



CONTENT: JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES

Journal homepage: <https://cjcs.usu.ac.id>



Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pada Karyawan Salam Televisi Medan

Aditya Permana*¹ 

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Dharmawangsa

*Corresponding Author: 19231026@mhs.dharmawangsa.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 16

November 2023

Revised: 28

November 2023

Accepted: 28

November 2023

Available online: 28 November 2023

E-ISSN:

P-ISSN:

Keywords:

- A. Permana (2023). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pada Karyawan Salam Televisi Medan. *Content: Journal of Communication Studies*, 1(2), 32-37

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja pada karyawan Salam Televisi. Bentuk penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang disebar ke responden yaitu karyawan Salam Televisi yang berjumlah sebanyak 27 orang. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan metode regresi linear sederhana dengan mengolah data penelitian menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja pada karyawan ke dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 78% untuk iklim komunikasi organisasi dan 85% untuk motivasi kerja. Setelah melakukan analisis pada hasil data dari kuesioner, ditemukan persamaan regresi dari kedua variabel $Y = 4,127 + 0,418X$. Kemudian koefisien regresi sebesar 0,643 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang akan dibandingkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,05, maka dengan demikian $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa terdapat signifikan antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja. Dengan memiliki pengaruh sebesar 41,4% yang berasal dari hasil perhitungan koefisien determinasi.

Keywords: Iklim Komunikasi Organisasi, Motivasi Kerja, Karyawan.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

<http://doi.org/10.26594/register.v6i1.idarticle>

1. Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak hanya berinteraksi dengan antar individu saja, tetapi mencakup lingkup organisasi. Komunikasi dalam suatu organisasi merupakan hal mendasar dalam mencapai tujuan organisasi. Organisasi merupakan sekelompok orang yang di dalamnya menjalin kerja sama dalam rangka mencapai suatu tujuan yang sama. Kemampuan komunikasi merupakan faktor penentu kesuksesan setiap organisasi untuk tumbuh dan berkembang. Kemampuan komunikasi dalam organisasi diperlukan dalam setiap kondisi, misalnya pada saat mempersiapkan perencanaan program, pelaksanaan serta evaluasinya (Purba, dkk. 2021;93). Pembentukan komunikasi yang efektif akan memungkinkan perusahaan untuk bekerja dengan baik, dan begitu juga sebaliknya. Komunikasi yang buruk dalam suatu perusahaan kemungkinan besar akan

mengakibatkan kinerja organisasi yang buruk. Komunikasi dalam sebuah organisasi menduduki posisi sentral dalam konsep iklim organisasi. Iklim organisasi dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa dalam organisasi terdapat kekuatan-kekuatan fisik dan sosial yang bertahan cukup lama dan memiliki pengaruh pada perilaku sosial para anggota, baik perilaku terhadap sesama anggota, terhadap atasan, maupun terhadap bawahan (Hardjana, 2019: 239). Pace dan Faules (2013: 113) menyebutkan bahwa, “Iklim komunikasi organisasi yang kondusif, nyaman, dan positif penting untuk meningkatkan motivasi kerja anggota dalam organisasi.” Sejalan dengan pernyataan Keith Davis (1985: 122) dalam buku *Human Behavior at Work* menyebutkan bahwa, “Iklim memengaruhi motivasi, kinerja, dan kepuasan kerja karyawan. Iklim menciptakan bagi segenap karyawan ekspektasi khusus tentang akibat apa yang akan terjadi dari berbagai tindakan. Karyawan mengharapkan ganjaran, kepuasan kerja, dan rasa frustrasi berdasar persepsinya tentang iklim organisasi” (Hardjana, 2019: 247). Motivasi setiap orang di tempat kerja memiliki dampak yang signifikan pada kinerja yang mereka berikan kepada organisasi. Faktor fundamental dalam menciptakan loyalitas karyawan terhadap perusahaan adalah motivasi. Tujuan dari motivasi adalah untuk mempengaruhi perilaku karyawan agar sesuai dengan tujuan organisasi. Semakin banyak usaha yang dimasukkan ke dalam pekerjaan seseorang, semakin didorong seseorang dianggap oleh orang-orang di sekitarnya. Dalam hal ini, motivasi kerja memiliki keterkaitan yang erat dengan iklim komunikasi organisasi. Sejalan dengan Panuju dan Narena (2019: 34-35) yang menyebutkan bahwa iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja merupakan beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas komunikasi yang terjadi dalam sebuah organisasi.

Pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja telah banyak diteliti di berbagai lingkungan organisasi. Penelitian telah menunjukkan bahwa iklim komunikasi secara signifikan mempengaruhi motivasi kerja, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja karyawan (Sugiarto & Putra, 2020). Lebih lanjut, iklim organisasi telah ditemukan memiliki pengaruh positif langsung terhadap motivasi kerja, dan motivasi kerja berperan sebagai mediator pengaruh iklim organisasi terhadap kepuasan kerja (Marpaung, 2021). Selain itu, dampak iklim organisasi pada motivasi kerja telah diamati memiliki efek langsung positif pada perilaku organisasi kewarganegaraan (OCB) (Sinaga et al., 2019). Selain itu, persepsi iklim inovatif dan pembelajaran organisasi telah dikaitkan dengan motivasi kerja di perusahaan IT kecil dan menengah, yang menunjukkan pentingnya faktor-faktor ini dalam menumbuhkan motivasi karyawan (Fernandes et al., 2016). Pengaruh motivasi kerja, disiplin kerja, dan komunikasi interpersonal terhadap kinerja guru juga telah diteliti, menyoroti keterkaitan faktor-faktor tersebut dalam mendorong motivasi dan kinerja karyawan (Haruna & Siti, 2020). Selain itu, pengaruh motivasi terhadap perilaku kewarganegaraan organisasional (OCB) telah diteliti, dengan menekankan peran mediasi komitmen organisasional dalam hubungan ini (Ibrahim & Aslinda, 2015). Selain itu, prediktor seperti iklim organisasi, budaya organisasi, desain pekerjaan, dan penyesuaian yang wajar telah diidentifikasi sebagai faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku organisasi dan keterlibatan pegawai penyandang disabilitas, menggarisbawahi dampak yang lebih luas dari iklim organisasi terhadap motivasi dan keterlibatan pegawai (Hashim & Wok, 2014).

Menurut hasil observasi yang telah dilaksanakan di Salam TV, dapat dilihat bahwasanya komunikasi yang tercipta di antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lain berjalan cukup lancar. Suasana kerja di Salam TV cukup kondusif dikarenakan kepercayaan dan sikap tolong-menolong antar sesama karyawan berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dalam rapat bulanan yang dilakukan, seluruh karyawan yang terlibat dapat menyampaikan pendapatnya masing-masing dan yang lainnya dapat mendengarkan dengan baik. Namun dalam usaha menciptakan iklim komunikasi organisasi yang baik ditemukan beberapa kendala yang dihadapi di Salam TV. Salah satunya adalah *miscommunication* yang terjadi di kalangan manajemen dan karyawan. Misalnya, apabila terdapat karyawan yang tidak berhadir dalam acara pembagian *reward*, maka oleh pihak manajemen hal tersebut dianggap sebagai bentuk penolakan karyawan. Padahal yang sesungguhnya terjadi adalah dikarenakan oleh waktu kerja yang berbenturan dengan kegiatan *reward* yang dilakukan. Masalah gesekan dalam komunikasi seperti ini dapat menimbulkan masalah yang baru, oleh karena itu, sangat penting untuk memanfaatkan lingkungan komunikasi tempat kerja yang positif. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan, serta di antara rekan kerja, sangat penting untuk meningkatkan motivasi kerja. Hal ini dimaksudkan bahwa dengan komunikasi yang efektif, kerja sama yang kuat dapat dikembangkan untuk memecahkan berbagai masalah di tempat kerja dan memungkinkan orang untuk melakukan pekerjaannya dengan optimal.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja agar terciptanya komunikasi yang optimal dalam lingkungan kerja. Maka dari itu, karya ilmiah ini diberi judul, “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan di Salam Televisi.”

2. Landasan Teori

2.1. Iklim Komunikasi Organisasi

Iklim organisasi adalah suatu sistem di mana karyawan mengamati dan merespons peristiwa yang terjadi di lingkungan tempat kerja dan berpotensi mempengaruhi sikap dan perilaku karyawan tersebut. Iklim komunikasi didefinisikan sebagai koleksi dan pola lingkungan yang dapat dinilai dan dapat menetapkan asal-

usul motivasi dan penekanan pada pandangan logis. Pada dasarnya, setelah iklim komunikasi yang sehat telah ditetapkan dalam organisasi, perusahaan dapat berpartisipasi dalam proses interaksi positif untuk meningkatkan proses pengembangan perusahaan. R. Wayne Peace (Pace dan Faules, 2013: 159) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi iklim komunikasi organisasi di antaranya adalah kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas, dan perhatian pada tinjauan kinerja yang tinggi. Iklim organisasi adalah aspek penting dari lingkungan tempat kerja, yang memengaruhi perilaku, sikap, dan kinerja karyawan. Iklim organisasi mencakup persepsi bersama karyawan mengenai praktik, prosedur, dan perilaku yang didukung dan diharapkan di tempat kerja (Maharmeh, 2021). Kualitas iklim organisasi yang terus menerus dialami oleh anggota organisasi secara signifikan mempengaruhi perilaku mereka (Haholongan & KUSDINAR, 2019). Penelitian telah menunjukkan bahwa iklim organisasi yang positif dikaitkan dengan peningkatan motivasi kerja, kepuasan kerja, dan komitmen, serta berkurangnya perilaku menyimpang di tempat kerja (Widjaja et al., 2023; Jyoti, 2013). Selain itu, nilai-nilai organisasi yang konstruktif dan iklim tempat kerja yang harmonis telah dikaitkan dengan perilaku menolong karyawan dan perilaku kewarganegaraan organisasional (Marinova et al., 2018; Bui et al., 2020). Peran pemimpin dalam membentuk iklim organisasi ditekankan, karena mereka adalah sumber langsung dari data perilaku yang menjadi dasar pandangan karyawan terhadap tujuan dan kebijakan organisasi (Walumbwa et al., 2010). Selain itu, hubungan antara kepemimpinan etis *Chief Executive Officer* (CEO) dan iklim etis telah dipelajari, menyoroti dampak kekuatan iklim terhadap perilaku kewarganegaraan organisasi kolektif (Shin, 2012). Secara keseluruhan, iklim organisasi adalah sebuah konstruk multifaset yang secara signifikan mempengaruhi berbagai aspek perilaku karyawan dan hasil organisasi.

2.2. Motivasi Kerja

Motivasi kerja adalah seluruh proses pemberian insentif atau dorongan kepada karyawan untuk berperilaku dan bekerja dengan baik sesuai dengan tugas dan kewajiban yang telah ditugaskan kepadanya untuk melakukan tugasnya. Menurut Aldefer, motivasi kerja suatu individu terhadap kebutuhan hidupnya dalam melaksanakan pekerjaannya hanya tiga bagian kebutuhan, di antaranya adalah *Existence*, *Relatedness*, dan *Growth* (Mayvita, dkk, 217). Kemampuan organisasi dalam mengelola dan menjadikan sumber daya manusia sebagai sumber daya yang unggul merupakan hasil dari keunggulan kompetitif (Sikora et al, 2014). Teori-teori motivasi telah banyak diteliti dan diterapkan di berbagai bidang. Selain itu, penerapan teori motivasi pada bidang TI telah dieksplorasi, dengan fokus pada arah penelitian di masa depan (Parker & Zhang, 2006). Selain itu, kebutuhan akan metode penelitian yang ketat secara ilmiah untuk menguji teori motivasi di lingkungan yang kaya akan media telah disoroti (Mayer, 2011). Teori ekspektasi telah digunakan untuk memotivasi pengguna perpustakaan akademik di India, dengan menekankan penerapan teori motivasi dalam konteks yang berbeda (Chopra, 2019). Selain itu, sintesis teori motivasi dalam domain penelitian konsumen telah diamati, yang menunjukkan peran motivasi yang terus berkembang di bidang ini (Pincus, 2004).

Integrasi teori motivasi ke dalam model umum proses motivasi telah ditekankan, menunjukkan penerapan teori motivasi yang luas di berbagai domain (Meyer et al., 2004). Sifat motivasi yang beragam telah dieksplorasi, dengan fokus pada teori motivasi intrinsik dan ekstrinsik, yang menyoroti kompleksitas proses motivasi (Reiss, 2012). Selain itu, dampak motivasi otonom terhadap kinerja di tempat kerja telah dipelajari, berkontribusi pada literatur motivasi kerja (Soyer et al., 2021). Motivasi dalam konteks pendidikan musik telah diteliti melalui berbagai perspektif teoritis, termasuk teori atribusi, teori tujuan pencapaian, dan teori motivasi intrinsik (West, 2013).

Singkatnya, penelitian ekstensif tentang teori motivasi telah mengarah pada penerapannya di berbagai bidang, termasuk psikologi, pendidikan, manajemen, dan perilaku konsumen. Teori-teori ini telah berperan penting dalam memahami motivasi intrinsik, motivasi kerja, dan interaksi yang kompleks antara faktor motivasi intrinsik dan ekstrinsik.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah karyawan Salam Televisi yang di mana jumlah populasi sekaligus menjadi sampel yang berjumlah 27 orang. Sampel penelitian diambil secara total, hal ini dilakukan karena jumlah populasi relatif kecil kurang dari 30 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert dengan skor alternatif jawaban sebanyak lima jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Teknik analisis data menggunakan analisis inferensial. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Seluruh perhitungan dilakukan dengan berbantuan program aplikasi SPSS Versi 25 for Windows.

4. Hasil dan Pembahasan Penelitian

4.1. Iklim Komunikasi Organisasi

Batas Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
$X < M - 1SD$	$X < 41$	3	11%	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$41 \leq X \leq 49$	21	78%	Sedang
$M + 1SD \leq X$	$49 \leq X$	3	11%	Tinggi
Jumlah		27	100%	

Hasil analisis dari variabel iklim komunikasi organisasi menunjukkan bahwa rata-rata nilai yang diperoleh sebesar 45. Berdasarkan tabel kategorisasi di atas, dapat dilihat bahwa variabel iklim komunikasi organisasi pada karyawan Salam Televisi dominan berada pada kategori sedang dengan nilai persentase sebesar 78%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi pada karyawan Salam Televisi berada pada kategori sedang.

4.2. Motivasi Kerja

Batas Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Persentase	Kategori
$X < M - 1SD$	$X < 20$	3	11%	Rendah
$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$20 \leq X \leq 26$	23	85%	Sedang
$M + 1SD \leq X$	$26 \leq X$	1	4%	Tinggi
Jumlah		27	100%	

Hasil analisis dari variabel motivasi kerja menunjukkan bahwa rata-rata nilai yang diperoleh sebesar 23. Berdasarkan tabel kategorisasi di atas, dapat dilihat bahwa variabel kepemimpinan motivasi kerja pada karyawan Salam Televisi berada pada kategori sedang dengan nilai persentase sebesar 85%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi pada karyawan Salam Televisi berada pada kategori sedang. Berdasarkan hasil analisis dari kedua variabel tersebut, maka dapat disimpulkan para karyawan Salam Televisi Medan memiliki pengaruh dari iklim komunikasi terhadap motivasi kerja mereka di kategori sedang. Keefektifan seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti lingkungan kerja, fasilitas kerja, rekan kerja, pimpinan, intensif, dan lain-lain. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan kinerja dari keseluruhan karyawan, harus menciptakan iklim komunikasi organisasi yang sehat di lingkungan kerja.

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
		B	<i>Std. Error</i>	Beta		
1	(Constant)	4.127	4.463		.925	.364
	Iklim Komunikasi Organisasi	.418	.100	.643	4.202	.000
a. <i>Dependent Variable: Motivasi Kerja</i>						

4.3. Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Pada Karyawan Salam Televisi Medan

Berdasarkan hasil pengujian melalui tabel di atas, diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0,418 yang bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa iklim komunikasi organisasi (X) memiliki hubungan yang positif terhadap motivasi kerja (Y). Hasil dari persamaan regresi dari kedua variabel tersebut adalah $Y = 4.127 + 0,418X$. Hasil pengujian dari kedua variabel tersebut menjelaskan bahwa terdapat peran positif dan signifikan antara variabel iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan Salam Televisi. Nilai koefisien regresi diketahui sebesar 0,418 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu, berdasarkan nilai signifikan dari tabel model *coefficients* adalah $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel iklim komunikasi organisasi (X) mempengaruhi variabel motivasi kerja (Y) pada penelitian ini dengan menggunakan metode uji regresi linier sederhana. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan motivasi kerja dipengaruhi oleh iklim komunikasi organisasi (X).

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.414	.391	1.96119

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi dengan cara menghitung nilai koefisien korelasinya. Nilai dari koefisien korelasi sebesar 0,643 yang masuk ke dalam kategori kuat dengan rentang antara 0,60 – 0,799. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, nilai koefisien korelasi masuk ke kategori kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan dengan tingkat kuat antara iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja. Setelah mengetahui nilai koefisien korelasi, langkah selanjutnya adalah mencari nilai koefisien determinasi dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasinya. Maka, hasil perkalian dari nilai koefisien korelasinya, yaitu $0,643 \times 0,643 = 0,4134$ yang kemudian dibulatkan menjadi 0,414. Besar nilai angka tersebut berasal dari koefisien determinasi yang apabila nilai tersebut diubah ke dalam bentuk persen, maka nilainya adalah 41,4%. Nilai yang dihasilkan tersebut menunjukkan variabel motivasi kerja (Y) dipengaruhi oleh variabel iklim komunikasi organisasi (X) dengan faktor 41,4%.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel iklim komunikasi organisasi memperoleh hasil sebesar 78%, hal tersebut termasuk ke dalam kategori sedang untuk variabel iklim komunikasi organisasi pada karyawan Salam Televisi. Sedangkan untuk motivasi kerja memperoleh hasil sebesar 85%, yang di mana hasil tersebut termasuk ke dalam kategori sedang untuk motivasi kerja para karyawan Salam Televisi. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana dengan memperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4.127 + 0,418X$. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja. Nilai koefisien regresi yang diperoleh dari kedua variabel dalam penelitian ini adalah 0,418 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian, nilai signifikansi tersebut dibandingkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,05, maka nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang di mana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas yang dapat disimpulkan bahwa iklim komunikasi organisasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi kerja. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari iklim komunikasi terhadap motivasi kerja sebesar 41,4% yang nilai tersebut diperoleh dari hasil dari perhitungan dari koefisien determinasi.

Daftar Pustaka

- Bui, H., Liu, G., Ko, W., & Curtis, A. (2020). Harmonious Workplace Climate and Employee Altruistic Behavior: from Social Exchange Perspective. *International Journal of Manpower*, 42(1), 95-112. <https://doi.org/10.1108/ijm-11-2019-0518>
- Chopra, K. (2019). Vroom's Expectancy Theory to Motivate Academic Library Users in India Using Grounded Theory Approach. *Global Knowledge Memory and Communication*, 68(4/5), 300-322. <https://doi.org/10.1108/gkmc-09-2018-0079>
- Fernandes, T., Sanyal, N., & Ramanathan, S. (2016). Perception of Innovative Climate, Organizational Learning and Work Motivation of Employees in Small and Medium-sized IT Companies. *Ira-International Journal of Management & Social Sciences* (Issn 2455-2267), 4(1). <https://doi.org/10.21013/jmss.v4.n1.p23>
- Haholongan, R. and Kusdinar, D. (2019). The Influence of Participative Organizational Climate on Innovative Behavior. *Proceedings of the 5th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2018)*. <https://doi.org/10.2991/aicmar-18.2019.21>
- Hardjana, A. 2019. Komunikasi Organisasi: Strategi Interaksi dan Kepemimpinan. Depok, Indonesia: PT RajaGrafindo Persada.
- Haruna, J. and Siti, S. (2020). The Influence of Work Motivation, Work Discipline, and Interpersonal Communication on the JHS Teacher Performance in Samarinda Ulu Sub-District. *JIEE*, 52-55. <https://doi.org/10.46532/jjee.20200903>
- Hashim, J. and Wok, S. (2014). Predictors to Employees with Disabilities' Organizational Behavior and Involvement in Employment. *Equality Diversity and Inclusion an International Journal*, 33(2), 193-209. <https://doi.org/10.1108/edi-03-2012-0018>
- Ibrahim, M. and Aslinda, A. (2015). The effect of Motivation on Organizational Citizenship Behavior (OCB) at Telkom Indonesia in Makassar. *Bisnis & Birokrasi Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 21(2). <https://doi.org/10.20476/jbb.v21i2.4324>
- Jyoti, J. (2013). Impact of Organizational Climate on Job Satisfaction, Job Commitment and Intention to Leave: an Empirical Model. *Journal of Business Theory and Practice*, 1(1), 66. <https://doi.org/10.22158/jbtp.v1n1p66>
- Maharmeh, T. (2021). Organizational Climate and Transfer of Training in A Public Corporation in Qatar.

- Marinova, S., Cao, X., & Park, H. (2018). Constructive Organizational Values Climate and Organizational Citizenship Behaviors: A Configurational View. *Journal of Management*, 45(5), 2045-2071. <https://doi.org/10.1177/0149206318755301>
- Marpaung, A. (2021). Work Motivation as A Mediating Variable Between Human Resources Competence and Organizational Climate Against Job Satisfaction at the Yapen Islands Resort Police. *Britain International of Humanities and Social Sciences (Biohs) Journal*, 3(1), 188-202. <https://doi.org/10.33258/biohs.v3i1.392>
- Mayer, R. (2011). Towards a Science of Motivated Learning in Technology-Supported Environments. *Educational Technology Research and Development*, 59(2), 301-308. <https://doi.org/10.1007/s11423-011-9188-3>
- Mayvita, S.A., Astuti, E.S., Ruhana, I. (2017). Pengaruh Motivasi *Existence, Relationship, Growth* (ERG) Terhadap Prestasi Kerja (Studi pada Karyawan PT. PLN (Persero) Unit Induk Pembangunan Jawa Bagian Timur dan Bali II). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47 (2) Juni 2017, 168-176.
- Meyer, J., Becker, T., & Vandenberghe, C. (2004). Employee Commitment and Motivation: A Conceptual Analysis and Integrative Model. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 991-1007. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.6.991>
- Pace. R.W. dan Don F. Faules. (2013). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Panuju, R., & Narena, I. K. (2019). Komunikasi Organisasi Bidang Reservasi Hotel. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 30–41. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i1.2297>
- Parker, K. and Zhang, P. (2006). Examining Applications of Motivational Theories to the IT Field. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 43(1), 1-5. <https://doi.org/10.1002/meet.14504301266>
- Pincus, J. (2004). The Consequences of Unmet Needs: the Evolving Role of Motivation in Consumer Research. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(4), 375-387. <https://doi.org/10.1002/cb.149>
- Purba, B., Hasoloan, A. & Yasir, A. (2021). Komunikasi Organisasi dalam Proses Pengambilan Keputusan di UPT-PTPH Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika*. 7 (1): 84-95
- Reiss, S. (2012). Intrinsic and Extrinsic Motivation. *Teaching of Psychology*, 39(2), 152-156. <https://doi.org/10.1177/0098628312437704>
- Shin, Y. (2012). CEO Ethical Leadership, Ethical Climate, Climate Strength, and Collective Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Business Ethics*, 108(3), 299-312. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1091-7>
- Sinaga, A., Abdullah, T., & Tunas, B. (2019). The Effect of Organizational Climate on Work Motivation and Its Impact on Organizational Citizenship Behavior (OCB) of Employees of Education Department in DKI Jakarta. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 3(2), 41-57. <https://doi.org/10.21009/jobbe.003.2.03>
- Soyer, C., Balkin, D., & Fall, A. (2021). Unpacking the Effect of Autonomous Motivation on Workplace Performance: Engagement and Distributive Justice Matter. *European Management Review*, 19(1), 138-153. <https://doi.org/10.1111/emre.12476>
- Sugianto, S. and Putra, I. (2020). The role of communication climate on the performance of PT. Lazada Express Bandung Employees with Work Motivation as an Intervening Variable. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(5), 160-165. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i5.788>
- Walumbwa, F., Hartnell, C., & Oke, A. (2010). Servant Leadership, Procedural Justice Climate, Service Climate, Employee Attitudes, and Organizational Citizenship Behavior: A Cross-Level Investigation. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), 517-529. <https://doi.org/10.1037/a0018867>
- West, C. (2013). Motivating Music Students. *Update: Applications of Research in Music Education*, 31(2), 11-19. <https://doi.org/10.1177/8755123312473611>
- Widjaja, E., Anindita, R., & Indrawati, R. (2023). The Role of Work Motivation Mediation on Workplace Deviant Behavior of Class C Private Hospital at Bekasi. *European Journal of Business Management and Research*, 8(1), 223-230. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.1.1644>