

PENGARUH POLA KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA PT MELESSI FAJAR ABADI

¹Cicillia Benedecta ²Suryadi Wardiana

¹Universitas Buddhi Dharma ² Universitas Buddhi Dharma

¹Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang

¹ cicilbenedecta@gmail.com ² ydidie@gmail.com

ABSTRAK

Kata Kunci:
Komunikasi Efektif
Pola Komunikasi Organisasi
Lingkungan Kerja
Motivasi Kerja

Article history:

Received:

11 Februari 2026

Accepted:

20 Maret 2026

Available online:

12 Juni 2026

Komunikasi Organisasi yang efektif sangat penting untuk membangun lingkungan kerja yang produktif dan meningkatkan motivasi karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan satu variabel independen, yaitu Pola Komunikasi Organisasi (X), dan satu variabel dependen, yaitu Motivasi Kerja (Y). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden, yang mewakili seluruh karyawan PT Melessi Fajar Abadi, dengan menggunakan metode sampling jenuh. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis jalur dengan bantuan SmartPLS versi 4.1.1.4. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai pola komunikasi dan motivasi karyawan, sedangkan analisis jalur digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,802 dan nilai signifikansi (p -value) < 0,05. Nilai R Square sebesar 0,643 menunjukkan bahwa 64,3% variasi dalam motivasi kerja dapat dijelaskan oleh pola komunikasi organisasi. Komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, dan penggunaan media komunikasi yang efektif meningkatkan keterlibatan dan kolaborasi karyawan. Dampak positif ini tercermin dalam pertumbuhan pendapatan perusahaan dari Rp 30,59 miliar (2023) menjadi Rp 59,64.

ABSTRACT

Effective organizational communication is essential for building a productive work environment and enhancing employee motivation. This study aims to analyze the influence of organizational communication patterns on employee work motivation at PT Melessi Fajar Abadi. A quantitative approach was employed with one independent variable, namely Organizational Communication Patterns (X), and one dependent variable, namely Work Motivation (Y). Data were collected through questionnaires distributed to 30 respondents, representing all employees of PT Melessi Fajar Abadi, using a saturated sampling method. The data were analyzed using descriptive statistics and path analysis with the assistance of SmartPLS version 4.1.1.4. Descriptive statistics were used to provide an overview of communication patterns and employee motivation, while path analysis was used to examine the relationship between variables. The results show that organizational communication patterns have a positive and significant effect on work motivation, with a path coefficient value of 0.802 and a significance value (p -value) < 0.05. The R Square value of 0.643 indicates that 64.3% of the variation in work motivation can be explained by organizational communication patterns. Vertical communication, horizontal communication, and the effective use of communication media enhance employee engagement and collaboration. The positive impact is reflected in the company's revenue growth from IDR 30.59 billion (2023) to IDR 59.64 billion (2024), an increase of approximately 94.9%. Therefore, it can be concluded that effective organizational communication significantly contributes to increasing employee motivation at PT Melessi Fajar Abadi.

I. PENDAHULUAN

PT Melessi Fajar Abadi didirikan pada tanggal 7 September 2020, tepat di masa pandemi COVID-19 yang menghadirkan tantangan sekaligus peluang baru dalam industri food service. Sebagai perusahaan yang relatif baru, PT Melessi Fajar Abadi hadir dengan visi untuk mengisi kekosongan dan celah inovasi di industri food service, khususnya dalam tiga aspek utama yaitu penyebaran barang, kecepatan distribusi, dan edukasi konsumen. Perusahaan ini melihat adanya potensi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi kebutuhan pasar yang belum terlayani dengan optimal oleh pemain industri yang sudah ada sebelumnya. Dalam perjalanannya selama kurang lebih empat tahun, PT Melessi Fajar Abadi telah berkembang menjadi perusahaan dengan 30 karyawan yang terbagi dalam beberapa tim kerja. Struktur organisasi yang masih dalam tahap pengembangan ini membutuhkan pengelolaan komunikasi yang efektif untuk memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan. Sebagai perusahaan yang sedang tumbuh, PT Melessi Fajar Abadi terus berupaya membangun fondasi organisasi yang kuat, termasuk dalam hal pola komunikasi organisasi yang dapat mendukung kinerja dan motivasi karyawan.

Menurut Firdayanti dkk (2023), perusahaan yang bergerak di bidang *food service* seperti restoran membutuhkan komunikasi yang efektif dan gaya kepemimpinan yang tepat untuk meningkatkan kinerja karyawan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di sektor *food service*, yang menekankan pentingnya komunikasi dalam mendukung operasional bisnis di industri ini. Dalam Nurhabyana (2024) pola komunikasi yang jelas dan terbuka berperan signifikan dalam meningkatkan motivasi karyawan. Komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan, dapat menciptakan hubungan yang harmonis dan karyawan merasa dihargai serta lebih terlibat dalam pengambilan keputusan.

Dalam perjalanannya selama kurang lebih empat tahun, PT Melessi Fajar Abadi telah berkembang menjadi perusahaan dengan 30 karyawan yang terbagi dalam beberapa tim kerja. Struktur organisasi yang masih dalam tahap pengembangan ini membutuhkan pengelolaan komunikasi yang efektif untuk memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan. Sebagai perusahaan yang sedang tumbuh, PT Melessi Fajar Abadi terus berupaya membangun fondasi organisasi yang kuat, termasuk dalam hal pola komunikasi organisasi yang dapat mendukung kinerja dan motivasi karyawan. Komunikasi organisasi memegang peranan krusial dalam kesuksesan sebuah perusahaan, terlebih bagi perusahaan yang sedang berkembang seperti PT Melessi Fajar Abadi. Goldhaber (1986) dalam bukunya yang berjudul *Organizational Communication* menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Dalam konteks PT Melessi Fajar Abadi, pola komunikasi yang efektif menjadi semakin penting mengingat perusahaan bergerak di industri *food service* yang dinamis dan memiliki tantangan tersendiri dalam koordinasi antar departemen.

Observasi awal di PT Melessi Fajar Abadi menunjukkan adanya beberapa fenomena komunikasi organisasi yang perlu mendapat perhatian. Aliran informasi antara manajemen dan karyawan seringkali mengalami hambatan, terutama dalam hal penyampaian kebijakan baru dan pengambilan keputusan strategis. Komunikasi antar departemen juga belum berjalan secara optimal, yang berpotensi menimbulkan miskordinasi dalam pelaksanaan tugas. Selain itu, feedback system yang belum terstruktur dengan baik menyebabkan karyawan kesulitan dalam menyampaikan aspirasi dan kendala yang dihadapi dalam pekerjaan. Berdasarkan pengamatan di PT Melessi Fajar Abadi, terdapat indikasi bahwa motivasi kerja karyawan belum berada pada level optimal. Hal ini terlihat dari beberapa gejala seperti tingkat kehadiran yang fluktuatif, keterlambatan dalam penyelesaian tugas, dan kurangnya inisiatif dalam pengembangan ide dan solusi. Situasi ini tentu menjadi perhatian bagi manajemen mengingat motivasi kerja karyawan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya, terutama dalam konteks perusahaan yang sedang bertumbuh seperti PT Melessi Fajar Abadi.

Fenomena serupa juga teridentifikasi dalam penelitian Daeli dkk (2023) yang menemukan bahwa kurangnya komunikasi antara pimpinan dan karyawan dapat berdampak negatif pada motivasi dan disiplin kerja. Karyawan yang tidak mendapatkan arahan dan motivasi langsung dari pimpinan cenderung kurang disiplin dan tidak optimal dalam bekerja. Temuan ini mengindikasikan betapa pentingnya peran komunikasi

pimpinan dalam membangun motivasi kerja karyawan. Fenomena tersebut diduga memiliki kaitan erat dengan tingkat motivasi kerja karyawan. Robbins (2002) mendefinisikan motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Karyawan yang merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup atau tidak dilibatkan dalam aliran komunikasi organisasi cenderung mengalami penurunan motivasi kerja. Demikian pula, ketidakjelasan dalam penyampaian tugas dan ekspektasi kinerja dapat menyebabkan frustrasi dan menurunkan semangat kerja karyawan. Fenomena serupa juga teridentifikasi dalam penelitian Daeli dkk (2023) yang menemukan bahwa kurangnya komunikasi antara pimpinan dan karyawan dapat berdampak negatif pada motivasi dan disiplin kerja. Karyawan yang tidak mendapatkan arahan dan motivasi langsung dari pimpinan cenderung kurang disiplin dan tidak optimal dalam bekerja. Temuan ini mengindikasikan betapa pentingnya peran komunikasi pimpinan dalam membangun motivasi kerja karyawan. Fenomena tersebut diduga memiliki kaitan erat dengan tingkat motivasi kerja karyawan. Robbins (2002) mendefinisikan motivasi sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Karyawan yang merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup atau tidak dilibatkan dalam aliran komunikasi organisasi cenderung mengalami penurunan motivasi kerja. Demikian pula, ketidakjelasan dalam penyampaian tugas dan ekspektasi kinerja dapat menyebabkan frustrasi dan menurunkan semangat kerja karyawan.

Studi-studi terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan positif antara pola komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Rajhans (2009) menemukan bahwa komunikasi organisasi yang efektif dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Demikian pula, hasil penelitian Neves & Eisenberger (2012) mengindikasikan bahwa kualitas komunikasi manajemen karyawan berkorelasi positif dengan persepsi dukungan organisasi dan motivasi kerja. Penelitian Ahlakania (2024) mengungkapkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, meskipun besarnya pengaruh relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa selain pola komunikasi, terdapat faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi motivasi kerja pegawai, seperti lingkungan kerja, budaya organisasi, dan faktor individual.

Namun demikian, pengaruh yang signifikan tersebut tetap menegaskan pentingnya komunikasi yang efektif dalam organisasi untuk mendukung motivasi kerja pegawai. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Melessi Fajar Abadi. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh PT Melessi Fajar Abadi mempengaruhi tingkat motivasi kerja karyawan, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan pola komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan motivasi kerja karyawan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi organisasi secara teoretis, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi PT Melessi Fajar Abadi dalam upaya peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengujian teori melalui data numerik yang dapat digeneralisasi, dengan menekankan aspek keterukuran dan objektivitas sesuai dengan pandangan Creswell (2014). Menurut (Creswell, 2014), pendekatan kuantitatif menekankan pada proses deduktif dalam pengujian teori, di mana peneliti mulai dari kerangka teori dan hipotesis yang dirumuskan sebelumnya, lalu mengumpulkan data numerik yang diolah untuk memperoleh data yang dapat digeneralisasikan. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya memberikan struktur dalam pelaksanaan riset, tetapi juga menjamin keterukuran dan obyektivitas dalam proses pengambilan data ilmiah.

Metode penelitian yang diterapkan adalah metode survei yang bertujuan memperoleh informasi dari responden representatif melalui kuesioner terstruktur. Subjek penelitian terdiri dari seluruh karyawan aktif PT Melessi Fajar Abadi yang telah bekerja minimal enam bulan dan terlibat dalam komunikasi organisasi, sementara objek penelitian mengkaji pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan. Populasi penelitian mencakup seluruh 30 karyawan perusahaan, dan karena jumlahnya yang

relatif kecil, teknik sampling jenuh (sensus) diterapkan dimana seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (X) pola komunikasi organisasi dengan 6 indikator utama yang tercantum dalam 14 pernyataan, dan variabel terikat (Y) motivasi kerja karyawan dengan 2 indikator utama yang dijabarkan dalam 14 pernyataan, diukur menggunakan Skala Likert 1-5. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online sebagai data primer, sedangkan analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan *software* SmartPLS. Penelitian dilaksanakan di PT Melessi Fajar Abadi, Tangerang, Banten pada periode 25 Maret hingga 25 Juni.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Melessi Fajar Abadi adalah perusahaan yang bergerak di bidang food service yang berlokasi di Jl. Villa Golf Barat I No. 22, RT 004/007, Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Melvern Clark, yang mengembangkan bisnis keluarga yang telah dimulai sejak tahun 2005 dengan merek "Melessi" oleh Bapak Andy Chia dan Ibu Melany Surjana. Merek ini awalnya dibuat untuk menyediakan produk sehat, berkualitas, dan terjangkau. Pada tahun 2018, Melvern Clark memperluas toko ritel orang tuanya ke ranah daring untuk memudahkan pelanggan mengakses berbagai kebutuhan. Pada tahun 2020, Melvern Clark mendirikan PT Melessi Fajar Abadi dengan filosofi "*we are only as happy as our customers,*" yang berarti perusahaan hanya akan merasa puas dan senang ketika semua pelanggannya merasa puas dan senang. Perusahaan ini terus berkembang dengan fokus menyediakan solusi bagi pengusaha grosir, ritel, kafe, restoran, hotel, pabrik, dan katering. Sejak berdirinya, PT Melessi Fajar Abadi terus meningkatkan pelayanan dan ketersediaan barang, yang dibuktikan dengan bertambahnya jumlah karyawan dan armada.



Gambar 4.1 Logo Perusahaan

Saat ini, perusahaan memiliki sekitar 30 karyawan yang terbagi dalam beberapa divisi. Meskipun reputasinya baik dan banyak diminati oleh pelaku bisnis makanan dan minuman, perusahaan menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat dan beragamnya merek di pasar. Untuk tetap kompetitif, perusahaan perlu terus berinovasi dalam ketersediaan barang dan layanan, serta meningkatkan pola komunikasi internal agar koordinasi dapat berjalan maksimal dan menghindari masalah di masa depan. Visi PT Melessi Fajar Abadi adalah menjadi solusi dalam akselerasi perkembangan dan pengembangan bagi semua pengusaha grosir, ritel, kafe, restoran, hotel, pabrik, dan katering. Misi perusahaan meliputi tiga hal utama:

1. Mengembangkan usaha mereka melalui berbagai kemudahan akses terhadap bahan baku berkualitas.
2. Mempermudah akses pengusaha grosir, ritel, kafe, restoran, hotel, pabrik, dan katering terhadap bahan baku berkualitas tinggi.
3. Membantu pengusaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar yang berubah, dengan menyediakan produk dan layanan yang selalu up-to-date serta relevan dengan kebutuhan industri food service.

Hasil Penelitian

Distribusi jenis kelamin menunjukkan komposisi yang seimbang dengan 53,3% laki-laki (16 orang) dan 46,7% perempuan (14 orang). Keseimbangan gender ini memberikan menunjukkan pola komunikasi organisasi dan motivasi kerja, mengingat laki-laki cenderung lebih fokus pada aspek instruksional dan pencapaian target, sementara perempuan lebih memperhatikan aspek emosional dan dukungan sosial dalam komunikasi. Dari segi usia, mayoritas karyawan (50%) berada dalam rentang 21-23 tahun yang termasuk Generasi Z. Karakteristik generasi ini adalah kemahiran dalam komunikasi digital, preferensi terhadap pesan yang langsung dan informal, serta adaptasi yang cepat terhadap perubahan. Adanya karyawan dari generasi yang lebih matang (30-36 tahun) juga memberikan perspektif yang berharga mengenai preferensi komunikasi yang lebih terstruktur. Berdasarkan lama bekerja, sebagian besar karyawan memiliki pengalaman kerja 1-3 tahun (46,7%) dan 6-12 bulan (40%).

Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan telah melewati masa adaptasi dan cukup memahami budaya organisasi perusahaan. Tidak ada karyawan dengan masa kerja kurang dari 6 bulan, sehingga semua responden memiliki pemahaman yang memadai tentang pola komunikasi organisasi di perusahaan. Selain itu, seluruh responden (100%) menyatakan aktif berpartisipasi dalam kegiatan organisasi perusahaan. Tingkat partisipasi yang tinggi ini menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan budaya organisasi yang inklusif dan komunikasi dua arah yang efektif, dimana karyawan tidak hanya menerima instruksi tetapi juga memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 28 pernyataan dalam kuesioner, dapat disimpulkan bahwa karyawan PT Melessi Fajar Abadi memberikan tanggapan yang sangat positif mengenai pola komunikasi organisasi dan motivasi kerja di perusahaan. Pada variabel pola komunikasi organisasi, nilai mean berkisar antara 4,133 hingga 4,400 menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi dari responden. Komunikasi vertikal dinilai sangat efektif, *particularly* dalam hal kejelasan instruksi dan kelengkapan informasi kebijakan perusahaan. Komunikasi horizontal dan diagonal juga berjalan dengan baik, ditunjukkan oleh kemudahan berinteraksi antar divisi dan lintas level jabatan. Saluran komunikasi baik formal maupun informal dinilai sangat efektif, dengan aplikasi *WhatsApp* memperoleh nilai mean tertinggi sebagai media komunikasi yang cepat dan efisien. Sementara itu, untuk variabel motivasi kerja, nilai mean berada pada rentang 4,000 hingga 4,300 yang mengindikasikan tingkat motivasi karyawan yang tinggi.

Karyawan merasa bahwa pekerjaan mereka memiliki makna dan dampak positif baik bagi diri sendiri maupun perusahaan. Lingkungan kerja dinilai nyaman dan mendukung produktivitas, sementara perusahaan dianggap memberikan ruang yang memadai untuk pengembangan karir. Aspek tunjangan dan kesejahteraan juga memperoleh penilaian yang positif dari sebagian besar karyawan. Nilai *standard deviation* yang relatif rendah pada kedua variabel menunjukkan konsistensi pandangan di antara para responden. Secara keseluruhan, hasil analisis mengungkapkan bahwa PT Melessi Fajar Abadi telah berhasil menciptakan lingkungan kerja yang komunikatif dan motivasional. Pola komunikasi yang efektif telah mendukung terciptanya motivasi kerja yang tinggi di kalangan karyawan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan kembali, *particularly* dalam konsistensi penyampaian informasi melalui saluran formal dan optimalisasi prosedur komunikasi untuk memastikan semua karyawan menerima informasi yang merata dan jelas.

Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk (*Convergent*)

POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X)	0.967	0.969	0.971	0.705
MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)	0.968	0.972	0.971	0.705

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dan validitas konstruk, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk kedua variabel (X dan Y) memiliki kualitas yang sangat baik dan memenuhi semua kriteria pengukuran. Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,967 dan 0,968 serta nilai rho_A sebesar 0,969 dan 0,972 menunjukkan tingkat reliabilitas dan konsistensi internal yang sangat tinggi. Selain itu, nilai Composite Reliability sebesar 0,971 mengonfirmasi keakuratan reliabilitas komposit, sementara nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0,705 membuktikan bahwa validitas konvergen dari kedua variabel tersebut sangat baik karena telah melampaui ambang batas minimum. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh sangat konsisten, stabil, dan akurat untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Berikut adalah hasil uji validitas pada penelitian ini yang dilakukan dengan metode SEM-PLS, menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan *Cross Loadings* untuk mengukur validitas diskriminan.

a. ***Fornell Lacker Criterion***

	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X)	MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)
POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X)	0.840	
MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)	0.802	0.840

Tabel 4.2 *Fornell Lacker Criterion*

Berdasarkan tabel diatas, hasil *Fornell Larcker* terlihat bahwa nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk yaitu Pola Komunikasi Organisasi (X) dan Motivasi Kerja Karyawan (Y) adalah sebesar 0.840. Nilai ini lebih tinggi daripada nilai korelasi antara kedua konstruk, yaitu 0.802. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai, karena nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Dengan kata lain, variabel Pola Komunikasi Organisasi lebih kuat mengukur dirinya sendiri dibandingkan hubungannya dengan variabel Motivasi Kerja Karyawan, begitu juga sebaliknya.

b. *Cross Loading*

	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X)	MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)
X1	0.735	0.650
X2	0.857	0.727
X3	0.864	0.687
X4	0.724	0.624
X5	0.877	0.733
X6	0.849	0.674
X7	0.808	0.779
X8	0.825	0.648
X9	0.929	0.692
X10	0.791	0.571
X11	0.870	0.699
X12	0.857	0.610
X13	0.859	0.628
X14	0.887	0.636
Y1	0.581	0.743
Y2	0.631	0.827
Y3	0.514	0.807
Y4	0.611	0.873
Y5	0.618	0.816
Y6	0.543	0.799
Y7	0.686	0.835
Y8	0.737	0.868
Y9	0.723	0.782
Y10	0.853	0.920
Y11	0.695	0.895
Y12	0.795	0.911
Y13	0.584	0.825
Y14	0.707	0.835

Tabel. 4.4 *Cross Loading*

Berdasarkan tabel cross loadings, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk kedua variabel dinyatakan sangat valid. Pada variabel Pola Komunikasi Organisasi (X), seluruh indikator menunjukkan nilai di atas 0,700 terhadap konstruksya, yang membuktikan bahwa setiap item secara konsisten dan tepat mengukur variabel X sehingga instrumen ini valid dan relevan untuk menggambarkan pola komunikasi dalam organisasi. Sementara itu,

pada variabel Motivasi Kerja Karyawan (Y), seluruh indikator juga memiliki nilai cross loading di atas 0,700, yang menunjukkan bahwa setiap item berhasil merepresentasikan variabel Y dengan baik dan telah terbukti mampu menggambarkan motivasi kerja secara akurat dan dapat diandalkan. Berdasarkan tabel cross loadings, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk kedua variabel dinyatakan sangat valid. Pada variabel Pola Komunikasi Organisasi (X), seluruh indikator menunjukkan nilai di atas 0,700 terhadap konstruksya, yang membuktikan bahwa setiap item secara konsisten dan tepat mengukur variabel X sehingga instrumen ini valid dan relevan untuk menggambarkan pola komunikasi dalam organisasi. Sementara itu, pada variabel Motivasi Kerja Karyawan (Y), seluruh indikator juga memiliki nilai cross loading di atas 0,700, yang menunjukkan bahwa setiap item berhasil merepresentasikan variabel Y dengan baik dan telah terbukti mampu menggambarkan motivasi kerja secara akurat dan dapat diandalkan.

R Square

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)	0.643	0.630

Tabel 4. 4 *R Square*

Berdasarkan tabel hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kekuatan prediktif yang baik. Nilai Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,643 mengindikasikan bahwa variabel independen dalam model mampu menjelaskan sebanyak 64,3% variasi yang terjadi pada variabel dependen, yaitu motivasi kerja karyawan. Sementara itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,630 memberikan gambaran yang lebih akurat setelah menyesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, yang berarti sekitar 63,0% variasi motivasi kerja karyawan dapat dijelaskan oleh model tanpa adanya risiko *overfitting*. Kedua nilai yang cukup tinggi dan saling berdekatan ini menunjukkan bahwa model yang digunakan cukup kuat dan andal dalam menerangkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan sangat efektif dan kuat. Dengan nilai *R Square* dan *Adjusted R Square* yang tinggi, model ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam motivasi kerja karyawan. Artinya, pola komunikasi organisasi yang diterapkan di perusahaan ini berperan signifikan dalam mempengaruhi motivasi kerja karyawan.

Uji Effect Size (F^2)

Variabel	Motivasi Kerja Karyawan (Y)
POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X)	1,779

Tabel 4.5 *Uji Effect Size (F^2)*

Effect size (f^2) adalah ukuran statistik yang menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model. Nilai f^2 memberikan informasi seberapa besar kontribusi suatu variabel dalam menjelaskan variabilitas pada variabel terikat. Adapun interpretasi umum untuk f^2 adalah: 0,02 = kecil, 0,15 = sedang, dan 0,35 = besar. Pada penelitian ini, nilai F^2 sebesar 1,779 menunjukkan bahwa Pola Komunikasi Organisasi (X) memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y). Nilai ini jauh di atas ambang batas 0,35, yang berarti kontribusinya terhadap variabel Y sangat signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perubahan dalam pola komunikasi organisasi secara nyata

memberikan dampak yang besar terhadap peningkatan motivasi kerja karyawan. Artinya, semakin efektif pola komunikasi yang diterapkan dalam organisasi, maka semakin tinggi pula tingkat motivasi kerja para karyawannya.

Hasil Uji Hipotesis

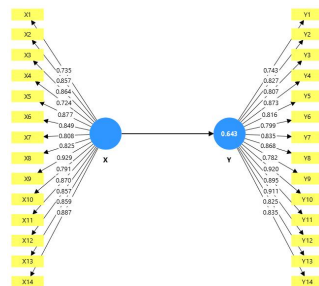
Path Coefficients (Pengaruh Langsung/Direct Effect)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>
POLA KOMUNIKASI ORGANISASI (X) -> MOTIVASI KERJA KARYAWAN (Y)	0.802	0.783	0.107	7.469	0.000

Tabel 4. 6 *Path Coefficients*

Berdasarkan data yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa Pola Komunikasi Organisasi (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y). Koefisien jalur sebesar 0.802 mengindikasikan bahwa peningkatan pada pola komunikasi organisasi akan diikuti oleh kenaikan motivasi kerja karyawan. Nilai rata-rata dari sampel bootstrapping sebesar 0.783 memperkuat konsistensi pengaruh positif ini di berbagai sampel. Variasi yang rendah (STDEV 0.107) menunjukkan stabilitas dan keandalan hasil estimasi. Nilai T-statistik sebesar 7.469 yang jauh melampaui nilai kritis 1.96, serta nilai-p 0.000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, mengonfirmasi bahwa pengaruh yang diamati sangat signifikan dan dapat dipercaya secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi merupakan faktor penentu yang penting terhadap motivasi kerja karyawan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Struktural



Gambar 4. 7 Hubungan Struktural antara Pola Komunikasi organisasi dan Motivasi Kerja Karyawan

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa Pola Komunikasi Organisasi (X) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.802 yang mengindikasikan hubungan yang kuat, dimana peningkatan kualitas komunikasi organisasi akan diikuti oleh peningkatan motivasi kerja karyawan. Model ini mampu menjelaskan 64.3% variasi dalam Motivasi Kerja Karyawan melalui nilai R^2 sebesar 0.643, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Seluruh indikator untuk kedua variabel menunjukkan loading factors yang tinggi, dengan rentang 0.650 hingga 0.920, yang membuktikan bahwa semua indikator tersebut secara konsisten dan akurat mengukur konstruk

variabel yang dimaksud. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa Pola Komunikasi Organisasi merupakan faktor determinan yang penting dalam mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan.

Dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas dan validitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian sangat handal dan akurat, dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,90 untuk kedua variabel, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar 0,705 yang memenuhi kriteria validitas konvergen. Uji validitas diskriminan melalui *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross Loadings* mengkonfirmasi bahwa setiap konstruk mampu dibedakan secara tepat dan semua indikator berkontribusi kuat dalam mengukur variabelnya. Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap motivasi kerja karyawan, dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,643 yang berarti 64,3% variasi motivasi kerja dapat dijelaskan oleh pola komunikasi organisasi. Nilai effect size (f^2) sebesar 1,779 mengindikasikan pengaruh yang sangat besar, jauh melebihi ambang batas 0,35. Hasil uji hipotesis melalui analisis path coefficients memperkuat temuan ini dengan nilai koefisien jalur 0,802 dan *T-statistic* 7,469 (*p-value* 0,000), yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara statistik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SEM-PLS, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi yang diterapkan di PT Melessi Fajar Abadi berperan sangat penting dalam mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang berlangsung dalam perusahaan dinilai saling melengkapi dan memberikan kontribusi positif terhadap motivasi kerja karyawan. Karyawan yang merasa mendapatkan arahan yang jelas dari atasan, memiliki kesempatan untuk memberikan umpan balik yang konstruktif, serta merasa dihargai dalam komunikasi antar rekan kerja, cenderung memiliki tingkat motivasi kerja yang lebih tinggi. Kejelasan instruksi dari atasan dan umpan balik yang diterima memperkuat rasa keterlibatan karyawan di dalam pekerjaan.

Hal ini terbukti dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.6 yang menunjukkan mean 4.133 pada item X-1, menandakan mayoritas karyawan menilai instruksi yang diberikan jelas dan konsisten. Selain itu, hasil item X-3 pada tabel 4.8 yang mengukur kebebasan memberikan umpan balik kepada atasan menunjukkan mean 4.233, mengindikasikan adanya ruang terbuka bagi karyawan untuk menyampaikan masukan, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang meningkatkan motivasi dan komitmen kerja.

Selain komunikasi vertikal, komunikasi horizontal antar rekan kerja juga memberikan kontribusi besar. Hasil uji item X-6 hingga X-8 pada tabel 4.11–4.13 menunjukkan mean 4.133 hingga 4.233 dengan skewness negatif, menandakan komunikasi lintas divisi berjalan baik, mendukung kolaborasi, dan memperkuat kepercayaan diri karyawan dalam menyelesaikan tugas. Dari sisi media komunikasi, penggunaan saluran yang efisien seperti email dan grup WhatsApp mempermudah distribusi informasi. Item X-9 pada tabel 4.14 menunjukkan mean 4.200 untuk efektivitas email, sedangkan item X-14 pada tabel 4.19 menunjukkan mean 4.400 untuk penggunaan WhatsApp sebagai komunikasi informal. Hal ini mempercepat aliran informasi, mempererat hubungan, dan menambah kenyamanan dalam bekerja. Secara keseluruhan, pola komunikasi yang baik, jelas, dan mudah diakses meningkatkan motivasi kerja, yang berdampak langsung pada efektivitas operasional dan hubungan antar individu.

Data pada tabel 4.20–4.24 (item Y-1 hingga Y-5) menunjukkan mean 4.0 hingga 4.3, menandakan karyawan merasa pekerjaan mereka bermakna, memberikan dampak positif, dan mendukung pengembangan profesional. Dampak positif peningkatan motivasi kerja ini tercermin pada kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan laporan laba rugi, total pendapatan (revenue) PT Melessi Fajar Abadi meningkat signifikan dari Rp30,59 miliar pada 2023 menjadi Rp59,64 miliar pada 2024, atau mengalami kenaikan sekitar 94,9%. Lonjakan penjualan ini mengindikasikan bahwa motivasi kerja yang tinggi, didukung oleh komunikasi organisasi yang efektif, berkontribusi pada peningkatan produktivitas, pelayanan pelanggan, dan efisiensi operasional, sehingga mendorong pertumbuhan pendapatan perusahaan secara substansial. Oleh karena itu, PT Melessi Fajar Abadi perlu terus mengevaluasi dan mengoptimalkan pola komunikasinya, baik formal maupun informal, serta melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan. Dengan strategi ini, perusahaan dapat mempertahankan motivasi kerja yang tinggi dan sekaligus menjaga tren pertumbuhan penjualan di masa depan.

IV.SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja karyawan di PT Melessi Fajar Abadi. Beberapa temuan kunci dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, pola komunikasi vertikal terbukti berpengaruh terhadap motivasi kerja. Komunikasi yang jelas antara atasan dan bawahan merupakan faktor penting dalam meningkatkan semangat kerja karyawan. Instruksi yang tegas serta umpan balik yang konstruktif dari pimpinan berperan dalam menciptakan rasa keterlibatan dan kepuasan kerja. Karyawan yang merasa mendapat arahan tepat dan pengakuan cenderung bekerja dengan dedikasi dan semangat yang lebih tinggi. Kedua, pola komunikasi horizontal berperan dalam meningkatkan kolaborasi antarkaryawan.

Komunikasi yang efektif antarsesama rekan kerja, baik dalam tim maupun antar departemen, memberikan dampak positif terhadap motivasi. Karyawan yang dapat berkomunikasi dengan mudah dan efisien merasa lebih didukung sehingga termotivasi untuk berkontribusi mencapai tujuan perusahaan. Hal ini menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan memperkuat semangat tim. Ketiga, efektivitas media komunikasi, baik formal maupun informal, juga memberikan dampak signifikan. Penggunaan saluran komunikasi yang tepat, seperti email dan grup WhatsApp, terbukti efektif dalam menyampaikan informasi secara cepat dan jelas. Hal ini membantu karyawan menjalankan tugas dengan lebih efisien serta meningkatkan rasa keterlibatan dan tanggung jawab terhadap perusahaan.

Secara keseluruhan, pola komunikasi organisasi di PT Melessi Fajar Abadi memainkan peran krusial dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Komunikasi yang terbuka, jelas, dan efisien tidak hanya meningkatkan kepuasan karyawan, tetapi juga memperkuat hubungan antarpihak di dalam organisasi. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kinerja individu sekaligus pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus mengoptimalkan pola komunikasi yang ada agar tercipta lingkungan kerja yang produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahlakania, N. (2024). Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai di Kantor Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(11). <https://doi.org/10.5281/ZENODO.12601225>
- Anis Safitri, R., Taszya Risaldi, B., Oktaviani, M., & Kunci, K. (2019). Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Biro Humas Keenterian Perindustrian. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(2), 157–170. <https://doi.org/10.24329/JURKOM.V2I2.63>
- An'umillah, T., Suparman, Saleh, A., Haripin, R., Manisya, N., Widia, A., Maharani, K., & Azzahra, M. (2024). Pola Komunikasi Organisasi dalam Membangun Motivasi Kerja Karyawan pada CV Nadhif Engineering. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(2), 9. <https://doi.org/10.53697/ISO.V4I2.2000>

- Asteria, B., Achmad, D., Stie, N., & Wiwaha, W. (2021). ANALISIS PENGARUH PELATIHAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PD BPR BANTUL. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, 1(1). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v1i1.xxx>
- Chieristian, G., Ayu Candraningrum, D., & Pola Aliran Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di Bliblicom Studi Kasus, P. (2019). Pengaruh Pola Aliran Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Kasus pada Divisi IT di Blibli.com). *Koneksi*, 2(2), 365–371. <https://doi.org/10.24912/KN.V2I2.3908>
- Chin, W. W., & Dibbern, J. (2010). An Introduction to a Permutation Based Procedure for Multi-Group PLS Analysis: Results of Tests of Differences on Simulated Data and a Cross Cultural Analysis of the Sourcing of Information System Services Between Germany and the USA. *Handbook of Partial Least Squares*, 171–193. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_8
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. SAGE Publications, Inc.
- Daeli, E. J., Junaidi, J., & Nuraflah, C. A. (2023). PERANAN POLA KOMUNIKASI PIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA WAROENGBERITA.COM. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 6(2), 50–58. <https://doi.org/10.46576/JNM.V6I2.3537>
- Eddy Sarwono, A., Asih Handayani MSi, A., Sumpah Pemuda No, J., Surakarta, K., & Appti, A. (2021). *Metode Kuantitatif Penulis*.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Faria, S., & Goncalves, S. (2019). POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI GAJAYANA TV. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(1), 150–157. <https://doi.org/10.33366/JISIP.V8I1.1597>
- Fauzi, F., Wardi, Y., & Thaib, I. (2023). Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan: Systematic Literature Review. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 6(2), 156–165. <https://doi.org/10.32500/JEMATECH.V6I2.4632>
- Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi Kerja Sumber Daya Manusia dalam Organisasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 1(1), 29–34. <https://doi.org/10.71383/WBQ52H63>
- Firdayanti, F., Ahmad, J., & Ramly, A. T. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Restoran Kedai Kita Bogor. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(2), 190–195. <https://doi.org/10.29244/MIKM.18.2.190-195>
- Goldhaber, G. M. (1986). *Organizational Communication*.
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*.
- Herzberg, F., Bernard Mausner, & Barbara Bloch Snyderman. (1959). *The Motivation to Work*. https://books.google.co.id/books/about/The_Motivation_to_Work.html?hl=id&id=5ohNXIUWeXcC&redir_esc=y
- Irawan, A., Fadli, U. M., & Suherman, E. (2023). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Intervening (Survey Pada Karyawan Produksi PT. Sanghiang Perkasa Kalbe Nutritionals Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5691–5705. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V4I5.2924>

- Lasswell, H. D. (2006). *The Structure and Function of Communication in Society*. https://books.google.co.id/books/about/The_Structure_and_Function_of_Communicat.html?hl=id&id=UsRsMwEACAAJ&redir_esc=y
- Liliweri, Alo. (2003). *Dasar-dasar komunikasi antarbudaya*. Pustaka Pelajar.
- Lindawati. (2021). *PENGARUH KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) MATARAM*. <https://repository.ummat.ac.id/2241/1/COVER-BAB%20III.pdf>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2020). *Theories of human communication (11th ed.)*. Waveland Press.
- Moekijat. (1993). *Pengembangan Organisasi*. PT Remaja Rosdakarya. <https://onsearch.id/Record/IOS3657.INLIS00000000009606>
- Neuman, W. Lawrence. (2014). *Social research methods : qualitative and quantitative approaches*. Pearson.
- Neves, P., & Eisenberger, R. (2012). Management Communication and Employee Performance: The Contribution of Perceived Organizational Support. *Human Performance*, 25(5), 452–464. <https://doi.org/10.1080/08959285.2012.721834>
- Nurhabyana, N. (2024). *ANALISIS POLA KOMUNIKASI ORGANISASI UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI KARYAWAN PADA CV KREASI PISANG INDONESIA DI MAKASSAR*.
- Pratiwi, M. A. (2022). THE DIFFERENCES BETWEEN THEORETICAL FRAMEWORK AND CONCEPTUAL FRAMEWORK IN SCIENTIFIC RESEARCH. *Idealog: Ide dan Dialog Desain Indonesia*, 7(2), 199–210. <https://doi.org/10.25124/idealog.v7i2.5014>
- Rajhans, K. (2009). *Effective Organizational Communication: A key to employee motivation and performance*. *Interscience Management Review*, 2(2).
- Rivai, V., Bachtiar, & Boy Rafli Amar. (2014). *Pemimpin dan kepemimpinan dalam organisasi*. Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2013.
- Robbins, S. P. (2002). *Essentials of Organizational Behavior*.
- Rodiah, I. (2020). Theoretical Sensitivity: Mengungkap Konsep dalam Penelitian Ilmiah Kajian Sastra. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 5(1), 83–96. <https://doi.org/10.14421/JKII.V5I1.1138>
- Sari, D. W., & Putri, Y. R. (2019). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Lembaga Pengelola Dana Pendidikan. *eProceedings of Management*, 6(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8584>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods For Business (Fifth)*. A John Wiley and Sons, Ltd, Publication.
- Setyawati, N. K. D., Prijowidodo, G., & Inggrit, I. (2019). Pola Komunikasi Organisasi PDI PERJUANGAN Dalam Proses Kaderisasi Di DPC Kabupaten Sidoarjo. *Scriptura*, 8(1), 30–40. <https://doi.org/10.9744/scriptura.8.1.30-40>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tabarok, E. A. (2021). *Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pada Unit Kegiatan Mahasiswa Seni Religius UIN Maulana Malik Ibrahim MALANG*.