

**PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI INTERNAL
PERUSAHAAN TERHADAP PEMAHAMAN INSTRUKSI
KERJA DI SUMATERA KONVEKSI**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

**PRIA ANGGA SUKMA
198530100**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/6/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/6/24

**PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI INTERNAL
PERUSAHAAN TERHADAP PEMAHAMAN INSTRUKSI
KERJA DI SUMATERA KONVEKSI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Medan Area

OLEH :
PRIA ANGGA SUKMA
198530100

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2024

LEMBAR PENGESAHAN


Judul : PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI
INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP PEMAHAMAN
INSTRUKSI KERJA DI SUMATERA KONVEKSI


Nama : Pria Angga Sukma

NPM : 198530100

Fakultas : Ilmu Sosisal dan Politik


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Agnita Yolanda B.Comm, M.Sc, C.PSP
Pembimbing I


Ria Wuri Andary, M.I Kom
Pembimbing II

Mengetahui


Dr. Walid Musthafa S. S.Sos. M.IP
DEKAN


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos. MAP
Ka. Prodi

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS/ UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Pria Angga Sukma
NPM : 198530100
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul : Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Konveksi, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada tanggal :

Yang menyatakan



Pria Angga Sukma

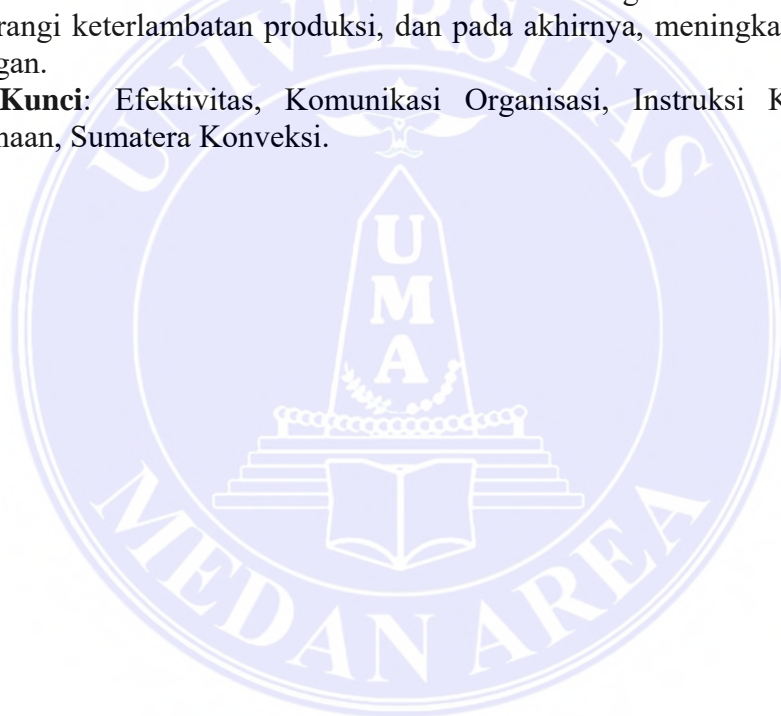
198530100

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi agar dapat mengetahui pengaruh penting efektivitas komunikasi organisasi internal dalam memengaruhi pemahaman instruksi kerja karyawan di Sumatera Konveksi, sebuah perusahaan konveksi pakaian. Data diperoleh dari 37 responden melalui penggunaan kuesioner, dan analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur hubungan antara efektivitas komunikasi organisasi dan pemahaman instruksi kerja. Penelitian yang dilakukan menggunakan Metode penelitian Kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman instruksi kerja. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian statistik dan pembahasan yang dilakukan mengenai Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Konveksi. Hasil ini dapat membantu Sumatera Konveksi dalam meningkatkan kualitas produk, mengurangi keterlambatan produksi, dan pada akhirnya, meningkatkan kepuasan pelanggan.

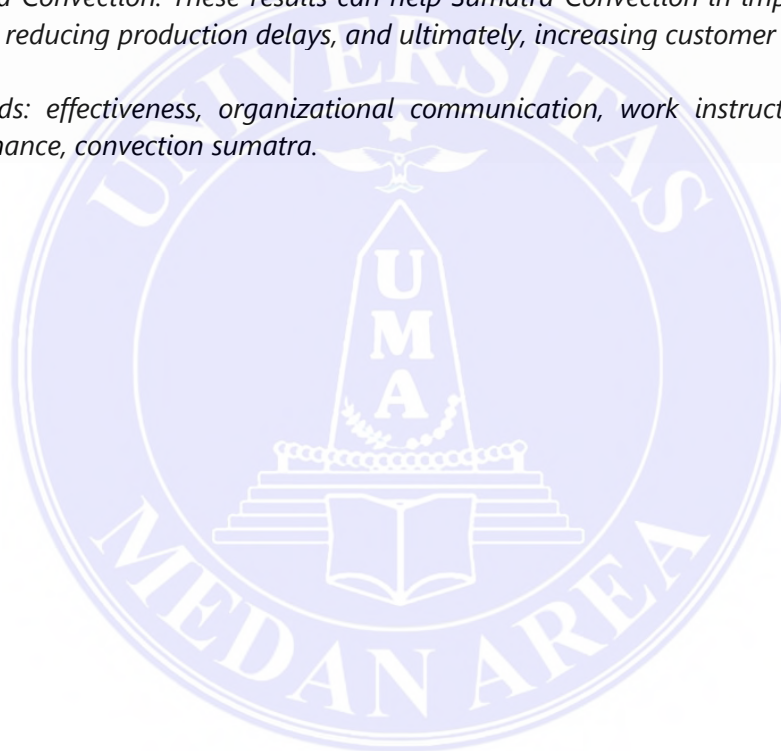
Kata Kunci: Efektivitas, Komunikasi Organisasi, Instruksi Kerja, Kinerja Perusahaan, Sumatera Konveksi.



ABSTRACT

This study explores in order to determine the important influence of the effectiveness of internal organizational communication in influencing the understanding of employee work instructions in Sumatra Convection, a clothing convection company. Data were obtained from 37 respondents through the use of questionnaires, and simple linear regression analysis was used to measure the relationship between the effectiveness of organizational communication and the understanding of work instructions. Research conducted using Quantitative research methods. The results showed that the effectiveness of organizational communication has a positive and significant influence on the understanding of work instructions. Based on data obtained from the results of statistical testing and discussions conducted on the Effect of the Effectiveness of Internal Company Organizational Communication on the Understanding of Work Instructions in Sumatra Convection. These results can help Sumatra Convection in improving product quality, reducing production delays, and ultimately, increasing customer satisfaction.

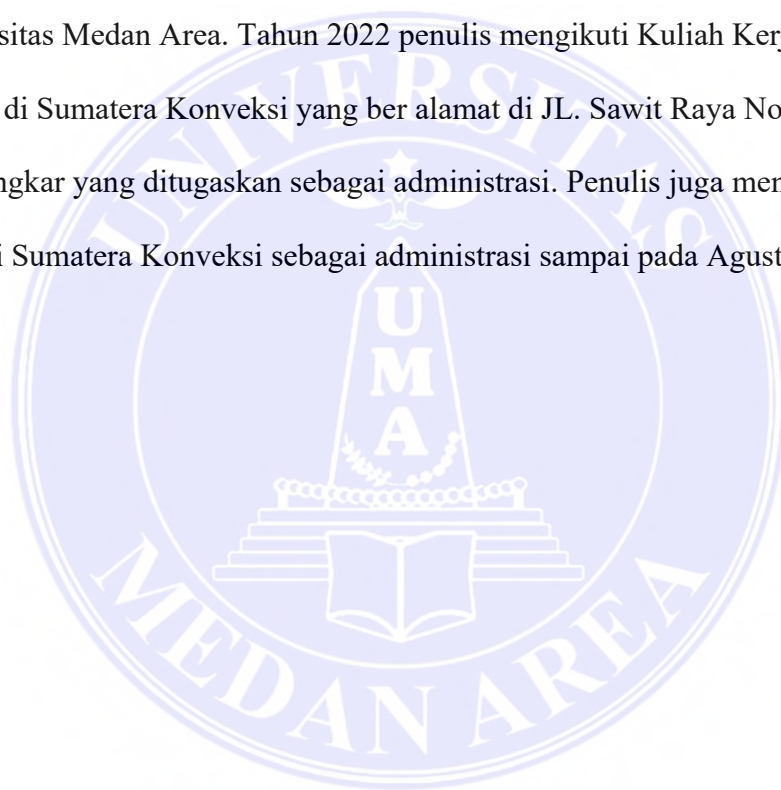
Keywords: effectiveness, organizational communication, work instructions, company performance, convection sumatra.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Pria Angga Sukma lahir di Kisaran pada tanggal 19 februari 2002. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari orang tua yaitu Ayah bernama Miswanto dan Ibu Windari Agustia.

Tahun 2019 penulis lulus dari SMK Telkom Medan, dan pada tahun yang sama penulis mendaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Medan Area. Tahun 2022 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Sumatera Konveksi yang ber alamat di JL. Sawit Raya No.3 Perumnas Simalingkar yang ditugaskan sebagai administrasi. Penulis juga menjadi pegawai tetap di Sumatera Konveksi sebagai administrasi sampai pada Agustus 2023.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH swt atas rahmat dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja Di Sumatera Konveksi”. Sehingga Penulisan skripsi ini dapat bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam rangka mendapatkan gelar Sarjana di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan berupa doa, saran, kritik, bimbingan, dan motivasi kepada penulis. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan M.Eng M.Sc selaku rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr Walid Musthafa S, S.Sos, M.I.P, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Selamat Riadi, M.I.Kom, selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Agnita Yolanda B.Comm, M.Sc, C.PSP selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah memberikan bimbingan dengan baik hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Ria WuriAndary, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Dua.
6. Bapak Rezki Aulia, M.I.Kom, selaku Sekretaris.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, terkhusus Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi.
8. Seluruh Pegawai dan Staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang telah membantu dalam penyelesaian kelengkapan administrasi.
9. Teristimewa orang tua tercinta, Ayahanda Miswanto dan Ibunda Windari Agustia yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan.
10. Bapak Abhram Ericsson Pahala Tambunan S.Agr, Ibu Novi Magda Sagala, selaku owner Sumatera Konveksi yang sudah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
11. Kepada Nabila Aulia, Aida Nazli Gultom S.Pd, Nurul Fadillah Nasution S.H yang telah membantu menuangkan pikiran dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran sehingga skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Medan, Januari 2023
Penulis

Pria Angga Sukma
198530100

DAFTAR ISI

ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	5
LANDASAN TEORI	5
2.1. Komunikasi Organisasi	5
2.2.1. Tujuan komunikasi organisasi	6
2.2.2. Fungsi komunikasi organisasi	7
2.2.3. Media komunikasi organisasi	9
2.2.4. Komponen Komunikasi Organisasi	10
2.2.5. Komunikasi Internal, Eksternal.....	12
2.2.6. Organisasi.....	12
2.2. Efektivitas Komunikasi	15
2.3. Pemahaman Instruksi Kerja.....	19
2.4. Perusahaan Manufaktur.....	20
2.4.1. Ciri-ciri Perusahaan Manufaktur	20
2.4.2. Ruang Lingkup dan Contoh Perusahaan Manufaktur	21
2.5. Penelitian Terdahulu	24
2.6. Kerangka Konseptual	29

BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1. Metode Penelitian.....	30
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3.2.1. Waktu Penelitian.....	30
3.2.2. Lokasi Penelitian	31
3.3. Populasi dan Sampel	31
3.3.1. Populasi.....	31
3.3.2. Sampel	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1. Kuesioner	33
3.5. Definisi Operasional.....	33
3.6. Skala Pengukuran Variabel	35
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7.1. Data Primer.....	36
3.7.2. Data Sekunder.....	37
3.8. Instrumen Penelitian.....	37
3.8.1. Uji Validitas	37
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	38
3.9. Teknik Analisa Data.....	39
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Temuan Penelitian.....	42
4.2. Hasil Penelitian	43
4.3. Penyajian Data Responden.....	43
4.4. Penyajian Data Angket Responden.....	45
4.4.1. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Efektivitas Komunikasi..	45
4.5. Uji Validitas dan Reabilitas.....	59
4.5.1. Uji Validitas	59
4.5.2. Uji Reabilitas	61
4.6. Teknik Analisa Data.....	62
4.6.1. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	62
4.7. Uji F (Simultan)	63
4.8. Koefisien Determinasi (R²).....	64

BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran.....	65
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Waktu Penelitian	30
Tabel 3.2. Populasi	32
Tabel 3.3. Definisi Operasional.....	34
Tabel 3.4. Skala Likert.....	34
Tabel 4.1. Penyajian Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Penyajian Data Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3. Penyajian Data Responden Berdasarkan Divisi	43
Tabel 4.4. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel X	43
Tabel 4.30. Uji Validitas.....	53
Tabel 4.31. Uji Reabilitas X	55
Tabel 4.32. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	56
Tabel 4.33. Uji Simultan (F)	57
Tabel 4.34. Koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4. Kerangka Konseptual27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	72
Lampiran 2 Uji Validitas	76
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	80
Lampiran 4 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	80
Lampiran 5 Tabel Distribusi	81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan yang beroperasi di bidang jasa ini, sudah tentu mengutamakan kinerja karyawan yang baik dalam melayani pelanggannya dan kualitas tinggi barang yang dihasilkan karena jika kinerja tersebut dapat memuaskan pelanggan maka pelanggan tidak segan untuk melakukan *repeat order* bahkan dapat merekomendasikannya pada banyak orang. Jika kinerja karyawan buruk dan kualitas barang yang dihasilkan rendah, bisa saja menciptakan citra yang negatif bagi perusahaan dan memiliki rating yang buruk. Diperlukan tindakan konkret sebagai bukti kepuasan pelanggan, yang melibatkan loyalitas dalam memesan produk dari perusahaan. Ini dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif antara pemilik perusahaan dan karyawan, sehingga dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Informasi yang telah diuraikan di atas memiliki kepentingan yang tinggi bagi perusahaan-perusahaan saat ini, terutama yang beroperasi dalam sektor layanan atau jasa. Dalam pembahasan kali ini peneliti akan melakukan penelitian salah satu perusahaan jasa yang bernama Sumatera Konveksi. Sumatera konveksi adalah perusahaan perseorangan. Sumatera konveksi dikelola oleh Abraham Ericsson Pahala Tambunan S.AGR, dirinya juga menjalankan tugas sebagai kepala eksekutif (CEO - Chief Executive Officer) di perusahaan konveksi Sumatera. Perusahaan tersebut fokus pada produksi pakaian.

Konveksi adalah perusahaan manufaktur pakaian massal. Lebih spesifiknya, konveksi merupakan industri nasional skala kecil yang memproduksi

pakaian jadi seperti kaos oblong, kaos polo, kemeja, jaket, celana panjang, dan rompi. Usaha konveksi merupakan suatu industri yang memproduksi pakaian dalam jumlah besar atau dalam jumlah besar sesuai dengan kebutuhan. Permintaan bisnis konveksi di Indonesia cukup tinggi karena permintaan pasar yang tinggi namun persaingan masih rendah.

Perusahaan Sumatera Konveksi dapat menghasilkan produk seperti: Kemeja, Celana, Kaos, kaos Polo, Almamater, Seragam Sekolah, yang dilengkapi dengan bordiran dan sablonan. Perusahaan beralamat di Jl. Sawit raya No. 3 Perumnas Simalingkar, Medan. Perusahaan Sumatera Konveksi, yang didirikan pada tahun 2019, memiliki rencana pengembangan usaha yang melibatkan penyusunan struktur organisasi, analisis pasar, dan strategi pemasaran produk jasa. Rencana ini meliputi pembuatan gambaran pasar, penentuan sasaran atau segmen pasar, karakteristik pembeli, tren perkembangan pasar, strategi pemasaran pengembangan produk, pengembangan wilayah pemasaran, kegiatan promosi, penetapan harga, analisis persaingan, termasuk keputusan saluran distribusi dan kegiatan promosi, analisis proses produksi.

Sumatera Konveksi memiliki instruksi kerja atau yang biasa disebut SOP (Standart Operating Procedur), dengan adanya instruksi kerja yang diberikan dan di tetapkan oleh perusahaan tentu saja perusahaan mengharapkan agar kinerja seluruh karyawan dapat maksimal. Perusahaan Sumatera Konveksi menetapkan beberapa instruksi kerja yang harus dijalankan oleh seluruh karyawan sebagai berikut. Absensi, berpenampilan rapi, menjalankan proses produksi sesuai dengan Surat Jalan yang telah di tetapkan oleh admin, dan memberikan laporan harian kepada *owner*.

Pada contoh kasus yang peneliti temukan pada Sumatera Konveksi yaitu terdapat nya masalah komunikasi internal antara *owner* dan para pekerja, yaitu permasalahan *deadline* yang tidak sesuai antara yang di berikan *owner* atau admin kepada para pelanggan dengan kemampuan para pekerja untuk pembuatan seragam tersebut. Sehingga pelanggan merasa kecewa karena keterlambatan penyelesaian seragam tersebut tidak sesuai dengan kesepakatan awal yang di tentukan.

Dengan contoh kasus tersebut maka peneliti berusaha mencari tahu secara lebih dalam pada perusahaan tersebut berkaitan dengan komunikasi internal yang dilakukan oleh para karyawan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi yang dapat membuat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut, karena menurut peneliti komunikasi internal yang pakai pada saat proses produksi itu sangat berpengaruh. Jika di dalam suatu perusahaan tidak memiliki komunikasi internal yang baik maka perusahaan tersebut tidak dapat berjalan dengan baik pula. Untuk di perusahaan Sumatera Konveksi ini sangat di perlukan nya komunikasi internal yang dapat berjalan dengan baik agar tidak ada kesalahan pada saat produksi yang mengakibatkan terjadi komplain pelanggan terhadap perusahaan.

1.2. Batasan Masalah

Batasan Masalah penelitian ini yaitu Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Konveksi yang berlokasi di Jl. Sawit Raya No.3 Perumnas Simalingkar.

1.3. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja?

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah tersebut, Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas karyawan terhadap pemahaman instruksi kerja

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Dari segi teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi landasan untuk mengevaluasi pengalaman pembelajaran yang diperoleh peneliti selama berada di lingkungan perkuliahan.
2. Dari segi praktis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi alat untuk menerima masukan dari berbagai pihak terkait dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Komunikasi Organisasi

Romli (2011) Komunikasi organisasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam kelompok formal dan informal di suatu organisasi. Komunikasi formal merujuk pada pertukaran pesan yang disetujui oleh organisasi, dengan fokus pada kepentingan organisasi seperti cara kerja, produktivitas, dan tugas-tugas di dalamnya. Di sisi lain, komunikasi informal adalah pertukaran pesan yang disetujui secara sosial, tidak terfokus pada organisasi, melainkan lebih terkait dengan anggota individu dalam kelompok tersebut.

Sebagaimana komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, demikian juga dalam konteks organisasi atau perusahaan, komunikasi menjadi faktor krusial yang memerlukan perhatian. Kualitas komunikasi di suatu perusahaan dapat menjadi penentu keberhasilan atau kegagalan perkembangan perusahaan tersebut.

Muhammad (2009) Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai suatu proses pembuatan dan pertukaran pesan di dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung, bertujuan untuk mengatasi ketidakpastian atau perubahan yang terus-menerus dalam lingkungan.

Goldhaber (1993:14-15) juga menyatakan bahwa definisi komunikasi organisasi dapat dicermati dari beberapa perspektif, seperti berikut:

1. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem kompleks yang terbuka, dipengaruhi oleh lingkungannya internal (disebut budaya) dan eksternal.

2. Komunikasi organisasi meliputi pesan, saluran komunikasi, tujuan, arah, dan media.
3. Komunikasi organisasi adalah tentang individu dan sikap, emosi, hubungan, dan keterampilan mereka.

Berdasarkan beberapa referensi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses yang timbul dan terjadi di dalam suatu organisasi, melibatkan penyampaian, penerimaan, dan pertukaran informasi serta pesan yang kompleks di lingkungan perusahaan atau organisasi tersebut.

2.2.1. Tujuan komunikasi organisasi

Tujuan komunikasi dalam suatu organisasi adalah untuk memperkuat saling pengertian (*mutual understanding*) dan mendorong keseimbangan antara kerangka referensi (*frame of references*) dan pengalaman (*field of experiences*)

Berikut ini adalah tiga tujuan utama dari komunikasi organisasi :

1. Membagi informasi

Tujuan komunikasi yang baik yaitu mengaitkan seluruh anggota organisasi dengan sasaran keseluruhan organisasi. Komunikasi memandu individu dan kegiatan di dalam suatu organisasi. Pertukaran informasi atau komunikasi berperan dalam membagikan dan menjelaskan informasi terkait tujuan organisasi, mengarahkan jalannya tugas, serta merinci upaya untuk menghaikkan proses pengambilan keputusan.

2. Menampilkan perasaan dan emosi

Liliweri (Bandung:Mandar Maju,2004) Pertukaran informasi berperan dalam pembagian dan penjelasan informasi terkait dengan tujuan organisasi, arah

tugas tertentu, dan strategi usaha untuk mencapai hasil melalui proses pengambilan keputusan.

3. Sebagai tindakan organisasi

Organisasi yang tidak melibatkan komunikasi dan koordinasi dapat dianggap sebagai entitas yang menonjolkan unsur individualitas dan kurang mencerminkan aspek kerjasama. Komunikasi dalam suatu organisasi ditujukan untuk mengatur sebagian atau seluruh tugas dan fungsi yang didistribusikan dalam organisasi tersebut, dengan melibatkan berbagai bagian yang berkontribusi pada pencapaian visi dan misi organisasi di bawah arahan manajer atau pemimpin bersama dengan bawahan mereka. Tanpa adanya komunikasi, organisasi hanyalah sekelompok individu yang bertanggung jawab atas tugas dan fungsi masing-masing, menjalankan aktivitas mereka tanpa keterkaitan, sinkronisasi, dan harmonisasi antara satu sama lain.

2.2.2. Fungsi komunikasi organisasi

Komunikasi di dalam organisasi mempunyai peran penting dalam mendapatkan informasi tentang lingkungan dan cara meresponsnya. Fungsi komunikasi dalam konteks organisasi juga mencakup pembentukan Organizational Climate, yang merujuk pada suasana kerja atau perasaan dan sikap umum individu yang bekerja dalam suatu organisasi. Menurut Faules (2006), fungsi komunikasi dalam organisasi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Fungsi informatif

Organisasi dapat dianggap sebagai sistem pemrosesan informasi, di mana setiap anggota berupaya untuk mendapatkan informasi yang lebih komprehensif, berkualitas, dan terkini. Memahami dan menggunakan informasi ini akan

memungkinkan semua anggota organisasi untuk menjalankan tugas mereka dengan lebih akurat.

2. Fungsi regulatif

Fungsi ini terkait pada peraturan yang berlaku di dalam suatu organisasi.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi fungsi regulatif, yaitu:

- a. Terkait dengan pesan, yang mencakup pesan-pesan regulatif yang pada dasarnya fokus pada tugas-tugas kerja. Dengan kata lain, bawahan memerlukan kejelasan mengenai peraturan-peraturan terkait pekerjaan yang dapat dan tidak dapat dilakukan.
- b. Terkait dengan individu-individu di tingkat manajemen, yaitu mereka yang memiliki wewenang untuk mengontrol semua informasi yang disampaikan. Mereka juga memberikan perintah atau instruksi agar tindakan yang diambil sesuai dengan yang diinginkan.

3. Fungsi regulatif

Dalam menjalankan suatu organisasi, kekuasaan dan wewenang tidak selalu memberikan hasil yang diinginkan. Menghadapi kenyataan ini, banyak pemimpin yang lebih memilih membujuk daripada memerintah bawahannya. Hal ini karena inisiatif karyawan dapat menimbulkan tingkat kekhawatiran yang lebih tinggi dibandingkan situasi di mana manajer sering kali menunjukkan kekuasaan dan wewenangnya.

4. Fungsi integratif

Setiap organisasi berupaya menyediakan jalur komunikasi yang memungkinkan karyawan menjalankan tugas dan pekerjaan mereka secara efektif.

Terdapat dua jenis jalur komunikasi yang dapat mendukung tujuan tersebut:

- a. Pendekatan informal oleh Pace, R. Wayne, dan Don F. Faules (2006), melibatkan komunikasi seperti percakapan antarpribadi selama istirahat kerja, kegiatan olahraga, atau acara darmawisata. Partisipasi dalam kegiatan ini dapat meningkatkan motivasi karyawan untuk lebih aktif berkontribusi pada organisasi.
- b. Jalur komunikasi formal melibatkan publikasi khusus dalam organisasi seperti buletin, newsletter, dan laporan kemajuan organisasi.

2.2.3. Media komunikasi organisasi

Komunikasi dalam suatu organisasi menggunakan berbagai jenis media. Media mengacu pada alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan (*audiens*). Contoh media komunikasi yang digunakan dalam lingkungan organisasi antara lain:

- A. Menurut Hafied (2009), Salah satu bentuk media komunikasi interpersonal adalah telepon. Dengan berkembangnya teknologi seluler, penggunaan telepon seluler di kalangan masyarakat umum semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa telepon genggam kini tidak hanya menjadi simbol gengsi, namun juga lebih umum digunakan untuk urusan bisnis, kantor, organisasi, dan keluarga.
- B. Muhammad (2009) mengemukakan bahwa dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan lebih dari 15 orang, media komunikasi yang sering

digunakan adalah media kelompok. Contohnya adalah dalam kegiatan rapat, seminar, dan konferensi. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal – hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi. Media kelompok banyak digunakan dalam bentuk organisasi profesi, organisasi olahraga, pengajian, arisan, dan organisasi lainnya.

2.2.4. Komponen Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merujuk pada interaksi antara individu-individu yang menduduki berbagai jabatan atau posisi dalam suatu organisasi. Individu yang berada dalam suatu jabatan menjadi unit dasar dalam konteks komunikasi organisasi. Struktur posisi dalam jabatan memiliki peran penting dalam menentukan dinamika komunikasi di antara jabatan-jabatan tersebut. Proses komunikasi terjadi ketika seseorang menghasilkan pesan, kemudian orang lain menginterpretasikannya, membentuk suatu "pertunjukkan" yang kemudian menciptakan pesan baru.

Menurut definisi dari Pace & Faules yang diadaptasi oleh Mulyana (2001:31-32), komunikasi organisasi fungsional dapat diartikan sebagai penyajian dan interpretasi pesan antar unit komunikasi yang menjadi bagian sari suatu organisasi. Dengan demikian, suatu organisasi terbentuk dari berbagai unit komunikasi yang menjalin hubungan hierarkis satu sama lain dan berfungsi dalam suatu lingkungan tertentu.

Melalui observasi terhadap interaksi komunikatif seseorang dalam konteks komunikasi, dapat dilihat bahwa terdapat dua bentuk tindakan umum yang terjadi, yakni:

- a. Membuat pesan atau suatu "pertunjukkan" (menyebarkan informasi sedemikian rupa sehingga menyadarkan seseorang atau orang lain terhadap sesuatu dan dipandang inklusif dan menarik).
- b. Interpretasi pesan atau interpretasi pertunjukkan (menguraikan atau memahami sesuatu yang disampaikan dengan cara tertentu).

Secara teknis, seseorang tidak dapat menghindari untuk memperlihatkan pesan. Apa yang Anda tunjukkan atau tempatkan menyiratkan bahwa Anda sedang melakukan presentasi diri. Anda adalah "suatu pertunjukkan pesan yang bergerak". Konsep yang serupa dapat diterapkan pada kantor atau hotel Anda. Kantor atau hotel menjadi suatu pertunjukkan pesan bagi mereka yang datang (Pace & Faules, 2006:45).

Dalam proses komunikasi organisasi, terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan, meliputi:

1. Berbagai saluran seperti internal, eksternal, atas-bawah, bawah-atas, dan jaringan
2. Aspek-aspek implementasi seperti orientasi karyawan yang tersembunyi, kebijakan dan prosedur, serta manfaat bagi para karyawan
3. media elektronik (email, internet), media cetak, dan komunikasi pribadi
4. melaksanakan pertemuan, seperti briefing, rapat staf, rapat proyek, dan sesi pertukaran pendapat, dll
5. Proses wawancara, termasuk dalam seleksi, evaluasi kinerja, dan promosi karir.

2.2.5. Komunikasi Internal, Eksternal

Menurut Effendy (2009:122), komunikasi internal adalah suatu proses pertukaran ide yang terjadi antara administrator dan pegawai dalam suatu organisasi atau instalasi. Proses ini menciptakan suatu organisasi dengan struktur yang jelas, dan pertukaran ide secara horizontal dan vertikal dalam organisasi, yang kemudian disebut sebagai operasi manajemen.

Handayani (2001) menyatakan bahwa komunikasi eksternal, di sisi lain, melibatkan interaksi antara perusahaan dengan pihak di luar perusahaan, dan seringkali perusahaan mengalami kesalahan persepsi dalam memberikan informasi kepada penerima informasi.

Komunikasi internal yang dilakukan di dalam organisasi melibatkan kegiatan seperti pemberian pesan dan penerimaan pesan antara atasan dan bawahan, atau antara individu-individu lainnya. Hasilnya, komunikasi internal dapat terjadi secara vertikal, horizontal, dan diagonal. Variasi dalam komunikasi internal ini tergantung pada bentuk kegiatan organisasi yang menerapkan komunikasi yang efektif.

2.2.6. Organisasi

Sebagai makhluk sosial manusia cenderung memilih untuk hidup berkelompok dan mengelola kegiatan mereka guna mencapai tujuan tertentu. Namun, kita tidak dapat mencapai tujuan tersebut tanpa kerja sama, karena setiap individu memiliki kapasitas yang terbatas. Hal ini menjadi dasar mengapa manusia memilih untuk hidup dalam berorganisasi. Dalam konteks ini, kita akan mengulas pengertian Organisasi.

1. Organisasi dapat didefinisikan sebagai keterkaitan pekerjaan antara seorang individu dengan individu lain dalam suatu kelompok dengan tujuan mencapai terlaksananya pekerjaan tersebut (Hendrick, 1985).
2. Organisasi merujuk pada sekelompok orang yang berinteraksi dalam suatu kelompok besar dengan sistem koordinasi, struktur, dan spesifikasi yang jelas (March & Simon, 1958).
3. Organisasi diartikan sebagai unit sosial atau kelompok sosial yang sengaja membentuk serta memodifikasi dirinya untuk mencapai tujuan tertentu (Etsioni, 1964).
4. Organisasi merupakan hasil kerjasama di antara individu yang mempunyai keyakinan, komitmen, dan tujuan bersama (Barnard, 1938)

Banyaknya definisi ini mungkin disebabkan oleh keragaman perspektif dan perkembangan cepat dalam disiplin ilmu ini..

Sejarah ilmu sosial menunjukkan bahwa istilah "organisasi" belum dikenal pada masa lalu dan pada umumnya tidak diakui dalam ilmu sosial. Tonnies (1855-1936), seorang sosiolog terkenal, pada awalnya menggolongkan bentuk organisasi manusia sebagai komunitas organik yang tunduk pada kontrol sosial ketat. Namun, pada abad ke-19 dan awal abad ke-20, Tonnies dan sosiolog lainnya tidak mempelajari organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa teori organisasi sebagai bagian dari ilmu sosial merupakan bidang keilmuan yang relatif baru.

Pendapat beragam mengenai definisi organisasi juga dapat ditemui. Schein (1982), misalnya menggambarkan organisasi sebagai Koordinasi rasional atas kegiatan dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama melalui pembagian tugas dan fungsi serta hierarki wewenang dan tanggung jawab. Schein menjelaskan

bahwa organisasi mempunyai ciri-ciri khusus seperti ketergantungan pada komunikasi manusia untuk mengoordinasikan struktur, tujuan, hubungan antar bagian, dan aktivitas di dalamnya

Kohler (1976) memandang organisasi sebagai sistem hubungan terstruktur yang mengoordinasikan upaya sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Di sisi lain, Wright (1977) menggambarkan organisasi sebagai suatu sistem kegiatan terbuka yang dikoordinasikan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama.

Everett M. Rogers, dalam “*Communication in Organizations*”, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem mapan dari individu-individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama melalui hierarki dan pembagian tugas. Robert Bonnington, dalam bukunya “*Modern Business: A Systems Approach*”, mendefinisikan organisasi sebagai sarana yang digunakan manajemen untuk mengoordinasikan sumber daya fisik dan manusia melalui struktur formal tugas dan wewenang.

Pendapat tentang organisasi ini tampaknya berbeda-beda, namun ada tiga elemen yang diterima secara umum. Dengan kata lain, organisasi adalah suatu sistem yang mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama atau sasaran umum. Organisasi dianggap sistem karena mereka terdiri dari bagian-bagian berbeda yang saling bergantung. Apabila satu bagian terganggu maka bagian lain juga ikut terkena dampaknya

Pembentukan satu organisasi terjadi ketika suatu usaha memerlukan lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya, mungkin karena tugas tersebut terlalu besar atau kompleks bagi satu individu, Sebuah organisasi bisa berukuran kecil

seperti kemitraan dua individu atau berkembang menjadi kelompok yang melibatkan banyaknya individu dalam kolaborasi dan kerja sama interaksi.

2.2. Efektivitas Komunikasi

Komunikasi, yang memiliki dampak signifikan di berbagai lapisan masyarakat, terutama dalam lingkungan bisnis, dapat dijelaskan sebagai pertukaran atau pembentukan informasi antara dua orang atau lebih melalui suatu proses saling berinteraksi, sebagaimana diungkapkan oleh Roger & Kincaid (1981:264). Miller (1987:264) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu kejadian di mana sumber informasi atau pesan berusaha secara disengaja mempengaruhi perilaku penerima.

"*Communication*" yang berasal dari bahasa Latin, yaitu "*Communis*," yaitu membentuk kebersamaan. Purwanto (2009:8) menggambarkan komunikasi sebagai proses pertukaran informasi antar individu menggunakan sistem yang umumnya melibatkan simbol, sinyal, dan perilaku.

Dengan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan pengiriman, penyaringan, dan penerimaan simbol atau pesan dari satu individu atau lebih, sehingga pesan tersebut dapat sampai dan dipahami oleh penerima atau lawan bicara. Unsur-unsur dalam komunikasi, menurut Hardiyansyah (2015:74-75), dapat diketahui melalui beberapa aspek..

a. Komunikator

Komunikator merujuk kepada individu yang mengirimkan pesan kepada komunikan, dikenal sebagai proses Encoding, di mana orang tersebut mengolah informasi untuk disampaikan kepada orang lain. Komunikator adalah seseorang yang berbicara atau menyampaikan sebuah pesan, juga mencakup organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, dan bioskop. Pelatihan menjadi komunikator

memerlukan kemampuan komunikasi, pengetahuan yang luas, kehandalan yang tinggi, daya tarik dan citra diri yang tinggi.

b. Pesan

dalam konteks proses komunikasi merujuk pada isi informasi yang akan dikirimkan kepada penerima

c. Komunikan

sebagai penerima pesan, dapat berupa individu atau kelompok besar.

d. Media

sebagai saluran komunikasi, digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima.

e. Efek

sebagai hasil akhir dari proses komunikasi bisa saja meliputi sikap dan perilaku komunikator, sesuai atau tidak dengan keinginan komunikator.

Efektif atau efisien berarti melakukan sesuatu dengan baik, di mana efisiensi diartikan sebagai ketepatan penggunaan, hasil, atau dukungan terhadap tujuan dan sasaran yang ditetapkan, baik dalam kegiatan atau program di berbagai organisasi atau institusi.

Menurut (Kurniawan, 2005) Efektivitas merupakan kemauan individu untuk menjalankan tugas suatu organisasi, kegiatan (operasi, program kegiatan atau tugas) atau sejenisnya tanpa tekanan atau ketegangan antara pelaksanaannya. Menurut (Steers, 1985) menyatakan bahwa efektivitas mengacu pada sejauh mana suatu organisasi menyelesaikan semua tugas utamanya atau mencapai semua tujuannya berdasarkan uraian di atas tentang pentingnya efektivitas suatu ukuran pencapaian tujuan dikatakan efektif apabila pelaksanaan kegiatan dapat

dilaksanakan tanpa hambatan sesuai dengan tugas kegiatan dan tujuan yang ingin dicapai.

Faktor-faktor yang mendorong efisiensi karyawan dan memenuhi tugasnya yaitu : Pekerjaan yang cocok dengan bakat dan keterampilannya, pekerjaan yang menyediakan fasilitas yang baik, memberikan informasi yang komprehensif, pengawasan yang tidak terlalu ketat, penghasilan yang memadai, serta memberikan rasa aman dan ketenangan (Maesaroh, Indrawijaya A, 2003).

Inti dari konsep efektivitas adalah sejauh mana organisasi mencapai tujuannya (Atmosoepipto, 2001) atau sejauh mana organisasi menghasilkan keluaran atau hasil (Nuraetal, 2012). Definisi governance yang lebih berwawasan menyatakan bahwa esensi dari konsep efisiensi adalah melakukan hal yang benar (Nuraetal, 2012). Meskipun definisi para ahli tersebut dikemukakan dalam cerita yang berbeda, namun menunjuk pada hal yang sama, yaitu efektivitas merupakan suatu konsep untuk mengukur kualitas suatu organisasi.

Definisi efektivitas secara umum merujuk pada sejauh mana pencapaian suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Konsep ini sesuai dengan penjelasan efektivitas oleh Hidayat (1986), yang mengartikulasikan efektivitas sebagai parameter untuk mengukur sejauh mana target (baik dalam hal kuantitas, kualitas, maupun waktu) telah tercapai. Semakin tinggi Tingkat pencapaian tujuan, semakin tinggi tingkat efektivitasnya.

Efektivitas dapat diartikan sebagai indikator sejauh mana manajemen berhasil mencapai target yang telah ditetapkan, termasuk dalam hal kuantitas, kualitas, dan waktu. Terkait dengan konteks komunikasi, hal ini dapat

diinterpretasikan sebagai sejauh mana seseorang berhasil mencapai tujuan menyampaikan pernyataan atau pesan kepada orang lain.

Schramm mengidentifikasi dua faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi, yaitu bidang pengalaman dan kerangka rujukan. Komunikasi menjadi lebih mudah dan efektif jika terdapat kesamaan antara sumber dan penerima dalam kedua hal tersebut (Dedi, 2005). Sebaliknya, jika tidak ada kesamaan dalam bidang pengalaman dan kerangka rujukan antara sumber dan penerima, komunikasi akan sulit terjadi karena perbedaan pengalaman antara keduanya membuat sulit untuk menyampaikan makna dari satu individu kepada individu lainnya.

Adapun uraian tentang batasan-batasan terhadap tujuh variabel penelitian Efektivitas Komunikasi Organisasi yaitu:

1. *Credibility*, kepercayaan yang tertanam pada diri seorang pembicara.
2. *Context*, merujuk pada tempat dan kondisi ketika seseorang berkomunikasi
3. *Content*, isi pesan yang di sampaikan oleh seorang pembicara kepada pendengarnya.
4. *Clarity*, kejelasan pesan yang di sampaikan oleh pembicara kepada pendengarnya.
5. *Continuity and consistency*, konsistensi dari pesan yang terus menerus di sampaikan.
6. *Channel*, media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan.
7. *Capability of the audiens*, kemampuan yang dimiliki oleh audiens dalam menerima pesan.

2.3. Pemahaman Instruksi Kerja

Teguh (2015:49) menjelaskan bahwa Instruksi Kerja adalah petunjuk yang diberikan untuk membantu individu dalam menjalankan tugas sesuai dengan prosedur yang benar. Namun, tidak semua prosedur memerlukan instruksi kerja, karena hal ini bergantung pada tingkat kompleksitas dan kerumitan aktivitas, kualifikasi dari pelaksana, dan sifat dari aktivitas tersebut

Instruksi kerja dapat didefinisikan sebagai dokumen yang secara terperinci menjelaskan urutan aktivitas yang terkait dengan suatu fungsi pendukung. Biasanya, instruksi kerja mencakup elemen-elemen seperti judul, unit kerja yang terlibat, tujuan pembuatan instruksi kerja, cakupan instruksi kerja, kualifikasi pelaksanaan aktivitas atau spesifikasi peralatan kerja, indikator keberhasilan, dokumen terkait, penyusun dan penyetuju instruksi kerja, serta tanggal pengesahan.

Ketelitian kerja sangat bergantung pada suksesnya pada satu pihak memberikan instruksi dan pihak lain mampu menerima dan memahami instruksi tersebut. Di Sumatera Konveksi sendiri, kesuksesan ini menjadi suatu tantangan besar mengingat sebagian besar instruksi dilakukan dengan menggunakan surat jalan. Dalam Sumatera Konveksi, salah satu aspek dalam memahami instruksi adalah dengan memahami desain dan keterangan yang tertera pada surat jalan, dengan demikian maka admin Sumatera Konveksi harus dengan teliti memberikan instruksi kerja melalui surat jalan tersebut.

Instruksi kerja memiliki beberapa tujuan, yang mencakup berbagai hal, antara lain:

1. memberikan informasi mengenai apa dan bagaimana suatu aturan kerja seharusnya ditetapkan dan diterapkan.

2. Menyediakan penjelasan yang beragan mengenai prosedur penyelesaian masalah sistem dalam persahaan.
3. Menjadi panduan yang relavan bagi pihak puskom dan berbagai pihak lain yang terkait dengan pengembangan prosedur kerja dan aspek terkait lainnya.

2.4. Perusahaan Manufaktur

Perusahaan manufaktur adalah entitas bisnis yang mengubah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan nilai jual. Dalam pelaksanaan proses produksinya, perusahaan menggunakan mesin, peralatan, dan tenaga kerja dalam satu lingkungan kerja. Semua tahapan dalam kegiatan manufaktur ini mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dimiliki oleh setiap unit kerja

Perusahaan manufaktur adalah entitas bisnis yang mengubah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan nilai jual. Dalam pelaksanaan proses produksinya, perusahaan menggunakan mesin, peralatan, dan tenaga kerja dalam satu lingkungan kerja. Semua tahapan dalam kegiatan manufaktur ini mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dimiliki oleh setiap unit kerja.

2.4.1. Ciri-ciri Perusahaan Manufaktur

Berikut adalah beberapa karakteristik dari perusahaan manufaktur tersebut, antara lain:

- a. Pendapatannya Diperoleh dari Penjualan

Perusahaan manufaktur merupakan entitas yang memproduksi, menciptakan, dan menjual produk, seperti barang setengah jadi atau barang jadi seperti peralatan rumah tangga dan berbagai makanan dan minuman. Dengan melakukan penjualan produk barang, perusahaan ini

mendapatkan pendapatan utama dari hasil penjualan produk-produk yang diproduksinya. Biasanya, perusahaan manufaktur dapat memproduksi berbagai jenis barang jadi atau barang setengah jadi. Semakin banyak barang yang diproduksi maka semakin banyak pendapatan yang diperoleh.

b. Memiliki persediaan fisik

Barang yang dipasarkan oleh perusahaan manufaktur berupa produk nyata yang dapat dilihat dan diraba oleh manusia. Oleh karena itu, perusahaan ini mempunyai produk secara fisik. Persediaan produk tersebut dapat berupa barang yang sudah siap untuk dijual atau barang yang belum siap dijual atau barang setengah jadi, yakni barang dalam proses yang akan diolah lebih lanjut menjadi barang jadi. Pemeliharaan persediaan barang harus dilakukan secara teratur untuk memastikan kelancaran proses produksi.

c. Aktivitas perusahaan manufaktur

Sesuai dengan definisinya, kegiatan utama industri manufaktur adalah pelaksanaan kegiatan produksi. Termasuk pengolahan bahan baku atau bahan mentah menjadi

2.4.2. Ruang Lingkup dan Contoh Perusahaan Manufaktur

Ruang lingkup yang dimaksud dalam Perusahaan Manufaktur mencakup berbagai bidang usaha yang termasuk dalam sektor manufaktur. Industri manufaktur terbagi menjadi beberapa jenis perusahaan yang beroperasi di berbagai sektor, seperti industri dasar dan kimia, aneka industri, aneka barang konsumsi, dan

industri barang konveksi. Berikut adalah beberapa contoh perusahaan manufaktur berdasarkan bidang industri:

a. Industri Dasar dan Kimia

Perusahaan yang termasuk dalam jenis industri dasar dan kimia melibatkan produksi semen, keramik, porselen, logam, kimia, plastik, pakan ternak, kayu, dan pengolahannya, kertas, dan sebagainya.

1. Holcim Indonesia Tbk (SMCB)
2. Semen Baturaja Persero Tbk (SMBR)
3. Betonjaya Manunggal Tbk (BTON)

b. Aneka Industri

Perusahaan yang termasuk dalam jenis ini mencakup bidang mesin dan alat berat, otomotif, komponen otomotif, tekstil, garmen, alas kaki, kabel, dan elektronika.

1. Astra International Tbk (ASII)
2. Astra Otopart Tbk (AUTO)
3. Goodyear Indonesia Tbk (GDYR)

c. Industri barang konsumsi

Industri barang konsumsi melibatkan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam produksi makanan, minuman, rokok, farmasi, kosmetik, dan alat rumah tangga.

1. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)
2. Kimia Farma Tbk (KAEF)
3. Kalbe Farma Tbk (KLBF)

d. Industri barang konveksi

Industri barang konveksi mencakup produksi jaket, kemeja, seragam, kaos, polo shirt, dan produk tekstil lainnya.

1. Hindra Konveksi
2. Konveksi Abadi
3. Konveksi Acien



2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Fokus	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Putri Cahaya Ninggusti, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021.	Peran Komunikasi Organisasi Dalam Mencapai Efektivitas Kerja Karyawan di PTPN IV Unit Bahbutong.	Fokus dari penelitian ini berpusat pada peran motivasi, semangat, dan kekuatan yang mendorong seseorang untuk melaksanakan suatu kegiatan, pekerjaan, atau tindakan tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.	Dalam rangka penelitian ini, peneliti telah mendapatkan persetujuan riset dari Asisten Pimpinan Afdeling IV, dan melakukan wawancara dengan enam orang menggunakan metode tertentu.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, karena memakai teori komunikasi, komunikasi organisasi, dan efektivitas kerja.	Penelitiannya lebih spesifik mengarah pada perspektif organisasi, sedangkan pada pesan ideology sebaiknya mencari sokongan antusias dari anggota organisasi guna mendapatkan loyalitas, moral, dan motivasi.
2	Muhammad Latif, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2022	Peranan Komunikasi Internal Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Indragiri Tembilahan	Fokus penelitian ini ada pada peran pengarahan atau instruksi kerja tertentu, memberikan informasi tentang prosedur dan praktik organisasional, dan memberikan umpan	Melalui penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti bahwa data yang dianalisis diperoleh melalui kuesioner yang dituju kepada responden merupakan yaitu pekerja pada perusahaan Daerah Air Minum Tirta Indragiri Tembilahan. Dapat diartikan	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kuantitatif.	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih mengarah ke arah peranan komunikasi internal, dan tidak membahas mengenai komunikasi organisasi.

			balik pelaksanaan kerja pada karyawan.	bahwa efektivitas kerja karyawan dipengaruhi oleh komunikasi.		
3	Galuh Nandita, jurusan Ilmu Komunikasi, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2022	Efektivitas Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan karyawan Terhadap Loyalitas Karyawan PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa	Fokus penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi organisasi dalam suatu perusahaan terhadap loyalitas karyawan.	Melalui penelitian ini dapat diperoleh informasi dari pimpinan PT. Sejahtera Khatulistiwa Perkasa menyatakan bahwa proses komunikasi yang dijalankan dan berlangsung sampai saat ini berjalan dengan baik	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan dengan peneliti, karena menggunakan teori komunikasi, organisasi komunikasi organisasi, efektivitas	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kualitatif

4	Pebri Husen Nasution, jurusan Ilmu Komunikasi, fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2013	Peranan Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Kerja personil Di Kepolisian Resor Kabupaten Rokan Hulu	Fokus dari penelitian ini berpusat pada analisis komunikasi organisasi, termasuk komunikasi internal seperti komunikasi dari atasan ke bawahan, antar sesama bawahan, dan horizontal pada kepolisian polres Kabupaten Rokan Hulu	Peneliti dapat menilai sejauh mana hubungan atau korelasi yang signifikan antara komunikasi internal dan kinerja efektif para pegawai di lingkungan kantor Bupati Pasir Pengaraian.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang lebih berfokus pada komunikasi internal yang dilakukan atau dilaksanakan di dalam suatu perusahaan.	Peneliti yang dilakukan oleh peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dan melakukan wawancara.
5	Kurnia Syarif, Jurusan Manajemen, fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2022	Pengaruh Komunikasi Internal Dan Komunikasi Efektif Terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Pegawai Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.	Fokus penelitian ini ada pada komunikasi internal yang berpengaruh terhadap peningkatan motivasi kerja Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.	Fokus dari penelitian ini adalah pada hubungan komunikasi internal yang memengaruhi peningkatan motivasi kerja di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang membahas komunikasi internal	Peneliti yang dilakukan oleh peneliti lebih membahas mengenai pengaruh peningkatan motivasi kerja.

2.6. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual mengacu pada struktur yang memungkinkan hubungan antara variabel independen (*Independent Variabel*) dengan variabel tergantung (*Dependent Variabel*). Fungsinya adalah untuk mengukur korelasi antara variabel penelitian. Dalam konteks ini, variabel bebas adalah pengawasan dan disiplin, sementara variabel terikatnya adalah produktivitas. Imbas kinerja perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada penelitian yang dilakukan sang peneliti, pada Sumatera Konveksi terdapat beberapa divisi dengan pekerjaan yang berbeda-beda juga tentunya. Sumatera Konveksi menerapkan begitu di karenakan ke inginan *owner* melihat tanggung jawab masing-masing dari setiap karyawan terhadap divisinya masing-masing.



Gambar 2.4 kerangka konseptual

2.7. Hipotesis

Menurut (Erlina & Mulyani, 2007) Hipotesis adalah penjelasan sementara atas suatu tindakan, fenomena atau situasi tertentu yang telah terjadi di masa lalu atau akan terjadi di masa depan.

Ha : Ada Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Utara.

Ho : Tidak ada Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Utara

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memperoleh pengetahuan atau mengatasi masalah dengan cara yang sistematis dan cermat, dengan data yang terkumpul berbentuk serangkaian atau himpunan angka-angka. Menurut Sugiyono (2018;13), pendekatan ini mengandalkan data kuantitatif yang bersifat positivistik (data konkret), di mana data penelitian terdiri dari angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat untuk melakukan perhitungan. Metode ini terkait dengan permasalahan penelitian untuk menghasilkan kesimpulan yang kuat.

3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Waktu									
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Apr	Juni	Des	Jan
1	Penyusunan Proposal		Sudah								
2	Seminar Proposal							Sudah			
3	Melakukan Penelitian								Sudah		
4	Bimbingan			Sudah		Sudah			Sudah		
5	Seminar Hasil									Sudah	
6	Sidang Skripsi										

3.2.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian tersebut dapat dilakukan. Adapun lokasi penelitian ini adalah perusahaan yang bernama Sumatera Konveksi beralamat di Jl. Sawit Raya No.3 Perumnas Simalingkar, Medan. Sumatera Utara.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi serta sampel merujuk pada unit atau kelompok dengan ciri-ciri khusus yang sengaja dipilih untuk mengumpulkan data yang relevan dalam penelitian yang direncanakan. Penting untuk menentukan populasi dan sampel sejak awal penelitian, karena hal ini menjadi aspek krusial. Penentuan jenis objek penelitian memungkinkan peneliti untuk memilih metode penelitian yang lebih sesuai dengan situasi dan kebutuhan yang ada.

3.3.1. Populasi

Populasi mencakup seluruh objek penelitian yang menjadi fokus dan sumber data untuk suatu penelitian. Margono (2017) mendefinisikan populasi sebagai totalitas data yang menjadi perhatian peneliti dalam batas ruang dan waktu tertentu. Konsep populasi berkaitan dengan data, di mana setiap data yang diberikan oleh manusia akan menjadi bagian dari populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan populasi sebagai seluruh karyawan di perusahaan Sumatera Konveksi, yang berjumlah 37 orang.

Tabel 3.2 Populasi

DIVISI	JUMLAH
Office	5
Penjahit	20
Sablon	3
Bordir	4
Sublim	2
Quality Control	3
TOTAL	37

Sumber : Sumatera Konveksi

3.3.2. Sampel

Proses pemilihan sampel (*sampling*) adalah langkah pengambilan sejumlah individu dengan cermat untuk mewakili kelompok besar dari mana mereka berasal. Penelitian menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Sugiono (2017:84) mendefinisikan *nonprobability* sebagai *Sampling* yang mana tidak semua unsur atau anggota suatu populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan tersebut, sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu karyawan Sumatera Konveksi yang berjumlah 37 karyawan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling strategis dalam penelitian adalah metode pengumpulan data karena fokus utamanya adalah mendapatkan suatu data (Sugiyono, 2010:224). Seorang peneliti wajib terlebih dahulu menentukan cara

pengumpulan data penelitian, sebelum dilaksanakannya teknik pengumpulan data. Pengumpulan data yang digunakan harus memenuhi kriteria kevalidan (*Validitas*) dan keandalan (*Reliabilitas*). Agar data yang diperoleh dalam penelitian dapat akurat dan dapat diandalkan, metode pengumpulan data yang dipilih adalah menggunakan kuesioner.

3.4.1. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen untuk mengumpulkan data primer dengan menerapkan metode survei guna mendapatkan opini dari para responden.. Dalam penelitian sosial kuesioner sering digunakan sebagai salah satu instrumen penelitian, misalnya penelitian di bidang sumber daya manusia, pemasaran serta penelitian mengenai keperilakuan.

3.5. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan Ciltip untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi pelayanan yang diberikan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Medan. Adapun penjelasan mengenai pembatasan-pembatasan terhadap tujuh variabel penelitian Efektivitas Komunikasi Organisasi meliputi:

1. *Credibility*, yang merujuk pada kepercayaan yang melekat pada komunikator
2. *Context*, yaitu lokasi dan kondisi tempat seseorang berkomunikasi.
3. *Content*, merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
4. *Clarity* adalah tingkat kejelasan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
5. *Continuity and consistency*, mencakup kelanjutan dan konsistensi pesan yang disampaikan secara berkesinambungan.

6. *Channel*, merujuk pada media yang digunakan untuk menyampaikan pesan.
7. *Capability of the audiens*, mengacu pada kemampuan komunikasi dalam menerima pesan.

Adapun uraian tentang batasan-batasan terhadap lima variabel Pemahaman Instruksi Kerja, yaitu :

1. Aktivitas, kegiatan dan kesibukan yang dilakukan untuk bereaksi dengan organisasi.
2. Tujuan, adanya instruksi kerja ditetapkan karena adanya tujuan tertentu.
3. Lingkup, batasan dari lingkungan dan isi lingkungan dalam instruksi kerja.
4. Kualifikasi, keahlian dan kelebihan yang dilihat dari suatu organisasi untuk menduduki posisi tertentu.
5. Siapa yang menyiapkan instruksi kerja, seseorang yang memiliki suatu jabatan tertinggi dan memiliki kuasa untuk memberikan instruksi kerja.

Berikut ini merupakan beberapa penjelasan mengenai indikator-indikator pengukurannya:

Tabel 3.3 DefinsiOperasional

NO	VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR
1	Efektivitas komunikasi/ Mahmudi (2005:92)	Efektivitas Komunikasi melibatkan langkah-langkah dalam menyampaikan pesan kepada penerima pesan melalui berbagai media. Penerima pesan diharapkan dapat memahami dengan jelas maksud dari pesan tersebut dan memberikan respons yang dapat memastikan kelancaran jalannya proses komunikasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Credibility</i> (Kredibilitas) 2. <i>Context</i> (Konteks) 3. <i>Content</i> (Isi) 4. <i>Clarity</i> (Kejelasan) 5. <i>Continuty and consistency</i> (Kontinuitas dan konsistensi) 6. <i>Channel</i> (Saluran) 7. <i>Capability of the audiens</i> (Kapasitas kemampuan audiens)
2	Pemahaman Instruksi Kerja/ Teguh (2015:49)	Instruksi kerja adalah panduan yang disediakan untuk membimbing seseorang dalam menjalankan tugas dengan benar sesuai prosedur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas 2. Tujuan 3. Lingkup 4. Kualifikasi 5. Siapa yang menyiapkan instruksi kerja

3.6. Skala Pengukuran Variabel

Untuk menentukan Panjang bentangan instrumen taksiran, skala pengukuran variabel digunakan sebagai bentuk perspektif sehingga pada alat ukur ini jika digunakan dalam mengestimasi akan memperoleh informasi kuantitatif yang dikomunikasikan dalam struktur matematis dan adapun tujuan agar lebih tepat, efisien dan komunikatif. Kuisioner dengan skala *likert* digunakan dalam penelitian ini. Karena menggunakan sistem penyebaran kuisioner, maka peneliti menggunakan metode skala *likert* dan hasilnya dimasukkan kedalam skala data. Penggunaan skala *likert* untuk mengukur setiap respon terhadap berbagai pernyataan dengan nilai :

Tabel 3.4 Skala Likert

Pertanyaan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Peneliti (2023)

Instrumen pada sebuah penelitian ini adalah bentuk tes dalam bentuk kuesioner. Aspek yang ditanyakan adalah mengenai pemahaman instruksi kerja yang sudah diatur oleh perusahaan. Pada setiap jawaban yang diberikan seluruh karyawan sumatera konveksi harus sesuai dengan pengalaman yang telah dilalui selama menjalankan pekerjaan.

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang penulis terapkan untuk menghimpun informasi yang akan digunakan sebagai dasar, dan informasi terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data berdasarkan sumbernya. Sugiyono (2018:213) mengidentifikasi terdapat dua jenis pengumpulan data berdasarkan sumbernya.

3.7.1. Data Primer

Husein Umar (2013:42). Data primer adalah data yang telah dikumpulkan dari individu maupun perorangan seperti yang akan terjadi pengisian asal kuesioner ataupun wawancara. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber primer diperoleh oleh penulis

dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan atau memberikan kuesioner kepada seluruh karyawan Sumatera Konveksi.

3.7.2 Data Sekunder

Husein umar (2013:42) Data sekunder merupakan sumber data primer yang telah diproses lebih lanjut dan disajikan dengan baik oleh pihak yang mengumpulkan data primer atau oleh pihak lain, contohnya dapat terlihat dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data sekunder adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti menjadi pendukung dari asal utamanya. Dapat penulis simpulkan bahwa data yang telah tersusun dalam bentuk arsip dokumen.

3.8. Instrumen Penelitian

Instrumen berperan sebagai pengumpulan data sehingga menempati posisi paling penting dalam penelitian. Alat yang valid dan andal untuk menarik kesimpulan yang menjelaskan situasi yang sebenarnya.

3.8.1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu alat ukur menjalankan fungsi pengukurannya secara akurat dan tepat. (Azwar, 1986). Selanjutnya validitas merupakan suatu pengukuran yang menghasilkan bahwa variabel yang diukur benar-benar merupakan variabel yang ingin diteliti oleh peneliti (Zulganef, 2006). Menurut Sugarto dan Sitinjak (2006), validitas berkaitan dengan variasi dalam mengukur apa yang hendak diukur. Validitas penelitian mengacu pada tingkat keakuratan instrumen pengukuran penelitian relatif terhadap apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan seberapa berguna alat

ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) berpendapat bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Tingkat validitas tes diukur dari sejauh mana tes tersebut dapat menjalankan fungsi pengukurannya, memberikan hasil yang sesuai dan akurat sesuai dengan tujuan penggunaannya. Tes yang memberikan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dianggap memiliki validitas rendah. Dalam menguji validitas kuesioner, terdapat dua aspek yang dibedakan, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diuji ketika item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor, di mana ada kesamaan antara faktor satu dengan faktor lainnya. Pengukuran validitas faktor dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor).

3.8.2. Uji Reliabilitas

Ketika kita membahas reliabilitas, istilah ini berasal dari "reliability" yang dapat diartikan sebagai keajegan dalam pengukuran (Walizer, 1987). Menurut Sugiharto & Sitinjak (2006), reliabilitas mencerminkan keyakinan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan sebagai alat pengumpulan data, mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya, dan mampu mengungkapkan realitas lapangan.

Kuesioner dianggap reliabel atau handal ketika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas dalam bentuk tes mencakup stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi dihasilkan dari pengukuran yang dapat memberikan data yang dapat diandalkan..

Suryabrata (2004: 28) menjelaskan reliabilitas mengacu pada sejauh mana pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan alat tertentu dapat diandalkan.

Suryabrata (2004: 28) menjelaskan reliabilitas mengacu pada sejauh mana pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan alat tertentu dapat diandalkan. Oleh karena itu, hasil pengukuran diharapkan memiliki tingkat konsistensi dan kestabilan yang tinggi.

3.9. Teknik Analisa Data

3.9.1. Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, langkah selanjutnya yang mungkin melibatkan penghitungan persamaan regresi. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugayono (2016: 188), persamaan regresi dapat digunakan untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai suatu variabel terikat ketika nilai variabel bebas dimanipulasi.

Analisis regresi linear sederhana melibatkan hubungan linier antara satu variabel (X) dan variabel lainnya (Y). Pendekatan ini mengindikasikan arah pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel independen (Y), baik secara positif maupun negatif. Selain itu, analisis ini berguna untuk memproyeksikan nilai dari variabel (Y) ketika nilai variabel (X) mengalami kenaikan atau penurunan. Pada penelitian ini, statistik inferensial digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan (X) dan Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Konveksi (Y), dengan menerapkan analisis regresi linear menggunakan rumus berikut.

$$\hat{Y} = a + bX + e$$

Keterangan

X = Efektivitas Komunikasi Organisasi

\hat{Y} = Pemahaman Instruksi

a = Konstanta

b= Koefisien regresi (slop)

e= Standar error of the estimate

3.9.2 Uji Simultan (uji F)

Uji F, tujuannya adalah untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama memengaruhi variabel terikat, dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$).

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini diperlukan pada saat menilai tingkat keakuratan hubungan dari model yang digunakan. Koefisien determinasi (*adjusted* R^2) merupakan suatu angka yang menunjukkan besarnya variasi, atau kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, atau seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Safitri, 2015). Koefisien determinasi memiliki rentang antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$). Jika nilai koefisiennya mendekati 1, hal ini menandakan bahwa model tersebut efektif, karena semakin dekatnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Selanjutnya melibatkan pencocokan pernyataan pada kuisioner dengan variabel yang relevan, yaitu pernyataan terkait variabel (X) dan Variabel (Y) lalu rata-rata nilai dari setiap jawaban responden dicari. Untuk memudahkan analisis, interval dibentuk dari nilai tersebut. Pada penelitian ini peneliti menetapkan lima kelas interval. Rumus yang digunakan sesuai dengan metode menurut (Sudjana, 2011).

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana :

$$\text{Rentang} = \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

Banyaknya kelas interval = 5

Berdasarkan rumus diatas maka Panjang kelas interval adalah:

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka kriteria dari penilaian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5. Kelas Interval

Interval	Alternatif Jawaban	
	Variabel X	Variabel Y
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Tinggi
3,41 – 4,20	Baik	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Pengujian signifikan variabel independen dan dependen mengacu pada aturan berikut: Terdapat korelasi antara x dan y jika nilai r yang dihitung melebihi nilai r tabel dalam tingkat signifikansi dan derajat kebebasan $dk = n-2$; sebaliknya, jika tidak, tidak ada korelasi yang signifikan antara keduanya..

Berdasarkan tabel dapat kita ketahui, bahwa nilai R sebesar 0.567 mengindikasikan, bahwa hubungan antara Efektivitas Komunikasi terhadap Pemahaman Instruksi memiliki korelasi yang sangat kuat. Temuan penelitian ini menjelaskan bahwa nilai *adjusted* (R²) adalah 0.536 atau 53,6% dapat dideskripsikan oleh variabel, namun sisanya sebesar 46,4% dijelaskan berdasarkan faktor-faktor yang tidak peneliti lakukan pada penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dihasilkan pengujian statistik dan pembahasan yang dilakukan terhadap Pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan Terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Konveksi, diperoleh kesimpulan bahwa:

Efektivitas Komunikasi Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Instruksi Kerja di Sumatera Konveksi hal ini dapat dibuktikan dengan terciptanya hubungan yang baik antara *owner* dengan para pegawai dengan cara seorang *owner* mengadakan *gathering* (makan malam bersama) sehingga membuat para pegawai Sumatera Konveksi merasa senang dapat dekat dan berkomunikasi langsung dengan sang *owner* meskipun di luar jam kerja.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, terdapat hal yang patut diperhatikan. Adapun saran yang akan disampaikan diharapkan dapat

memberi kontribusi baik untuk kepentingan bersama. Saran tersebut, sebagai berikut.

Saran yang dapat peneliti berikan yakni Sumatera Konveksi dapat merubah sistem komunikasi yang di gunakan pada saat melakukan produksi, dimana sebelum nya Sumatera Konveksi menggunakan surat jalan sebagai sumber komunikasi para pegawai pada saat melakukan produksi. Saran peneliti untuk ke depan nya Sumatera Konveksi dapat merubah nya dengan cara komunikasi personal sesama pegawai agar dapat menciptakan hubungan (*chemistry*) yang baik dan membuat kinerja para pegawai semakinn membaik.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu,khususnya pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area, sehingga dapat melakukan penelitian sejenis dengan teori yang berbeda,dan dapat menjadi referensi serta memberikan hasil penelitian yang memperkaya ilmu penelitian, khususnya pada bidang komunikasi.

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Efektivitas Komunikasi Organisasi Internal Perusahaan terhadap Pemahaman Instruksi Kerja pengaruh diharapkan untuk ke-depannya agar Komunikasi Internal Perusahaan ditingkatkan lagi, sehingga terciptanya sebuah Pemahaman Instruksi dengan terwujudnya lingkungan kerja yang baik dan nyaman sehingga Sumatera Konveksi dapat menghasilkan produk-produk unggulan yang dapat dikenal seluruh masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Skripsi

Indriyanti. 2020. *Pola Komunikasi Organisasi di Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.I

Rizkiyan Hidayat.2020. *Komunikasi Organisasi Antara Guru dan Siswa. Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar di SDN Mawar 6 Banjarmasin*. Skripsi Universitas Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Banjarmasin.

Referensi Buku

Arfatin Nurrahmah. Febri Rismaningsih. Ul'fah Hernaeny. Linda Pratiwi.. Wahyudin. Abdul Rukyati. Fitri Yati. Lusiani. Dinar Riaddin. Jan Setiawan. 2021. *Pengantar Statistika 1*. CV. Media Sains Indonesia, Bandung.

Irene Silviani. 2020. *Komunikasi Organisasi*. PT. Scopindo Media Pustaka, Surabaya.

Toto Syatori Nasehudin. dan Nanang Gozali. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pustaka Setia, Bandung.

Luthfi Parinduri, Hasdiana S, Pratiwi Bernadetta Purba, Andriasan Sudarso, Ismail Marzuki, Rakhmad Amus, Noni Rozaini, Bonaraja Purba, Sukarman Purba, Madya Ahdiyati, John Refelino.2020. *Manajemen Operasional: Teori dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.

Referensi Jurnal

Basuki Sri Rahayu. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah*. Advance Vol.1 No.2.

Benny Kurnianto. 2019. *Discourse-Oriented Learning Dalam Pengajaran Conditional Sentence Sebagai Aspek Memahami Instruksi Kerja Pada Pendidikan Teknik Penerbangan*. Jurnal Ilmiah Aviasi Langit Biru Vol.12 No.3.

Febrianawati Yusup. 2018. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Tarbiah Vol.7 No.1.

Manik Sunuantari. 2018. *Penerapan Budaya Perusahaan Dalam Pembentukan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan*. Journal Communication Spectrum, Vol.2 No.1.

Mariyati, Nana Darna, Ali Muhidin. 2020. *Pengaruh Citra Perusahaan dan*

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Business Management and Entrepreneurship Journal. Vol.2 No.2.

Mohammad Mulyani. 2018. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol.15 No.1.*

Ninggusti, P. C. (2021). *Peran Komunikasi Organisasi Dalam Mencapai Efektivitas Kerja Karyawan Di Ptpn Iv Unit Bahbutong (Doctoral dissertation).*

Referensi Internet

Gramedia, (2018). Pengertian Komunikasi Organisasi : Fungsi, Teori, Jenis, dan Manfaat <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-organisasi/amp/Kopma>, (2021). *Pengertian Konveksi* <https://www.kopma.upnyk.ac.id/page/apa-itu-konveksi.html> [02 Desember 2021].

<http://merlitafutriana0.blogspot.com/p/validitas-dan-reliabilitas.html>

<https://www.jurnal.id/id/blog/kenali-ruang-lingkup-perusahaan-manufaktur>

Husen Mulachela, (2022). Pengertian Komunikasi, Definisi Unsur, dan Tujuan <https://katadata.co.id/amp/safrezi/berita/61de8d9d4a987/komunikasi-adalah-definisi-unsur-dan-tujuannya.html> [12 Januari 2022].

Psychologymania, (2018). Manfaat Citra Perusahaan yang Positif <https://www.psychologymania.com/2012/12/manfaat-citra-perusahaan-yang-positif>.

Sampoerna University, (2022). Pengertian Komunikasi Organisasi <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-komunikasi-organisasi/html> [30 Maret 2022].

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para-ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya>

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUSIONER PENELITIAN

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP PEMAHAMAN INSTRUKSI KERJA DI SUMATERA KONVEKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui efektivitas komunikasi organisasi internal perusahaan terhadap pemahaman instruksi kerja di Sumater Konveksi. Untuk dapat memperoleh data yang saya butuhkan maka saya mohon bantuan Saudara/i untuk memberikan tanggapan dengan keadaan yang sebenarnya terhadap pertanyaan-pertanyaan yang tersusun dalam kusioner ini guna membantu saya untuk penyusunan skripsi dan akan saya jaga kerahasiaannya. Atas waktu dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kusioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin : Pria/Wanita
Usia :
Divisi :

2. PETUNJUK PENGISIAN

1. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu diskripsi masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawaban.
2. Berilah tanda (X) pada kolom jawaban terdiri dari SS, S, KS, TS dan STS dengan keterangan sebagai berikut :
SS = Sangat Setuju.
S = Setuju.
KS = Kurang Setuju.
TS = Tidak Setuju.
STS = Sangat Tidak Setuju.
3. Hanya dapat memberikan satu jawaban saja
4. Mohon untuk memberikan jawaban dengan jujur.
5. Terimakasih atas partisipasi anda.

A. EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI INTERNAL PERUSAHAAN (X)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	Konteks					
1	Setiap rapat yang dilakukan oleh Sumatera Konveksi bertujuan untuk mengevaluasi kegiatan kerja satu bulan.					
2	Pimpinan melakukan <i>briefing</i> jika karyawan melakukan kesalahan pada konteks tertentu					
	Kejelasan					
3	Perusahaan telah menerapkan peraturan yang sangat jelas dan mudah di mengerti					
4	Pelaksanaan <i>briefing</i> dan rapat, pimpinan mengkomunikasikannya dengan baik dan mudah di pahami					
	Konsistensi					
5	Perusahaan memfasilitasi transportasi dan konsumsi secara <i>continue</i> dan konsisten					
6	Peraturan yang diterapkan Sumatera Konveksi bersifat konsisten					
	Saluran					
7	Surat jalan sebagai saluran komunikasi pada perusahaan dalam bertugas					
8	Perusahaan memberikan informasi penting dan penambahan peraturan melalui media Whatsapp					
	Kapasitas Kemampuan Audiens					
9	Selalu memberikan ide dan saran disaat anggota organisasi melakukan rapat bulanan					
10	Bersedia untuk dapat selalu membantu teman organisasi yang mengalami kesusahan dalam mengerjakan tugasnya					
	Kredibilitas					
11	Memiliki rasa percaya dengan peraturan dan ketetapan yang telah dibuat dalam organisasi					
12	Selalu mengerjakan tugas yang telah diberikan oleh pimpinan dengan rasa percaya diri					

	Isi					
13	Isi peraturan yang telah di berikan di dalam organisasi sangat ketat					
14	Memberikan pendapat pada saat dilaksanakannya <i>briefing</i> atau rapat					

B. PEMAHAMAN INSTRUKSI KERJA DI SUMATERA KONVEKSI (Y)

NO	Pernyataan	SE	E	KE	TE	STE
	AKTIVITAS					
1	Saya melakukan aktivitas di Sumatera Konveksi dengan semangat					
2	Saya merasa senang melakukan aktivitas diluar jam kerja					
	TUJUAN					
3	Saya suka melakukan komunikasi dengan anggota Sumatera Konveksi dengan tujuan menambah relasi					
4	Instruksi kerja yang diberikan oleh pimpinan untuk tujuan organisasi lebih terarah dan berkembang					
	LINGKUP					
5	Saya merasa lingkungan kerja di Sumatera Konveksi sangat positif					
6	Saya tidak bosan melakukan pekerjaan dengan lingkup kegiatan yang sering saya lakukan					
	KUALIFIKASI					
7	Saya sudah melakukan semua prosedur yang telah ditetapkan oleh Sumatera Konveksi sehingga saya termasuk kualifikasi yang dicari					
8	Prosedur yang ditetapkan oleh Sumatera Konveksi sangat banyak dan sulit mendapatkan kualifikasi yang baik					
	SIAPA YANG MENYIAPKAN INSTRUKSI KERJA					

9	Saya menerima jika semua instruksi kerja dibuat oleh pimpinan di Sumatera Konveksi					
10	Saya merasa keberatan jika anggota Sumatera Konveksi juga ikut campur dalam membuat instruksi kerja					



Lampiran 2

Hasil Uji Validitas X

		Correlations														
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	Total
x1.1	Pearson Correlation	1	.724**	.755**	.539**	.128	.539**	.326*	.139	.249	.109	.083	.200	.375*	.461**	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.449	.001	.049	.410	.137	.522	.626	.234	.022	.004	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.2	Pearson Correlation	.724**	1	.904**	.603**	.233	.506**	.278	.392*	.407*	.374*	-.070	.226	.473**	.613**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.165	.001	.096	.016	.012	.023	.683	.178	.003	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.3	Pearson Correlation	.755**	.904**	1	.680**	.198	.437**	.373*	.269	.357*	.229	-.040	.105	.447**	.553**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.240	.007	.023	.108	.030	.174	.813	.537	.005	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.4	Pearson Correlation	.539**	.603**	.680**	1	.335*	.753**	.728**	.405*	.250	.219	.089	.302	.553**	.522**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.043	.000	.000	.013	.135	.193	.600	.070	.000	.001	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.5	Pearson Correlation	.128	.233	.198	.335*	1	.392*	.231	.348*	.330*	.318	.373*	.474**	.458**	.517**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.449	.165	.240	.043		.016	.170	.035	.046	.055	.023	.003	.004	.001	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.6	Pearson Correlation	.539**	.506**	.437**	.753**	.392*	1	.679**	.482**	.302	.273	.394*	.508**	.503**	.522**	.794**

	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.007	.000	.016		.000	.003	.070	.103	.016	.001	.001	.001	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.7	Pearson Correlation	.326*	.278	.373*	.728**	.231	.679**	1	.176	.130	.137	.469**	.376*	.414*	.264	.599**
	Sig. (2-tailed)	.049	.096	.023	.000	.170	.000		.298	.444	.419	.003	.022	.011	.115	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.8	Pearson Correlation	.139	.392*	.269	.405*	.348*	.482**	.176	1	.422**	.500**	.287	.470**	.516**	.490**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.410	.016	.108	.013	.035	.003	.298		.009	.002	.085	.003	.001	.002	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.9	Pearson Correlation	.249	.407*	.357*	.250	.330*	.302	.130	.422**	1	.500**	.249	.229	.609**	.670**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.137	.012	.030	.135	.046	.070	.444	.009		.002	.137	.172	.000	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.10	Pearson Correlation	.109	.374*	.229	.219	.318	.273	.137	.500**	.500**	1	.305	.433**	.697**	.642**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.522	.023	.174	.193	.055	.103	.419	.002	.002		.067	.007	.000	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.11	Pearson Correlation	.083	-.070	-.040	.089	.373*	.394*	.469**	.287	.249	.305	1	.554**	.333*	.225	.419**
	Sig. (2-tailed)	.626	.683	.813	.600	.023	.016	.003	.085	.137	.067		.000	.044	.180	.010
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.12	Pearson Correlation	.200	.226	.105	.302	.474**	.508**	.376*	.470**	.229	.433**	.554**	1	.424**	.393*	.588**
	Sig. (2-tailed)	.234	.178	.537	.070	.003	.001	.022	.003	.172	.007	.000		.009	.016	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

x1.1	Pearson	.375	.473	.447	.553	.458	.503	.414	.516	.609	.697	.333	.424	1	.849	.813
3	Correlation	*	**	**	**	**	**	*	**	**	**	*	**		**	**
	Sig. (2-tailed)	.022	.003	.005	.000	.004	.001	.011	.001	.000	.000	.044	.009		.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
x1.1	Pearson	.461	.613	.553	.522	.517	.522	.264	.490	.670	.642	.225	.393	.849	1	.827
4	Correlation	**	**	**	**	**	**		**	**	**		**	**	*	**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.001	.001	.001	.115	.002	.000	.000	.180	.016	.000		.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Tota	Pearson	.635	.744	.705	.774	.548	.794	.599	.636	.601	.594	.419	.588	.813	.827	1
l	Correlation	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

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

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

Hasil Uji Validitas Y

Correlations

	y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	y.9	y.10	Total
y.1 Pearson Correlation	1	.518**	.586**	.572**	.501**	.658**	.623**	.666**	.649**	.535**	.782**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.001	.000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.2 Pearson Correlation	.518**	1	.477**	.460**	.619**	.556**	.545**	.626**	.750**	.583**	.756**
Sig. (2-tailed)	.001		.003	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.3 Pearson Correlation	.586**	.477**	1	.711**	.457**	.686**	.739**	.615**	.578**	.706**	.801**
Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

y.4	Pearson Correlation	.572**	.460**	.711**	1	.451**	.748**	.734**	.626**	.604**	.693**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.5	Pearson Correlation	.501**	.619**	.457**	.451**	1	.706**	.515**	.585**	.709**	.462**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.005	.005		.000	.001	.000	.000	.004	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.6	Pearson Correlation	.658**	.556**	.686**	.748**	.706**	1	.739**	.734**	.663**	.623**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.7	Pearson Correlation	.623**	.545**	.739**	.734**	.515**	.739**	1	.725**	.694**	.643**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.8	Pearson Correlation	.666**	.626**	.615**	.626**	.585**	.734**	.725**	1	.740**	.658**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.9	Pearson Correlation	.649**	.750**	.578**	.604**	.709**	.663**	.694**	.740**	1	.670**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
y.10	Pearson Correlation	.535**	.583**	.706**	.693**	.462**	.623**	.643**	.658**	.670**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000		.000
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Tot al	Pearson Correlation	.782**	.756**	.801**	.812**	.736**	.871**	.850**	.858**	.867**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

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

Lampiran 3

Hasil Uji Reabilitas X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	14

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	37	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Hasil Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	10

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	37	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	37	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Lampiran 4

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.567	.536	2.24910

a. Predictors: (Constant), Efektivitas Komunikasi

b. *Dependent Variable*: Pemahaman Instruksi

Lampiran 5 Tabel Distribusi

R tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3289	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3203	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694

F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.27	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89