kerja (Y)

Pembahasan Subvariabel Pekerjaan Itu Sendiri

Kepuasan pekerjaan itu sendiri merupakan sumber utama kepuasan, dimana pekerjaan tersebut memberikan tugas yang menarik, kesempatan untuk belajar, kesempatan untuk menerima tanggung jawab dan kemajuan untuk pegawai. Selain itu, perkembangan karir merupakan hal yang penting untuk pegawai muda dan tu Luthans(2011:141). Berdasarkan hasil penelitian dari *sub*variabel pekerjaan itu sendiri, dapat disimpulkan bahwa pekerjaan itu sendiri dinilai para driver Gojek di kota Bandung Raya sangat baik . Hal ini dapat dilihat dari *item* nomor 18-20 yang memiliki nilai presentase diatas 81.25% yang artinya termasuk dalam kategori sangat baik.

Pembahasan Subvariabel Gaji

Gaji sebagai faktor dalam kepuasan kerja. Merupakan sejumlah upah/uang yang diterima dan tingkat dimana hal ini dipandang sebagai hal yang pantas. Uang tidak hanya membantu otang dalam memperoleh dan memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga alat untuk memberikan kepuasan pada tingkat yang lebih tinggi.

Pegawai melihat gaji sebagai refleksi dari bagaimana manajemen memandang kontribusi mereka terhadap perusahaan Luthans (2011:141). Sementara itu Vecchio (1995:135) dalam Wibowo kepuasan akan diperoleh melalui penilaian pekerja terhadap *reward* yang diterima apabila pekerja merasa bahwa pemberian penghargaan tersebut adil, akan membuat kepuasan kerja meningkat, namun apabila terjadi sebaliknya maka akan menyebabkan ketidakpuasan kerja. Berarti, pihak manajemen Gojek memberikan perhatian *reward* berupa bonus kepada drivernya dalam menjalankan sistem kerjanya. Berdasarkan hasil penelitian dari *subvariabel* gaji, dapat disimpulkan bahwa Gaji dinilai para driver Gojek di kota Bandung Raya kepuasan yang sangat baik.

Pembahasan Subvariabel Promosi

Kesempatan promosi adalah kesempatan untuk maju dalam organisasi, memiliki pengaruh yang berbeda dalam kepuasan kerja. Hal ini dikarenakan promosi memiliki sejumlah bentuk yang berbeda dan memiliki penghargaan, seperti promosi atas senioritas atau kinerja dan promosi kenaikan gaji. Lingkungan kerja yang positif dan kesempatan untuk berkembang secara intelektual dan memperluas keahlian dasar menjadi lebih penting daripada kesempatan promosi Luthans (2011:141). Berdasarkan hasil penelitian dari *subvariabel* promosi, dapat disimpulkan bahwa kesempatan promosi dinilai para driver Gojek di kota Bandung Raya sangat baik.

Pembahasan Subvariabel Supervisi

Supervisi atau pengawasan merupakan kemampuan penyedia untuk memberikan bantuan teknis dan dukungan perilaku. Ada 2 (dua) dimensi gaya pengawasan yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja. Pertama adalah berpusat kepada karyawan, diukur menurut tingkat dimana penyedia menggunakan ketertarikan personal dan peduli pada karyawan, seperti memberikan nasehat dan bantuan kepada pegawai, komunikasi yang baik dan meneliti seberapa baik kinerja karyawan. Kedua adalah iklim partisipasi atau pengaruh dalam pengambilan keputusan yang dapat mempengaruhi pekerjaan pegawai. Secara umum, kedua dimensi tersebut sangat berpengaruh pada kepuasan kerja karyawan Luthans (2011:141). Berdasarkan hasil penelitian dari *subvariabel* supervisi, dapat disimpulkan bahwa supervisi dinilai para driver Gojek di kota Bandung Raya sangat baik.

Pembahasan Subvariabel Rekan Kerja

Rekan kerja pada umumnya, rekan kerja yang kooperatif merupakan sumber kepuasan paling sederhana pada karyawan secara individu. Kelompok kerja, terutama tim yang kuat bertindak sebagai sumber dukungan, kenyamanan, nasehat dan bantuan kepada anggota individu. Karena kelompok kerja memerlukan ke salingketergantungan antar anggota dalam menyelesaikan pekerjaan. Kondisi seperti itulah efektif membuat pekerjaan menjadi lebih menyenangkan, sehingga membawa efek positif yang tinggi pada kepuasan kerja Luthans (2011:141). Berdasarkan hasil penelitian dari *subvariabel* rekan kerja, dapat disimpulkan bahwa rekan kerja dinilai para driver Gojek di kota Bandung Raya sangat baik.

Pengaruh komunikasi Internal terhadap Kepuasan Kerja

Berdasarkan jawaban responden pada setiap pernyataan indikator, komunikasi internal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Pendapat ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Diedir Neonisa (2011) dan Nurani (2014) yang menunjukkan bahwa variabel komunikasi internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa komunikasi atas ke bawah (*downward*), komunikasi bawah ke atas (*upward*) dan komunikasi horizontal dapat mempengaruhi kepuasan kerja driver Gojek di Kota Bandung Raya. Dikarenakan menurut hasil perhitungan yang diperoleh thitung sebesar 5.160 lebih besar dari ttabel yaitu 1.987 dan dengan signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0.05. Dengan koefisien determinasi sebesar 21,4% mempengaruhi kepuasan kerja (Y) dan 78,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti yang diutarakan oleh As'ad (2004:115) antara lain faktor psikologis (minat, ketentraman kerja, perasaan kerja), faktor fisik (jenis pekerjaan, pengaturan waktu kerja, kesehatan pegawai, perlengkapan kerja), faktor finansial (sistem penggajian, jaminan sosial, fasilitas dan lain-lain), faktor sosial (pandangan masyarakat, kesempatan berkreasi, hubungan dengan masyarakat).

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi internal yang dilakukan oleh perusahaan Gojek di kota Bandung Raya sudah cukup baik. Hal ini diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan mengenai variabel X sebesar 82.79%.
2. Kepuasan kerja para driver Gojek di kota Bandung Raya sudah cukup baik hal ini diketahui melalui respon yang di isi oleh para responden yang merupakan populasi driver gojek di kota Bandung Raya yang memperoleh hasil 83.23%
3. Terdapat pengaruh antara komunikasi internal (X) terhadap kepuasan kerja (Y) driver Gojek di kota Bandung Raya. Hal ini dapat dibuktikan melalui uji T, dimana nilai $t_{hitung} 5,160 > t_{tabel} 1,987$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Komunikasi internal (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y)

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta : Rineka Cipta
- As'ad, Mohamad. (2004). *Psikologi Industri*. Liberty: Yogyakarta.
- Deddy Mulyana. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Didier, Neonisa. (2011). *Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kepuasan Kerja Dalam Sebuah Organisasi: Studi Kasus PT XYZ*. Humaniora Vol.2 No.1 April 2011. Binus University.
- Don F. Faules & R.Wayne Pace (2001). *Komunikasi Organisasi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Ivansevich et all.(2005). *Perilaku dan Manajemen Organisasi Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta :PT. Gelora Aksara Pratama
- Lestari, Gita., Kasmirudin. (2017). *Pengaruh Komunikasi Internal dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Industri Media PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru*. JOM FISIP Vol. 4 No.2 Oktober 2017
- Luthans, Fred. (2011). *Organizational Behavior (Twelfth Edition)*, New York: McGraw-Hill.
- Muhammad, Arni, (2007), *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Noni, Nurani. (2014). *Pengaruh komunikasi Internal dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan KERJA Karyawan Bagian Pulp Machine Pada PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang Riau*. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Romli, Khomsahrial. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta: PT Grasindo.
- Sopiah. (2008). *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: Andi
- Sumadi, Suryabrata. (2012). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja*, Jakarta: Murai Kencana.
- Widjaja, H.A.W. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara