

**EFEKTIFITAS PENYAMPAIAN INFORMASI DARI ATASAN KEPADA
BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA PADA MEDIA CETAK
SULTENG RAYA KOTA PALU**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Seminar Skripsi Pada Jurusan
Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
(FUAD) IAIN Palu*

Oleh:
MOH. KASIM
NIM: 14.4.10.0038

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM (KPI)
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH (FUAD)
INSTITUSI AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran penyusunan yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi ini berjudul: **“Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pada Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu”** adalah benar-benar hasil karya penyusunan sendiri. Dan jika kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan tiruan, duplikat, atau dibuatkan oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, September 2018

Penulis

MOH. KASIM
NIM: 14.4.10.0038

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pada Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu” oleh Moh. Kasim NIM: 14.4.10.0038, Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diseminarkan.

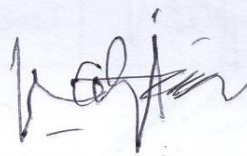
Palu, Desember, 2018
1440 H

Pembimbing I



Dr. SYAMSURI, S.Ag., M.Ag
NIP: 197805101999031001

Pembimbing II




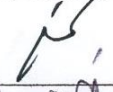
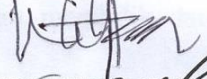
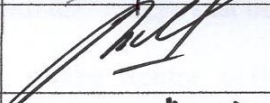

Drs. IBRAHIM LATEPO, M.Sos.I
NIP: 196204101998031003

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Moh. Kasim, NIM 14.4.10.0038 dengan judul “Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pada Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 25 September 2018 M, yang bertepatan dengan tanggal 6 Dzulqaidah 1440 H, dipandang bahwa skripsi telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

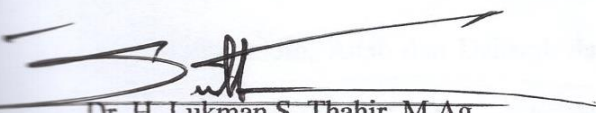
Palu, 25 Desember, 2018
6 Dzulqaidah 1440 H

DEWAN PENGUJI


Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Dewan Munaqasyah/Skripsi	Dr. Rusdin, S.Ag., M.Fil.I	
Pembimbing I, Sekaligus Penguji	Dr. Syamsuri, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing II, Sekaligus Penguji	Drs. Ibrahim Latepo, M.Sos.I	
Penguji Utama I	Drs. H. Mukhlis, M.M	
Penguji Utama II	H. Muhammad Munif, S.Ag., M.Ag	

Mengetahui:

✓ Dekan Fakultas
Ushuluddin Adab Dan Dakwah


Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag
Nip: 19650901199603001

Ketua Jurusan
Komunikasi Penyiaran Islam


Drs. Ibrahim Latepo, M.Sos.I
Nip: 196204101998031003

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT., karena berkat nikmat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang telah direncanakan. Salawat dan salam penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW., keluarga-Nya serta para sahabat-Nya yang telah mewariskan Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman umat-Nya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda (Munir Almusyawah) dan Alm. Ibunda (Ainun Almahdali) yang telah melahirkan, akan tetapi yang telah bersanding dengan ayahanda saat ini yakni Ibunda (Saihun Alatas). Mereka adalah orang tua yang selama ini mengasuh, membesarkan, mendidik, dan member motivasi penulis hingga dapat menyelesaikan studi dari hingga saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf Pettalongi, M.Pd., selaku Rektor IAIN Palu beserta semua pihak pimpinan IAIN Palu yang telah banyak memberikan kebijakan selama perkuliahan dan penyelesaian studi hingga semuanya dapat berjalan dengan lancar.
3. Bapak Dr. H. Lukman S. Thahir, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dan Wakil Dekan I, II, dan III yang telah mengembangkan fakultas ini dengan baik.

4. Bapak Drs. Ibrahim Latepo, M.Sos.I selaku ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) serta sebagai Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan berupa motivasi dan dorongan kepada penulis hingga skripsi ini bisa selesai pada waktunya.
5. Bapak Dr. Syamsuri, S.Ag., M.Ag sebagai Pembimbing I yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun kepada penulis hingga skripsi ini terbentuk sesuai dengan apa yang diinginkan.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Palu beserta seluruh Staf-nya yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku sebagai sumber referensi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kakak-kakak saya tercinta (Aisyah Almusyawah, Salim Almusyawah dan Salma Almusyawah) dan adik-adik saya yang tersayang (Alwiyah Almusyawah dan Fatimahtuhjahrah Almusyawah) yang telah memberikan motivasi dan dorongan untuk dapat menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu.
8. Para informan yang telah bersedia memberikan informasi dan data dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Dan semua pihak yang telah banyak membantu, khususnya yang istimewa dihati Ririn Tantu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, serta teman-teman seangkatan KPI yang tidak bisa saya sebut namanya satu persatu, terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya selama belajar di bangku perkuliahan.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak mewakili kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Akhirnya, penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta bisa dijadikan bahan dalam menambah ilmu pengetahuan dalam pengembangan disiplin ilmu Komunikasi Penyiaran Islam dimasa yang akan datang.

Palu, September 2018

6 Dzulqaidah 1440 H.

Penyusun

MOH. KASIM
NIM: 14.4.10.0038

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPISI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat	5
D. Penegasan Istilah.....	7
E. Garis-Garis Besar	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Teori Komunikasi	10
B. Hakekat Dan Fungsi Komunikasi	14
C. Proses Dan Unsur-Unsur Komunikasi	19
D. Komunikasi Organisasi	24
E. Motivasi Kerja	39
F. Macam-Macam Komunikasi.....	46
G. Kiat-Kiat Motivasi	46
H. Teori Pemimpin	47
I. Metode Pemimpin.....	50

J. Hak Karyawan	53
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Kehadiran Penelitian.....	56
D. Jenis dan Sumber Data.....	57
E. Tahap-Tahap Penelitian	59
F. Teknik Pengumpulan Data.....	60
G. Teknik Analisis Data.....	62
H. Pengecekan Keabsahan Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	65
A. Sejarah Media Cetak Sulteng Raya.....	65
B. Jumlah Karyawan Media Cetak Sulteng Raya.....	66
C. Struktur Organisasi Media Cetak Sulteng Raya	68
D. Hasil Dan Pembahasan Penelitian	71
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Implikasi Penelitian	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

IJAZAH PENELITI

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Jumlah Karyawan Media Cetak Sulteng Raya Tahun 2018

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Proses Komunikasi

Gambar 2 : Struktur Organisasi Media Cetak Sulteng Raya

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Pedoman Wawancara
2. Daftar Informan
3. Surat Pengajuan Judul Skripsi
4. Surat Penunjukan Pembimbing
5. Surat Izin Penelitian Menyusun Skripsi
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi Hasil Penelitian
8. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Moh. Kasim

Nim : 14.4.10.0038

Judul : EFEKTIFITAS PENYAMPAIAN INFORMASI DARI ATASAN KEPADA BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA PADA MEDIA CETAK SULTENG RAYA KOTA PALU

Skripsi ini dibuat berdasarkan masalah yang ada dilapangan. Dimana, Indikasi turunnya motivasi kerja di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu, salah satunya yaitu kurang disiplinnya karyawan untuk masuk kantor dan pulang kantor tepat waktu. Turunnya motivasi kerja dan kegairahan kerja bisa disebabkan oleh banyak hal, seperti gaji yang terlalu rendah, lingkungan kerja yang buruk dan suasana kerja yang kurang menyenangkan serta adanya ketidakpuasan.

Tujuan diadakannya penelitian ini yakni untuk mengetahui sejauh mana efektifitas penyampaian informasi dari Atasan kepada Bawahan Dalam Mempengaruhi Tingkat Motivasi Kerja Karyawan dan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penyampaian informasis di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Etnografi. Lokasi penelitian ini adalah di kantor Media Cetak Sulteng Raya, jalan Rusa Kota Palu Sulawesi Tengah. Metode yang digunakan terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini yakni dalam memberikan penyampaian informasi kepada karyawan, pimpinan Sulteng Raya melakukan dengan cara rapat koordinasi, dan dengan cara nonformal dimana dalam waktu shalat diajak dan diberikan arahan bahwa komunikasi dan kebersamaan itu sangat penting demi kesuksesan perusahaan itu sendiri.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era liberalisasi yang sekarang ini, ketatnya persaingan terjadi bukan hanya pada tingkatan negara, tetapi sekaligus juga merambah pada tingkatan perusahaan. Kondisi seperti ini menuntut setiap perusahaan di dalam negeri untuk berbenah diri. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan adalah dengan mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia secara tepat dan optimal.¹

Sumber daya manusia adalah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan karena keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kegiatan pendayagunaan sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya. Sehingga sangat penting untuk diketahui bahwa ada cara-cara yang dapat memelihara dan mempertahankan loyalitas anggota perusahaan antara lain adalah dengan pemberian motivasi.²

Menurut Hasibuan mendefinisikan bahwa Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.³

Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi diberikan kepada bawahan atau karyawan untuk mendorong atau menciptakan kegairahan

^{1 2}Paridah, Pengaruh Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan AMIK Pakarti Luhur. *Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur, 2009)

³Hasibuan, Malayu S.P., *Organisasi dan Motivasi*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h.12

kerja kepada seseorang agar dapat memenuhi kebutuhannya. Jika kebutuhan seseorang terpenuhi, maka akan timbul suatu motivasi untuk bekerja sungguh-sungguh yang akhirnya akan menghasilkan prestasi yang diharapkan. Selain itu karyawan menjadi termotivasi untuk bekerja seoptimal mungkin untuk memberikan yang terbaik bagi dirinya dan perusahaan. Motivasi kerja yang tinggi mutlak diperlukan dalam perusahaan. Motivasi kerja ini dipengaruhi oleh komunikasi.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia sehingga manusia dapat saling berhubungan satu dengan lainnya baik dalam kehidupan sehari-hari maupun bermasyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi sangatlah penting bagi manusia, begitu halnya didalam suatu organisasi.⁴

S.G Rogelberg, (2009) mengatakan komunikasi mempunyai peranan penting khususnya didalam organisasi yaitu: "Dengan adanya komunikasi yang baik di suatu organisasi, maka organisasi tersebut akan berjalan dengan lancar dan berhasil begitupun sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi, organisasi dapat macet atau berantakan". Namun semua itu dapat terjadi didasari oleh bagaimana proses komunikasi dan juga sistem komunikasi yang ada didalam organisasi tersebut. Sudah berjalan baik atau belumkah proses komunikasi disana.

⁴Martha, dkk, *Pengaruh Komunikasi Antara Atasan – Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Tebo*. (Universitas Dharma Andalas Padang, 2017)

Komunikasi manusia adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain. Artinya bahwa komunikasi merupakan suatu proses aktivitas yang mempunyai beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi berhubungan. Didalam komunikasi adanya suatu proses penyampaian dan penerimaan informasi dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian.⁵

Penyampaian informasi dari manajemen puncak yang turun ke tingkat operatif merupakan aktivitas yang berkesinambungan dan sulit. Seringkali penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan dianggap paling mudah dilakukan, karena pimpinan hanya memberikan instruksi atau perintah saja. Namun hal ini bisa menjadi masalah penting karena sering kali terjadi kesalahan komunikasi yang menyebabkan perbedaan pemahaman dan perselisihan diantara atasan dan bawahan, seperti terjadinya pemogokan kerja yang tentu saja akan merugikan bagi pihak pimpinan.

Disini dapat terlihat bahwa titik berat dalam suatu komunikasi organisasi seringkali bergerak kearah komunikasi manajerial yang perhatian utamanya adalah membawa informasi kepada kelompok operatif tersebut. Yang menjadi masalah dalam hal ini, yaitu jenis informasi seperti instruksi, rasional kerja, kebijakan, penilaian kerja, dan pemberian misi perusahaan yang disebarkan oleh

⁵Soundstrom. Work Team. *Journal Of Applied Psychologi* 77, (Jakarta, 2000)

tingkat manajemen kepada para karyawan dan bagaimana keefektifitasan informasi tersebut disampaikan atasan kepada bawahan.

Menurut Davis (1976), penyampaian informasi kebawah yang efektif dapat dilihat dari adanya kejelasan dan konsistensi, kecukupan pesan, pembagian informasi yang dibutuhkan, saluran komunikasi, waktu yang tepat, garis komunikasi dan kepercayaan dari atasan terhadap bawahannya.⁶

Karena begitu pentingnya komunikasi didalam organisasi, maka perlu bagi pimpinan/pihak manajemen didalam suatu organisasi harus mempunyai kemampuan dan keterampilan didalam berkomunikasi. Dan kemampuan berkomunikasi tersebut berlaku bagi semua pimpinan tanpa terkecuali baik itu jenis organisasi, aliran komunikasi dan juga kedudukan dari para pimpinan tersebut apapun statusnya.⁷

Indikasi turunnya motivasi kerja di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu, salah satunya yaitu kurang disiplinnya karyawan untuk masuk kantor dan pulang kantor tepat waktu. Turunnya motivasi kerja dan kegairahan kerja bisa disebabkan oleh banyak hal, seperti gaji yang terlalu rendah, lingkungan kerja yang buruk dan suasana kerja yang kurang menyenangkan serta adanya ketidak puasan. Ketidak puasan disini adalah bukan hanya dalam hal materi seperti upah yang layak, namun juga dalam hal non materi seperti penghargaan diri dari pimpinan, kebutuhan untuk aktualisasi diri dengan menggunakan kecakapan, kemampuan, keterampilan dan potensi optimal untuk mencapai prestasi kerja yang sangat memuaskan, dan lain sebagainya. Selain itu faktor turunnya motivasi kerja

⁶Arni Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Cet. Ke-8. (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 20

⁷Parker, G.M, The New Competitive Business Strategy. *Journal Of Applied Psychologi*, 2008

karyawan juga dapat dilihat dari keefektifan penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan.

Melihat betapa pentingnya efektifitas penyampaian informasi dari atasan kepada karyawan Media Cetak Sulteng Raya dan pengaruhnya terhadap motivasi kerja karyawan agar tujuan perusahaan dapat tercapai seefektif mungkin, maka dalam penelitian ini penulis mengadakan penelitian dengan judul “**Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pada Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana kinerja organisasi perusahaan Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu?
2. Bagaimana mekanisme peningkatan karir diperusahaan Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu?
3. Bagaimana hubungan kerja antara atasan dengan bawahan di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian Tujuan diadakannya penelitian berdasarkan rumusan permasalahan yang penulis kemukakan adalah:

- a. Untuk mengetahui sejauh mana efektifitas penyampaian informasi dari Atasan kepada Bawahan Dalam Mempengaruhi Tingkat Motivasi Kerja Karyawan di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu dalam meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan.

2. Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan aplikasinya di bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi organisasi. Bagi pihak peneliti sebagai saran memperdalam pengetahuan dan menambah wawasan di bidang komunikasi organisasi, khususnya pada topik penelitian yang diteliti.

b. Kegunaan Praktis

Bagi pihak Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam mengelola kebijakan perusahaan dalam menangani sumber daya manusia khususnya mengenai efektifitas penyampaian pesan dan motivasi kerja karyawan. Indikasi yang dapat diungkapkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak perusahaan dalam mengatasi masalah yang berhubungan dengan topik penulisan.

c. Kegunaan Sosial

Untuk menambah wawasan masyarakat umum ataupun bagi organisasi yang menaruh minat pada permasalahan tentang pola komunikasi kepemimpinan dalam organisasi untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan.

D. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pemahaman terhadap judul penelitian ini, maka penulis memberikan penegasan dan penjelasan tentang “Efektivitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu” sebagai berikut:

1. Penyampaian Informasi (Komunikasi)

Komunikasi atau proses penyampaian informasi dalam suatu organisasi merupakan salah satu kebutuhan pokok. Dalam proses penyampaian informasi, hasil akhir yang ingin dicapai adalah timbulnya efek dimana efek tersebut diharapkan dapat memberikan umpan balik sesuai dengan yang dikehendaki. Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan yang kita inginkan, merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam penyampaian informasi. Lebih rendah mengusahakan agar informasi kita dapat dipahami daripada mengusahakan agar pesan kita disetujui apalagi hingga terwujud dalam bentuk tindakan.

2. Motivasi Kerja

Motivasi berasal dari kata lain *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi hanya diberikan kepada manusia, khususnya para bawahan atau pengikut. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah

gairah kerja bawahan agar mau bekerja keras dengan memberikan kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.⁸

E. Garis-Garis Besar Isi

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami tulisan ini, maka penulis memberikan gambaran umum tentang kerangka isi skripsi. Tulisan ini tersusun dalam lima bab dan memiliki pembahasan yang lainnya. Adapun pembahasan berikut:

Bab pertama tentang pendahuluan, pada bab ini membahas tentang pengantar dalam sebuah penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah, serta garis-garis besar isi.

Bab dua tinjauan pustaka, pada bab ini membahas tentang konsep teori dari teori komunikasi, teori komunikasi organisasi, dan teori motivasi kerja,

Bab tiga metode penelitian, pada bab ini membahas tentang lokasi penelitian, kehadiran peneliti, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

Bab empat hasil penelitian, pada bab ini membahas tentang hasil penelitian yang berisi tentang efektivitas penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan terhadap motivasi kerja karyawan di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu.

⁸ Hasibuan, Malayu S.P., *Organisasi dan Motivasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 92

Bab lima saran dan kesimpulan, pada bab ini membahas tentang kesimpulan penulis dalam melakukan penelitian dan saran-saran yang membangun dari pembaca demi perbaikan skripsi yang lebih baik lagi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Teori Komunikasi*

1. *Definisi Komunikasi*

Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.⁹ Menurut Benard Berelson dan Garry A Stainer dalam bukunya *Human Behavior* yang dikutip oleh Rosady Ruslan mendefinisikan bahwa “komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan kata lain-lain. Kegiatan atau proses prnyampiannya biasanya dinamakan komunikasi”.¹⁰

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan, bukan hanya di kalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama,” *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*).

Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi juga

⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosdakarya, 2007), Cet. Ke-9, h.46

¹⁰ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 17

membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Menurut Edward Sapir yang dikutip oleh Roudhonah dalam buku Ilmu Komunikasi bahwa “Jaringan hubungan masyarakat itu melalui komunikasi, jikalau tidak ada komunikasi, maka tidak ada masyarakat”.¹¹

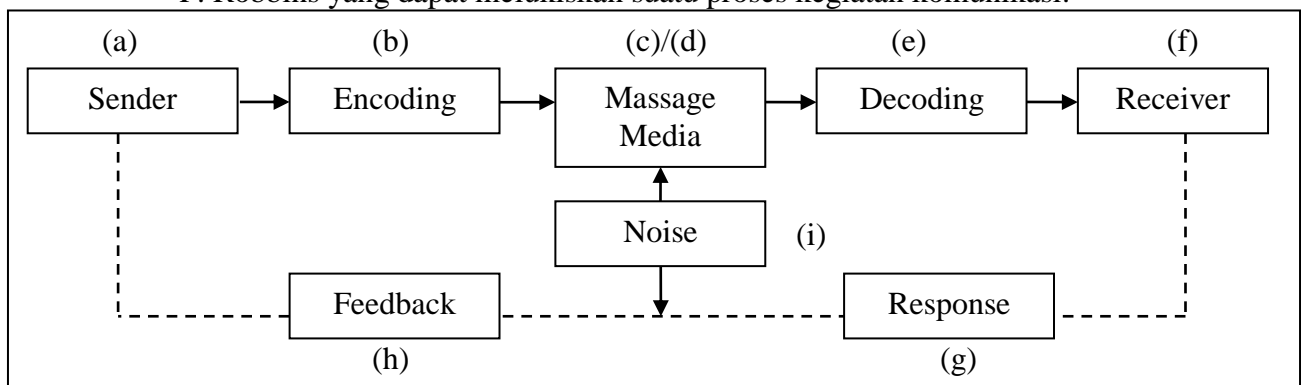
Dari definisi-definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan memberitahu, mengubah sikap dan perilaku, dalam menyampaikan pesan tersebut dapat disampaikan secara langsung atau tidak langsung dengan menggunakan media.

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.¹²

Berikut merupakan model proses komunikasi yang dibuat oleh Stephens

P. Robbins yang dapat melukiskan suatu proses kegiatan komunikasi:



Gambar 1. Proses Komunikasi

¹¹ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), h. 13

¹² Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 16

Berikut adalah tinjauan dari komponen-komponen yang terdapat dalam proses komunikasi tersebut:

- a. *Sender*
Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding*
Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- c. *Message*
Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang di sampaikan oleh komunikator.
- d. *Media*
Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding*
Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver*
Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response*
Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feedback*
Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. *Noise*
Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya¹³

¹³ Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 18-19

Model komunikasi di atas menegaskan faktor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikan sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Hubungannya dengan penelitian ini adalah atasan memberikan informasi kepada bawahan dan bawahan mengirimkan umpan balik, dan penyampaian informasi dari atasan ke bawahan tersebut adalah penyampaian informasi yang efektif.

3. *Tujuan Komunikasi*

Kegiatan komunikasi bertujuan mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan mengubah atau mempengaruhi tindakan. Sedangkan dalam Public Relations, tujuan komunikasi dapat dibedakan menjadi tujuan informasi, intruksi, persuasi. Idealnya agar sebuah gagasan dapat diterima oleh target yang dituju, cara yang digunakan adalah dengan tidak memaksakan kehendak, tahu lebih secara persuasif. Terdapat empat tujuan komunikasi,¹⁴ yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini atau pendapat (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change behaviour*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Agar komunikasi yang terjadi antara pimpinan dengan karyawan dapat berjalan efektif, maka pimpinan sebagai komunikator harus mampu membuat komunikan (karyawan) mengerti akan pesan yang disampaikan. Setelah terjadi saling pengertian maka hal itu harus terus dipertahankan dan dibina, sehingga tujuan komunikasi tercapai hingga meningkatkan motivasi pada diri karyawan untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan.

^{14 7} Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 55-65

B. Hakikat dan Fungsi Komunikasi

Hakikat komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menyampaikan isi pesannya kepada manusia lain untuk mencapai tujuan tertentu. Manusia hidup dalam dunia komunikasi. Setiap hari dan setiap saat manusia melakukan aktifitas komunikasi antarpribadi, berbicara dengan anggota keluarga, tetangga, dan rekan sejawat. Pada saat berbicara dengan diri sendiri, meyakinkan diri dalam memutuskan sesuatu, manusia melakukan komunikasi antarpribadi. Pada sebuah organisasi, manusia memecahkan masalah atau mengembangkan ide-ide atau inovasi, saling berinteraksi dalam komunikasi kelompok atau organisasi. Jika berinteraksi dengan pihak lain yang mempunyai latar belakang budaya berbeda, maka manusia sudah melakukan komunikasi antarbudaya.

Dalam kehidupan manusia, komunikasi adalah sesuatu yang cukup luas cakupannya, Begitu juga cakupan sebagai sebuah ilmu, komunikasi adalah sebuah bagian dari bidang keilmuan yang multidisiplin yaitu sebuah keilmuan yang dapat ditarik dari dan ke segala macam dimensi. Ilmu komunikasi dapat masuk dalam semua bidang keilmuan, baik ilmu politik, ilmu filsafat, ilmu psikologi, ilmu psikologi sosial, bahkan dalam matematika, ilmu elektronika, dan lain sebagainya.

Sehingga bila kita mencari definisi dari komunikasi, maka akan banyak definisi komunikasi yang akan kita dapati yang dipaparkan oleh para ahli dari berbagai bidang dan disiplin keilmuan yang ada, baik itu pengertian komunikasi dari bidang keilmuan politik, filsafat, psikologi, sosial, matematika dan lain sebagainya baik pengertian komunikasi secara etimologi maupun pengertian komunikasi secara terminologi.

Menurut Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto komunikasi berarti suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Dalam arti lain, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem, lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.¹⁵

Komunikasi pada dasarnya sangat penting dalam kehidupan manusia, karena dengan adanya komunikasi, banyak yang dapat dilakukan manusia. seperti bertukar informasi, mengutarakan maksud dan tujuan tertentu yang ada dalam hati dan pikiran mereka, bertransaksi dengan saling tukar menukar kebutuhan yang mereka perlukan dalam kehidupan mereka dan lain sebagainya. Selain itu, kegiatan komunikasi dapat juga merubah sikap atau perasaan seseorang contoh ketika seseorang sedang sedih karena merasa kurang beruntung atau ada sesuatu yang sedang dirasakannya, maka dengan komunikasi yang tepat dan benar yang diberikan kepadanya, dengan seketika ia bisa berubah menjadi senang dan bahagia kembali.

Harold D. Lasswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik Sebagaimana yang dikutip Cangara dalam bukunya Pengantar ilmu komunikasi menyebutkan bahwa, ada tiga fungsi yang sangat mendasar yang menjadi penyebab mengapa manusia perlu berkomunikasi. Adapun tiga fungsi tersebut adalah :¹⁶

Pertama, hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara, dan menghindar pada hal-hal yang mengancam alam

¹⁵ Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan, Perspektif Domain: Kaji Ulang dan Teori Kritis* (Jakarta: Rajawali Press, 2011) h.20

¹⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008)

sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan, melalui komunikasi pula manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dari pengalamannya maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat, sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat tersebut bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian disini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberikan tanggapan terhadap gejala-gejala alam seperti banjir, gempa bumi dan musim yang mempengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini, diperlukan penyesuaian agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut untuk dapat melakukan pertukaran nilai, perilaku dan peranan. Misalnya bagaimana orangtua mengajarkan tata krama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negaranya. Bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakatnya.

Ketiga fungsi ini menjadi patokan dasar bagi dan dalam kehidupan setiap individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat lainnya. Sehingga, komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat

manusia baik dalam kehidupan individu maupun dalam kehidupan sosial di dalam masyarakat yang lebih luas lagi.

Komunikasi adalah merupakan kebutuhan utama kita sebagai manusia yang sehat secara rohaniah dan jasmaniah adalah kebutuhan akan adanya hubungan sosial dengan yang lainnya, di mana ini dapat dicapai dengan melakukan dan membina hubungan yang baik dengan orang lain dan untuk mencapai itu hanya bisa didapat dengan melakukan komunikasi yang baik dan tepat kepada orang lain.

Abraham Maslow mengemukakan ada lima kebutuhan yang menjadi kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan diri, dan kebutuhan aktualisasi diri.¹⁷

Sejak manusia di lahirkan, ia tidak dapat hidup sendiri. Untuk mempertahankan hidupnya sebagai manusia, maka ia perlu dan harus melakukan komunikasi dengan orang lain atau alam sekitarnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan hidupnya secara biologis maupun kebutuhan hidupnya secara psikologis seperti makan, minum, ingin diperhatikan, ingin disayangi dan dicintai, mencari dan mencapai kebahagiaan.

Komunikasi memiliki banyak fungsi di dalam kehidupan manusia. Secara umum, fungsi komunikasi,¹⁸ adalah untuk:

- a. Menginformasikan (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

¹⁷ Riswandi, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Graha Ilmu Cetakan Pertama, 2009), h. 16.

Fungsi komunikasi untuk menginformasikan yaitu ketika akan menyampaikan informasi kepada lain maka akan melakukan komunikasi, dengan menyampaikan pesan (informasi) kepada orang yang dituju. Fungsi komunikasi yang dilakukan seseorang akan berhasil apabila timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak dapat memahami pesan yang disampaikan baik dengan kata-kata tertulis ataupun lisan, isyarat ataupun simbol. Fungsi lain dari komunikasi antara mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Sedangkan fungsi komunikasi,¹⁹ antara lain:

- a. Fungsi informasi, yaitu pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, gambar, data fakta dan opini serta komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Fungsi sosialisasi, yaitu menyediakan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang untuk bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya yang dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Fungsi motivasi, yaitu menjelaskan tujuan setiap masyarakat, baik jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan, serta mendukung kegiatan individu.
- d. Fungsi diskusi, yaitu menyediakan dan saling menyebar fakta yang diperlukan untuk persetujuan.

Dari pernyataan tersebut dapat dilihat fungsi komunikasi sebagai fungsi informasi yaitu pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, gambar, data fakta dan opini serta komentar yang dibutuhkan agar dapat

¹⁹ Widjaya, A.W., *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1999), h. 14

dimengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat.

Fungsi sosialisasi yaitu menyediakan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang untuk bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dapat aktif di dalam masyarakat. Fungsi motivasi, yaitu menjelaskan tujuan setiap masyarakat, baik jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan, serta mendukung kegiatan individu.

Fungsi diskusi, yaitu menyediakan dan saling menyebar fakta yang diperlukan untuk persetujuan. Dalam penelitian ini fungsi komunikasi lebih dikaitkan ke dalam fungsi motivasi, yaitu mendorong karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja sesuai dengan yang diharapkan.

C. Proses dan Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan di atas, jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. unsur-unsur ini bisa juga disebut sebagai komponen atau elemen komunikasi.

Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup didukung oleh tiga unsur saja namun ada juga yang

menambahkan umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang telah disebutkan. Sedangkan sumber adalah pembuat atau pengirim pesan. Semua peristiwa dalam proses komunikasi pastilah akan melibatkan atau ada didalamnya sumber sebagai pembuat atau pengirim pesan yang dapat berupa individu yang terdiri dari satu orang, atau pun dalam bentuk kelompok seperti organisasi, partai dan lain sebagainya. Sumber dalam komunikasi sering juga disebut dengan pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggris disebut juga dengan source, sender atau encoder.²⁰

Berbeda halnya dengan pesan dalam komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan ini dapat berupa pesan verbal yang dapat disampaikan dengan cara tatap muka ataupun dengan media komunikasi dan pesan non-verbal yang berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka dan lain sebagainya. Isi dari pesan yang disampaikan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan dikenal juga dengan sebutan message, content atau information.

Media dalam komunikasi adalah sesuatu yang digunakan sebagai pemindah pesan dari pengirim atau sumber kepada penerima pesan sehingga pesan-pesan komunikasi yang disampaikan sumber pengirim pesan dapat sampai kepada penerima pesan. Penerima pesan adalah objek atau pihak yang menjadi sasaran atau sebagai penerima dari pesan-pesan komunikasi yang disampaikan sumber atau pengirim pesan. Penerima pesan bisa terdiri dari satu orang atau lebih yang

²⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*...h.24.

bisa dalam bentuk kelompok kecil atau juga dalam kelompok besar seperti organisasi, partai maupun negara.

Dalam komunikasi, penerima pesan disebut juga dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam bahasa Inggris disebut juga dengan audience atau receiver.

Dalam proses komunikasi, keberadaan penerima adalah merupakan akibat dari adanya pengirim atau sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen atau komponen penting dalam proses komunikasi karena penerimalah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika pesan yang disampaikan oleh sumber tidak diterima atau tidak sampai kepada penerima, pastilah ada yang salah pada proses komunikasi tersebut yang kemudian menuntut adanya perubahan selanjutnya apakah pada sumbernya, pesan atau media yang digunakan.²¹

Oleh karena itu bagi seorang komunikator, kemampuan untuk mengenal atau mengidentifikasi siapa objek penerima pesannya adalah sesuatu yang sangat penting karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima pesan adalah suatu peluang bagi komunikator untuk mencapai keberhasilan dalam sebuah proses komunikasi yang dilakukannya. Pengaruh atau efek adalah respon terhadap pesan yang dikirimkan kepada si pengirim pesan maka pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut terinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim pesan. Bila arti pesan yang

²¹ *Ibid*,h.26

dimaksudkan oleh si pengirim di interpretasikan sama oleh si penerima, berarti komunikasi tersebut efektif.

Sering kali respon yang diberikan tidak seperti yang diharapkan oleh si pengirim karena si penerima pesan kurang tepat dalam menginterpretasikan pesan. hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor dalam diri si penerima yang mempengaruhi dalam pemberian arti pesan atau memberikan pemaknaan yang berbeda dari maksud yang di berikan atau dimaksudkan sumber pengirim pesan. dimasukkan menjadi komponen dalam komunikasi yang dapat mempengaruhi berjalan dan lancarnya komunikasi. menurut bentuknya, faktor ini dapat di bagi menjadi empat macam yaitu faktor lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya letak geografis. hal ini disebabkan karena, sering kali komunikasi sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh di mana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau lain sebagainya. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi misalnya, kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, status sosial dan lain sebagainya. Lingkungan psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan oleh komunikator dalam berkomunikasi misalnya, menghindari kata-kata atau kritik yang dapat menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan tingkatan usia khalayak, menyesuaikan materi sesuai dengan tingkatan pemahaman mereka dan lain sebagainya.

Sedangkan dimensi waktu adalah menunjukkan sebuah dimensi situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. banyak proses komunikasi yang tertunda karena pertimbangan waktu misalnya karena waktu, musim atau cuaca yang di anggap tidak sesuai. Namun, perlu juga diketahui karena dimensi waktu pula maka suatu informasi bisa memiliki nilai.²²

Semua unsur-unsur atau komponen-komponen komunikasi yang telah di paparkan di atas, sesungguhnya adalah merupakan satu kesatuan di mana unsur yang satu dengan unsur yang lainnya tidaklah dapat dipisahkan serta memiliki hubungan ketergantungan dan keterkaitan yang sangat erat sekali hubungannya. Sebuah proses komunikasi yang dilakukan seorang komunikator sebagai pengirim pesan, sering kali tidak dapat berjalan dengan efektif karena salah satu unsur yang ada dalam proses komunikasi tersebut tidak dapat berjalan seiring dan seirama dengan unsur-unsur komunikasi yang lainnya.

Namun sebaliknya, sebuah proses komunikasi juga akan dapat menjadi sebuah proses komunikasi yang dapat berjalan dengan sangat efektif bila saja semua unsur yang ada saling mendukung antara satu dengan yang lainnya serta dapat di manfaatkan dan digunakan dengan baik, cermat dan tepat pula oleh seorang komunikator sebagai sumber informasi atau pengirim pesan-pesan komunikasi dalam sebuah proses komunikasi yang ia lakukan. Maka dari itu seorang komunikator haruslah cerdas menggunakan unsur yang ada.

²² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi...*h.27-28

D. Komunikasi Organisasi

1. Definisi Komunikasi Organisasi

Dalam organisasi, komunikasi berfungsi untuk menggerakkan aktivitasnya. Artinya setiap individu yang terlibat dalam sebuah organisasi membutuhkan komunikasi efektif. Komunikasi organisasi berguna untuk menentukan berlangsungnya proses transmisi pesan internal organisasi dalam pencapaian tujuan melalui cara-cara yang dapat memperbaiki kualitas kehidupan kerja. Dalam berkomunikasi diharapkan mencapai pengertian dan kerjasama diantara semua unsur dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam buku *Komunikasi Organisasi* karya R. Wayne Pace dan Don F. Faules menjabarkan bahwa definisi komunikasi organisasi dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu definisi subyektif dan definisi obyektif. Keduanya memiliki ciri khas masing-masing.

Komunikasi organisasi dalam perspektif subyektif adalah ‘perilaku pengorganisasian’ yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses situ bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Pada perspektif ini yang ditekankan adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Sedangkan dalam definisi obyektif adalah kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Pada perspektif ini yang lebih ditekankan adalah pada komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka.²³

Jika R. Wayne memandangkan komunikasi organisasi dalam dua perspektif, lain halnya dengan Redding dan Sanborn yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku *Komunikasi Organisasi*, menurut mereka

²³ R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2006), h. 33

“Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dengan bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward, komunikasi upward, dan lain-lain.”²⁴

Hampir sama dengan Redding dan Sanborn, Joseph Devito yang dikutip oleh Soleh Soemirat, dkk dalam bukunya *Komunikasi Organisasional* menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi.²⁵

Dari ketiga pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses komunikasi didalam organisasi formal maupun informal dalam bentuk komunikasi yang kompleks, komunikasi tersebut dapat menimbulkan pengertian yang sama sehingga dapat mewujudkan tujuan organisasi tersebut.

2. *Komunikasi Formal*

Dalam komunikasi organisasi, kita mengenal adanya komunikasi yang bersifat internal dan eksternal. Dimana komunikasi internal berbicara mengenai informasi yang berpindah secara formal dari seseorang yang otoritasnya lebih tinggi kepada orang lain yang otoritasnya lebih rendah; informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang otoritasnya lebih rendah kepada orang yang

²⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h.67

²⁵ Soleh soemirat, dkk., *Komunikasi Organisasional*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000), Modul Kuliah, h. 13

otoritasnya lebih tinggi; informasi yang bergerak diantara orang-orang dan jabatan-jabatan yang sama tingkat otoritasnya-komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi yang sifatnya eksternal berbicara mengenai penyampaian informasi antara orang dalam organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Komunikasi formal secara sistematis menyampaikan sejumlah informasi kepada anggota-anggota organisasi sesuai dengan jabatan-jabatan mereka.²⁶

Ini membantu menjamin anggota-anggota organisasi menerima (dan menyampaikan) informasi yang berhubungan dengan tanggung jawab pekerjaan mereka. Pada dasarnya, komunikasi formal merupakan pengolahan pesan, sesuai dengan kewenangan yang digariskan dalam rencana organisasi untuk pencapaian tujuan. Ada tiga tipe umum komunikasi formal dalam organisasi yang didasarkan atas arah arus informasi, yakni ke bawah, ke atas dan kesamping atau horizontal.

1) *Komunikasi Kebawah*

Komunikasi kebawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari pimpinan kepada karyawannya. Biasanya komunikasi ke bawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Seperti pesan yang berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan, dan kebijaksanaan umum.

²⁶ Moekijat, Drs, *Teori Komunikasi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1993), h. 125

Menurut Lewis (1987) komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk mengubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.²⁷

Proses penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan²⁸ memiliki fungsi:

a. Instruksi kerja (*Job instruction*)

Pemberian atau penyampaian informasi kerja, bentuknya perintah, arahan, penerangan, uraian tugas. Instruksi tugas yang tepat dan langsung cenderung dihubungkan dengan tugas sederhana yang hanya menghendaki keterampilan dan pengalaman yang minimal. Instruksi yang lebih umum biasanya digunakan bagi tugas-tugas yang kompleks, dimana karyawan diharapkan mempergunakan pertimbangannya, ketrampilan dan pengalamannya. Jenis informasi ini menyangkut tentang apa yang diharapkan pimpinan terhadap karyawan dalam bekerja dan bagaimana mereka melakukan semua itu.

b. Rasional Pekerjaan (*Job Rationable*)

Penjelasan dari pimpinan mengenai mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationable*). Hal ini ditujukan untuk menolong pekerja menyadari bagaimana tugas mereka membantu organisasi dalam mencapai tujuannya. Kualitas dan kuantitas informasi ini ditentukan oleh asumsi pimpinan mengenai bawahannya dapat memotivasi diri, maka diberikan pesan rasional yang banyak.

c. Ideologi (*Organizational policies and practices*)

Penyampaian informasi mengenai kebijakan perusahaan dan bagaimana mempersiapkan mereka masuk ke organisasi secara total, seperti waktu kerja, gaji, program pensiun, cuti, dan lainlain. Informasi ini dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan

²⁷ ¹⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h.108-109, dan h. 116

praktik-praktik organisasi, peraturan dan kebiasaan yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional. Informasi Performa Karyawan (*Employee performance*). Penyampaian informasi mengenai penampilan pekerja, termasuk juga kemampuan menjalankan pekerjaan dalam keberhasilan kerja, hal ini sebagai pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik. Informasi tentang bagaimana melakukan sesuatu yang baik, dinilai penting untuk efisien dan efektifnya fungsi suatu sistem. Karyawan seringkali mengeluh, walaupun mereka melakukan pekerjaan dengan baik, mereka tidak tahu bagaimana cara pimpinan menilai kinerja karyawan.

d. Informasi Misi Organisasi (*Mission of the organization*)

Pemberian informasi bagaimana mengembangkan misi perusahaan dan informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas dan informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas dan kesamaan misi (*sense of mission*). Hal ini membutuhkan loyalitas karyawan terhadap organisasi, produknya, pelayanan dan kontribusi terhadap masyarakat yang merupakan unsure penting dalam kekuatan organisasi.

Penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan tidaklah selalu berjalan efektif. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi efektifitas penyampaian pesan ke bawah²⁹:

a. Keterbukaan

Kurangnya sifat terbuka diantara atasan dan bawahan akan menyebabkan pemblokatan atau tidak mau menyampaikan pesan dan gangguan dalam pesan. Pada umumnya, atasan hanya mau memberikan informasi kepada bawahan bila mereka merasa bahwa pesan itu penting bagi penyelesaian tugas.

b. Penggunaan Saluran

²⁹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h.110-111

Kebanyakan para atasan lebih percaya pada pesan tulisan daripada pesan yang disampaikan secara lisan melalui tatap muka. Hal ini menyebabkan para atasan lebih banyak menyampaikn pesan secara tertulis berupa *bulletin*, *booklet*, *memo*, laporan sebagai pengganti kontak personel secara tatap muka antara atasan dan bawahan.

c. Kualitas Pesan

Kualitas isi pesan akan berkurang bila berisi informasi yang panjang lebar, kurang obyektif, dan sebagainya. Hal ini dapat menyebabkan bawahan tidak dapat menangkap isi pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim pesan.

d. Waktu

Ketepatan waktu pengiriman pesan mempengaruhi penyampaian informasi ke bawah. Atasan hendaknya mempertimbangkan saat yang tepat bagi pengiriman pesan dan dampak yang potensial kepada tingkah laku karyawan. Pesan seharusnya dikirim pada saat menguntungkan kepada kedua belah pihak yaitu atasan dan bawahan.

e. Penyaringan

Pesan-pesan yang dikirinkan oleh atasan tidaklah semua diterima oleh para bawahan. Tetapi akan disaring mana yang dibutuhkan. Karyawan yang kurang percaya pada pimpinanya, mungkin akan menolak pesan tersebut.

Untuk menjelaskan pesan kepada bawahan, pimpinan harus mengadakan pertemuan-pertemuan, pembahasan melalui tanya jawab, dan dengan cermat menggunakan pesan-pesan tertulis yang sudah dipersiapkan, yang disampaikan kepada tiap pegawai secara perorangan.

Sedangkan alat komunikasi yang biasa digunakan dalam penyampaian informasi ke bawah³⁰ adalah sebagai berikut:

- a. Kebawah tertulis
 - a. Majalah internal organisasi
 - b. Papan pengumuman
 - c. Surat dan memo
 - d. Surat selebaran
- b. Kebawah lisan
 - a. Perintah/pembicaraan tatap muka
 - b. Ceramah, konferensi, pertemuan
 - c. Telepon/alat bantu visual lainnya

Contoh alat-alat komunikasi di atas merupakan suatu media yang dapat disampaikan melalui komunikasi verbal dan non-verbal.

Komunikasi verbal berarti melalui penggunaan kata-kata baik tertulis maupun lisan, dapat berupa instruksi, surat, memo, Laporan, ceramah, dan lain-lain. Sedangkan komunikasi non-verbal berarti tanpa penggunaan kata-kata. Biasanya pesan disampaikan melalui gerak badan, penampilan, ekspresi wajah, dan bermacam-macam simbol, isyarat dan perilaku lainnya.³¹

Apabila pemilihan metode dan media komunikasi tersebut dapat dilakukan secara tepat, maka penyebaran informasi kepada bawahan dapat berjalan dengan lancar dan efektif. Apabila atasan tidak dapat berkomunikasi secara efektif dengan bawahannya, maka pimpinan tidak melaksanakan fungsinya sebagai pimpinan karena tidak dapat membangun motivasi kerja dari para bawahannya.

³⁰ Soleh soemirat, dkk., *Komunikasi Organisasional*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2000), Modul Kuliah, h. 43

³¹ Moekijat, Drs, *Teori Komunikasi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1993), h. 137

Berkaitan dengan penelitian ini, komunikasi yang dilakukan oleh seorang pimpinan kepada karyawannya dengan tujuan merubah perilaku karyawan agar mampu meningkatkan motivasi kerjanya adalah melalui saluran komunikasi kebawah. Komunikasi kebawah ini harus sering dilakukan oleh pimpinan untuk memberikan sebuah kepercayaan dalam diri masing-masing karyawan sehingga muncul motivasi untuk bekerja lebih giat lagi dan proses pencapaian tujuan pun akan tercapai dengan maksimal.

2) *Komunikasi Keatas*

Yang dimaksud komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi.³²

Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan feedback, memberikan saran, dan mengajukan pertanyaan. Fungsi komunikasi ke atas³³ sebagai berikut:

- a. Arus komunikasi ke atas memberikan informasi yang berharga bagi pembuat keputusan.
- b. Komunikasi ke atas memperkuat apresiasi dan loyalitas pegawai terhadap organisasi dengan jalan memberikan kesempatan untuk menanyakan pertanyaan, mengajukan ide-ide dan saran-saran tentang jalannya organisasi.
- c. Komunikasi ke atas memperbolehkan, bahkan mendorong desas-desus muncul dan membiarkan supervisor mengetahuinya.

³² R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2006), h. 20

³³ ²⁰ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h. 16-17

- d. Komunikasi ke atas menjadikan supervisor dapat menentukan apakah bawahan dapat menangkap arti seperti yang dia maksudkan dari arus informasi kebawah.
- e. Komunikasi ke atas membantu pegawai mengatasi masalahmasalah pekerjaan mereka dan memperkuat keterlibatan mereka dalam tugas-tugasnya dan organisasi.

Saluran komunikasi ke atas terutama dipergunakan³⁴ untuk:

- a. Memberikan laporan
- b. Mangajukan permohonan
- c. Memberikan saran
- d. Mengajukan protes
- e. Memberikan informasi, dan untuk
- f. Mempengaruhi

Alat-alat atau media komunikasi khusus yang digunakan dalam saluran komunikasi ke atas³⁵ adalah:

- 1) Ke atas tertulis
 - a. Surat, memo, laporan dan formulir
 - b. Keluhan tertulis dan kotak keluhan
 - c. Sistem saran
 - d. Daftar pertanyaan sikap formal
- 2) Ke atas lisan
 - a. Diskusi tatap muka
 - b. Wawancara
 - c. Pertemuan dan konferensi
 - d. Telepon
 - e. Desas-desus
 - f. Pertemuan sosial

³⁵ Moekijat, Drs, *Teori Komunikasi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1993), h. 100

Masalah komunikasi ke atas yang sering dihadapi adalah komunikasi ke atas secara lisan. Meskipun sering dinyatakan bahwa komunikasi lisan ke atas perlu direncanakan, diseimbangkan, diarahkan, dan sistematis bahwa komunikasi tersebut sangat mengandalkan mendengarkan, dan prinsip ini sering diabaikan.

Komunikasi ke atas sangat penting untuk mempertahankan pertumbuhan organisasi. Komunikasi memberikan umpan balik kepada manajemen. Umpan balik diperlukan untuk mengetahui semangat kerja para pekerjanya dan berbagai ketidakpuasan yang terjadi. Komunikasi penting untuk membuat bawahan merasa memiliki dan sebagai bagian dari organisasi. Disamping itu, juga memungkinkan manajemen memiliki kesempatan untuk memperoleh berbagai gagasan baru dari para pekerjanya.

3) *Komunikasi Horizontal*

Komunikasi horizontal menurut Arni Muhammad adalah:

Pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik dan saling memberikan informasi.³⁶

Hubungan yang baik dan komunikasi yang bermakna di antara para pekerja merupakan sumber utama kepuasan. Komunikasi lateral dapat membantu mengkoordinasikan berbagai kegiatan di dalam organisasi dan

³⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h. 121

menungkinkan berbagai divisi untuk mengumpulkan pengalaman serta keahliannya. Tujuan komunikasi horizontal³⁷ sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan tugas-tugas Kepala bagian dalam organisasi kadang-kadang perlu mengadakan rapat atau pertemuan, untuk mendiskusikan bagaimana tiap-tiap bagian memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan organisasi.
- 2) Saling membagi informasi untuk perencanaan dan aktivitasaktivitas. Ide dari banyak orang biasanya akan lebih baik daripada ide satu orang. Oleh karena itu komunikasi horizontal sangatlah diperlukan untuk mencari ide yang lebih baik.
- 3) Memecahkan masalah yang timbul di antara orang-orang yang berada dalam tingkatan yang sama Dengan adanya keterlibatan dalam memecahkan masalah akan menambah kepercayaan dan moral dari pegawai.
- 4) Menyelesaikan konflik diantara anggota yang ada dalam bagian organisasi dan juga antara bagian dengan bagian lainnya. Penyelesaian konflik ini penting bagi perkembangan sosial dan emosional dari anggota dan juga akan menciptakan iklim organisasi yang baik.
- 5) Menjamin pemahaman yang sama Bila perubahan dalam suatu organisasi diusulkan, maka perlu ada pemahaman yang sama antar unit-unit organisasi atau anggota unit organisasi tentang perubahan itu. Untuk ini mungkin suatu unit dengan unit lainnya mengadakan rapat untuk mencari kesepakatan terhadap perubahan tersebut.
- 6) Mengembangkan sokongan interpersonal Karena sebagian besar dari waktu kerja pegawai berinteraksi dengan temannya maka mereka memperoleh sokongan hubungan interpersonal dari temannya. Hal ini akan memperkuat hubungan di antara sesama pegawai dan akan

³⁷ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h. 121-122

membantu kekompakan dalam kerja kelompok. Interaksi ini akan mengembangkan rasa sosial dan emosional pegawai.

Yoder dan Saudohar menggolongkan alat-alat komunikasi dalam pekerjaan komunikasi horizontal³⁸ sebagai berikut:

- 1) Lisan
 - a. Ceramah, konferensi, pertemuan panitia
 - b. Telepon, slide
 - c. Urusan sosial termasuk kegiatan serikat kerja
 - d. Kabar angin, desas-desus
- 2) Tulisan
 - a. Surat, memo, laporan
 - b. Majalah organisasi
 - c. Papan pengumuman dan poster
 - d. Buku penuntun dan buku pedoman
 - e. Laporan tahunan
 - f. Publikasi serikat kerja

3. *Komunikasi Informal*

Komunikasi informal timbul untuk memenuhi kebutuhan pegawai. Komunikasi seperti ini tidak disahkan oleh manajemen dan tidak ada hierarki struktural yang telah dibuat sebelumnya. Komunikasi informal digunakan oleh para pimpinan untuk melengkapi komunikasi formal.

Komunikasi formal adalah juga bagian penting dalam aliran komunikasi organisasi. Bentuk komunikasi ini timbul dengan berbagai maksud³⁹, yaitu:

- a. Pemuasan kebutuhan-kebutuhan manusiawi, seperti kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain.

³⁸ Moekijat, Drs, *Teori Komunikasi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1993), h. 102

³⁹ Handoko, T. Hani, *Manajemen Edisi II*, (Yogyakarta: BPFE, 1991), h. 282-283

- b. Perlawanan terhadap pengaruh-pengaruh yang monoton atau membosankan.
- c. Pemenuhan keinginan untuk mempengaruhi orang lain.
- d. Pelayanan sebagai sumber informasi hubungan pekerjaan yang tidak disediakan saluran-saluran komunikasi formal.

Yang menjadi rintangan dalam komunikasi informal yaitu *grapevine* (mendengarkan sesuatu bukan dari sumber resmi, tetapi dari desas-desus, kabar angin) yang mempunyai empat ciri⁴⁰ yaitu:

- a. *Grapevine* itu mulai sendiri
- b. *Grapevine* itu menyampaikan informasi dengan cepat
- c. Informasi makin lama makin banyak salahnya dan makin banyak mendapat rintangan makin jauh tujuannya.
- d. *Grapevine* itu tumbuh dengan subur apabila tidak ada saluran-saluran komunikasi yang efektif lainnya.

Sistem komunikasi *grapevine* cenderung dianggap merusak atau merugikan, karena tidak jarang terjadi penyebaran informasinya tidak tepat, tidak lengkap dan menyimpang. Dilain pihak komunikasi *grapevine* mempunyai peranan fungsional sebagai alat komunikasi tambahan bagi organisasi. Komunikasi *grapevine* lebih cepat, lebih akurat dan lebih efektif dalam menyalurkan informasi.

Pimpinan dapat mempergunakan komunikasi ini dengan informasi yang sengaja dibocorkan. Peran salah satu dalam komunikasi *grapevine* dapat diminimalkan dengan cara merancang saluran komunikasi formal yang baik, dan menyebarkan informasi dengan cepat dan tepat.

⁴⁰ Moekijat, Drs, *Teori Komunikasi*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1993), h. 106

4. *Komunikasi Efektif*

Secara umum, penyampaian informasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. Komunikasi yang efektif mengandung pengiriman dan penerimaan informasi yang paling cermat, pengertian pesan yang paling mendalam oleh kedua pihak dan pengambilan tindakan yang tepat terhadap penyelesaian pertukaran informasi.

Berdasarkan teori di atas, penulis mengambil kesimpulan bahwa komunikasi atau penyampaian pesan yang efektif adalah maksud atau tujuan dalam informasi yang disampaikan dengan cara sedemikian rupa dapat dimengerti sepenuhnya oleh penerima atau bawahan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan atasan untuk penyampaian informasi yang efektif menurut Davis (1976) yang dikutip⁴¹ adalah sebagai berikut:

- a. Atasan memberikan informasi secara jelas dan konsisten dalam setiap pesan yang disampaikan. Kejelasan dan kekonsistenan atasan pada umumnya dinilai oleh bawahan. Atasan selalu berorientasi pada reaksi bawahan mengenai informasi yang disampaikannya.
- b. Atasan selalu memberikan informasi kepada bawahannya apabila dibutuhkan mereka. Jika atasan tidak mempunyai informasi yang dibutuhkan bawahannya, ia mengatakannya dengan terus terang dan berupaya untuk mencarikannya.
- c. Atasan membagi informasi yang dibutuhkan oleh bawahannya. Atasan berupaya untuk membantu karyawannya dengan pemberian informasi

⁴¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), cet. Ke-8, h. 112

agar mereka merasa dihargai dan ikut mempunyai andil sebagai suatu bagian dari organisasi.

- d. Atasan dapat memilih media dan saluran komunikasi yang tepat dalam setiap pemberian informasi. Media yang digunakan untuk memberikan peringatan atau berupa teguran tentu berbeda dengan media yang digunakan untuk memberikan suatu informasi kebijakan maupun instruksi kerja.
- e. Atasan melakukan penyampaian informasi pada waktu dan saat yang tepat. Suatu informasi mungkin disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat dari waktu yang dibutuhkan bawahan. Masalah yang umumnya terjadi adalah terlalu lamanya informasi diproses sebelum diterima oleh bawahan.
- f. Atasan membuat garis komunikasi yang langsung dan sependek mungkin dengan bawahannya. Biasanya kontak tatap muka sehari-hari lebih disukai bawahan, karena memungkinkan untuk mendapatkan penjelasan informasi lebih cepat.
- g. Atasan berusaha membentuk kepercayaan terhadap bawahannya. Kepercayaan ini akan mengarahkan kepada komunikasi yang terbuka dan akan mempermudah adanya persetujuan yang diperlukan antara bawahan dan atasan (Muhammad, 2004).

5. *Komunikasi Diagonal*

Komunikasi diagonal atau komunikasi silang (*cross communication*) adalah komunikasi antara pimpinan seksi dengan pegawai seksi lain. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang memotong jalur vertikal dan horizontal. Sebagai contoh, anggota staf junior dapat langsung pergi ke atasannya, dan telepon, email atau mengunjungi teknikal senior di area lain untuk mendapatkan informasi. Beberapa penelitian mengatakan bahwa dalam organisasi yang memiliki *low performing*.

komunikasi diagonal digunakan oleh staf untuk mencari informasi dalam permintaan pantas keberadaan prosedur kerja, ketika dalam organisasi *high performing*, komunikasi diagonal digunakan staf untuk menyelesaikan masalah kerja yang sulit dan kompleks. Ketika komunikasi diagonal menjadi tanda fleksibilitas- sebagai contoh, dalam organisasi organik- ini jelas sekali dapat menyebabkan masalah bahkan lebih ekstrimnya lagi menyebabkan kerusuhan (*chaos*).

E. Motivasi Kerja

1. Definisi Motivasi Kerja

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kegiatan pendayagunaan sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya, sehingga sangat penting untuk diketahui bahwa ada cara-cara yang dapat memelihara dan mempertahankan loyalitas anggota perusahaan antara lain adalah dengan pemberian motivasi.

Motivasi berasal dari kata lain *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi hanya diberikan kepada manusia, khususnya para bawahan atau pengikut. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah gairah kerja bawahan agar mau bekerja keras dengan memberikan kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.⁴² Pada dasarnya tujuan motivasi pada karyawan adalah:

- a. Meningkatkan Loyalitas Karyawan

⁴² Hasibuan, Malayu S.P., *Organisasi dan Motivasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 92

Adanya kebijakan perusahaan yang baik bagi karyawan untuk mengembangkan segala kemampuan dan keahlian yang dimiliki serta adanya pengakuan yang besar oleh perusahaan terhadap karyawannya, akan mampu memacu karyawan untuk mengabdikan diri mereka guna kemajuan perusahaan.

b. Meningkatkan Kedisiplinan Karyawan

Karyawan yang tingkat disiplin kerjanya baik, mereka akan menunjukkan tingkat absensi yang baik dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Hal ini ditandai dengan penilaian pimpinan sendiri selama satu bulan terakhir menunjukkan bahwa absensi memang mempengaruhi perilaku dan prestasi kerja, dan mereka menilai bahwa pekerjaan adalah hal penting dan berarti bagi mereka serta penting bagi kemajuan perusahaan.

c. Menumbuhkan Rasa Suka Karyawan Pada Karyawan

Karyawan yang menyukai pekerjaan mereka karena latar belakang pendidikan, kemampuan dan keahlian yang dimiliki sesuai dengan pekerjaan yang dilakukannya. Mereka berkonsentrasi terhadap pekerjaannya itu. Mereka akan dapat menyelesaikan tugas yang diembannya itu dengan baik sesuai dengan yang diharapkan dan hasil yang memuaskan.

d. Meningkatkan Kepuasan Kerja Karyawan

Kepuasan kerja merupakan kondisi lahir batin seseorang dalam melakukan pekerjaan. Meskipun berbeda-beda ukurannya bagi setiap orang tetapi dapat diasumsikan bahwa hal yang mendukung kepuasan kerja adalah karena adanya hak otonomi untuk bertindak, variasi dalam melakukan pekerjaan, kesempatan memberikan sumbangan dan kesempatan mendapatkan umpan balik tentang hasil kerja.

e. Meningkatkan Kreatifitas Kerja Karyawan

Kreatifitas kerja menunjukkan bahwa karyawan memiliki kemampuan melaksanakan pekerjaan dengan kualitas yang tinggi, kreatifitas kerja yang tinggi diperoleh dari karyawan yang memiliki kualitas diri yang cukup tinggi. Mengembangkan kualitas karyawan adalah membeberkan kebebasan

karyawan seluas-seluasnya untuk mempelajari hal-hal baru, berusaha memberikan masukan serta saran dan menindaklanjuti setiap usul karyawan.

Apabila seorang pimpinan dapat meningkatkan motivasi kerja dan kegairahan kerja, perusahaan itu akan mendapat banyak keuntungan. Meningkatkan motivasi kerja dan kegairahan kerja akan menjadikan pekerjaan lebih cepat diselesaikan, kerusakan dapat dikurangi, absensi diperkecil dan kemungkinan perpindahan karyawan dapat diperkecil seminimal mungkin.

Turunnya motivasi kerja atau kegairahan kerja karyawan akan membuat perusahaan tidak dapat mencapai tujuan perusahaan tersebut. Banyak pakar menjelaskan model yang mendasari munculnya motivasi, diantaranya adalah Abraham Maslow dan Herzberg yang banyak mendapat sambutan positif di bidang organisasi.

2. Teori Motivasi Hierarki Kebutuhan (Abraham Maslow)

Teori motivasi Maslow berasumsi bahwa setiap individu memiliki kebutuhan-kebutuhan yang tersusun secara hierarki dari tingkat yang paling mendasar sampai tingkatan paling tinggi. Malayu Hasibuan memaparkan tentang teori Maslow sebagai berikut:⁴³

1. Kebutuhan Fisik / *Physiological Needs*

Pada manusia tingkat kebutuhan pertama yang paling dasar adalah kebutuhan fisik, yaitu pangan, sandang dan papan.

2. Kebutuhan Akan Rasa Aman / *Safety Needs*

⁴³ Hasibuan, Malayu S.P., *Organisasi dan Motivasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 108

Kebutuhan ini pada dasarnya merupakan kebutuhan untuk terbebas dari ancaman fisik dan perampasan kebutuhan pokok. Dengan kata lain ini merupakan kebutuhan akan perlindungan diri.

3. Kebutuhan Social / *Social Needs*
4. Manusia pada dasarnya adalah makhluk social, yang memiliki kebutuhan untuk diterima dalam berbagai kelompok. Apabila kebutuhan social sangat dominan, seseorang akan berusaha keras untuk membina hubungan yang berarti dengan orang lain.
5. Kebutuhan Penghargaan / *Esteem Needs*
Orang-orang pada umumnya memiliki kebutuhan yang tinggi terhadap diri sendiri berdasarkan kenyataan yang ada. Pengakuan dan rasa hormat dari orang lain akan menimbulkan keyakinan diri sendiri, *public relationesties*, kuasa dan control. Mereka mulai merasa bermanfaat dan memiliki pengaruh terhadap lingkungannya.
6. Kebutuhan Aktualisasi Diri / *Self Actualization Needs*
Selanjutnya apabila kebutuhan akan penghargaan sudah terpenuhi, maka kebutuhan akan perwujudan diri mulai kebutuhan ini adalah suatu kebutuhan yang ingin memaksimalkan potensi diri, suatu kebutuhan untuk menjadi apa yang dirasakan oleh seseorang karena mempunyai potensi mencapainya.

Dari pernyataan di atas menyebutkan bahwa manusia akan di dorong untuk memenuhi kebutuhan yang paling kuat sesuai waktu, keadaan dan pengalaman yang bersangkutan mengikuti suatu hierarki.

Dalam tingkatan ini, kebutuhan pertama yang harus dipenuhi terlebih dahulu adalah kebutuhan fisiologis atau kebutuhan fisik seperti balas jasa, istirahat dan sebagainya. Setelah kebutuhan pertama dipuaskan, kebutuhan utama, yaitu kebutuhan keamanan dan rasa aman. Kebutuhan ketiga akan muncul setelah kebutuhan kedua terpuaskan. Proses ini berjalan terus sampai

terpenuhinya kebutuhan aktualisasi diri, dimana manajemen dapat memberikan intensif untuk memotivasi hubungan kerja sama, kewibawaan pribadi serta tanggung jawab untuk mencapai hasil prestasi yang tinggi dari karyawan.

Teori lainnya yang senada dengan teori Maslow adalah teori TwoFactor View yang dikemukakan oleh Federic Herzberg. Beliau beranggapan bahwa uang tidak akan mendatangkan kepuasan dalam bekerja tetapi pengakuan dan penghargaan menduduki peringkat kebutuhan yang lebih tinggi yang dapat menjadi motivator bagi para pekerja.

3. Teori Two-Faktor View (Herzberg)

mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dalam organisasi yang disebut Two-Factor View:⁴⁴

1. Faktor Pemuasan

Disebut juga sebagai *intrinsic motivation* yaitu faktor-faktor yang berperan sebagai motivator terhadap karyawan, yaitu prestasi, penghargaan, pekerjaan kreatif dan menantang, tanggung jawab serta kemajuan dan peningkatkan kerja.

2. Faktor Pemeliharaan

Faktor ini disebut juga hygiene motivation yaitu faktor-faktor yang dapat menimbulkan ketidak puasan terhadap karyawan. Misalnya kebijaksanaan dan administratif perusahaan, kualitas pengendalian teknik, kondisi kerja, hubungan kerja, status pekerjaan, keamanan kerja, kehidupan pribadi dan system penggajian.

Teori Herzberg ini sebenarnya mematahkan anggapan sementara pimpinan bahwa persoalan-persoalan semangat kerja para karyawan dapat

⁴⁴ Handoko, T. Hani, *Manajemen Edisi II*, (Yogyakarta: BPFE, 1991), h. 260

diataskan dengan pemberian upah dan gaji yang tinggi, intensif yang besar, dan memperbaiki kondisi tempat kerja. Pemecahan ini tidak banyak menguntungkan karena hal-hal tersebut tidak dapat memotivasi karyawan.

Adapun yang dapat membangkitkan semangat kerja ialah motivator. Faktor ini terdiri dari faktor keberhasilan, penghargaan, faktor pekerjaan sendiri, rasa tanggung jawab dan faktor peningkatan. Dari teori-teori motivasi lainnya, kedua teori ini dianggap paling sesuai untuk digunakan sebagai pemikiran dalam penelitian ini.

Maka berdasarkan pendapat para pakar yang telah dijelaskan di atas, maka motivasi kerja dapat diartikan sebagai dorongan atau kehendak seseorang untuk melaksanakan tindakan kegiatan dalam lingkup tugas-tugas yang merupakan pekerjaan di lingkungan sebuah organisasi.

Dorongan tersebutlah yang kemudian menggerakkan perilakunya sebagai upayanya dalam memenuhi tujuannya atau kebutuhannya baik dalam bentuk fisiologis maupun psikologis. Untuk melihat motivasi kerja seseorang dapat dinilai dari sikapnya terhadap pekerjaannya,⁴⁵ yaitu:

1. Disiplin

Segala perbuatan yang selalu mentaati peraturan dan sesuai dengan kebijakan yang ada merupakan salah satu perilaku orang yang termotivasi dalam bekerja. Hal ini sangat erat kaitannya dengan kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen organisasi (biasanya berupa kebijakan secara tertulis).

2. Inisiatif

⁴⁵ Arep, Ishak & Hendri Tanjung, *Manajemen Motivasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), h.

Salah satu bentuk sikap proaktif dari orang yang termotivasi. Sesuatu yang dikerjakan karena ada motivasi yang mendorongnya akan membuatnya senang untuk melakukannya tanpa perlu instruksi terlebih dahulu dari atasan. Mereka akan berupaya aktif untuk memecahkan masalah dalam pekerjaan, kemampuan mengenali masalah dan mengambil tindakan korektif, memberikan saran-saran untuk peningkatan dan menerima tanggung jawab menyelesaikan tugas-tugas yang belum diberikan.

3. Loyalitas

Berkaitan erat dengan komitmen dan kesetiaan para pegawai terhadap organisasinya. Mereka yang termotivasi akan cenderung melakukan lebih banyak lagi, mencurahkan waktu ekstra untuk bekerja, memberikan kontribusi yang lebih dan berusaha keras untuk meningkatkan produktivitas kerja demi kemajuan organisasi.

4. Kinerja

Merupakan suatu prosedur yang berkaitan dengan evaluasi standar kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan terhadap seorang karyawan. Hal ini dinilai dari kecermatan dan efisiensi perilaku kerja. Orang yang termotivasi akan menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan standar yang benar dan dalam skala waktu yang telah ditentukan.

5. Pengawasan

Orang yang termotivasi dalam bekerja tidak akan membutuhkan terlalu banyak pengawasan karena kinerjanya yang sudah baik. Hal ini dimaklumi karena dorongan yang begitu tinggi untuk menghasilkan sesuai target yang mereka tetapkan. Pengawasan biasanya diukur dari perbandingan pengawasan yang dilakukan pada tugas atau tanggung jawab yang pertama diberikan dengan tanggung jawab yang berikutnya.

F. Macam-Macam Motivasi

Ada beberapa macam motivasi yang digunakan oleh setiap individu, yakni motivasi positif dan motivasi negative.⁴⁶

1. Motivasi Positif (*Insentif Positif*)

Memotivasi dengan memberikan hadiah kepada mereka ataupun diri sendiri yang termotivasi untuk berprestasi baik dengan motivasi positif. Semangat seseorang individu yang termotivasi tersebut akan meningkat, karena manusia pada umumnya senang menerima yang baik – baik.

2. Motivasi Negatif (*Insentif Negatif*)

Memotivasi dengan memberikan hukuman kepada mereka ataupun diri sendiri yang berprestasi kurang baik atau berprestasi rendah. Dengan memotivasi negatif ini semangat dalam jangka waktu pendek akan meningkat, karena takut akan hukuman, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

G. Kiat-Kiat Motivasi

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi motivasi kerja karyawan yang menurun, yakni sebagai berikut:

1. Jalin komunikasi yang baik, agar karyawan tidak sungkan bercerita saat mengalami kesulitan ditempat kerja yang dimiliki. Luangkan waktu untuk menyapa dan mengobrol tentang hal-hal yang bukan tentang pekerjaan untuk menjalin keakraban.

⁴⁶ Hasibuan. M, Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007), hal. 178

2. Memberikan training/pelatihan untuk meingkatkan softskill karyawan. Di satu sisi, sumber daya manusia yang dimiliki akan bertambah kualitas dan kemampuannya. Di sisi lain, karyawan akan menganggap perusahaan memperhatikan dan menjadikan momen training sebagai rehat dari pekerjaan.
3. Memberikan reward kepada karyawan yang kinerjanya dinilai baik dan berpengaruh bagi perusahaan, hal ini juga untuk memotivasi karyawan agar berlomba-lomba untuk melaksanakan pekerjaan sebaik-baiknya dan meningkatkan performancenya.

H. Teori Pemimpin

Pemimpin adalah seseorang yang memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain untuk mengarahkan ataupun mengkoordinasi untuk mencapai tujuan dalam suatu organisasi. Sebagaimana diungkapkan oleh Kartini Kartono (2003:27) bahwa:

“Pemimpin adalah seorang anggota kelompok yang berpengaruh terhadap aktivitas kelompoknya dan yang memainkan peranan penting dalam merumuskan ataupun mencapai tujuan-tujuan kelompok. Seorang pemimpin merupakan seorang penyalur bagi pikiran, tindakan dan kegiatan yang bersifat mempengaruhi dan melaksanakan pekerjaan-pekerjaan. Hal ini berarti bahwa pemimpin selalu meliputi sejumlah besar masalah kekuasaan”⁴⁷.

Kekuasaan seorang pemimpin bersumber dari kemampuannya untuk mempengaruhi orang lain karena sifat-sifat dan sikapnya, luas pengetahuan dan

⁴⁷ Kartini Kartono, *Teori Kepemimpinan Dalam Organisasi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003), hal. 27

pengalamannya, pandai berkomunikasi dalam hubungan-hubungan interpersonal. Pemimpin adalah seseorang yang memiliki kecakapan khusus sehingga mempunyai kekuasaan, kewibawaan dalam mengarahkan dan membimbing bawahannya untuk mendapat pengakuan serta dukungan dari bawahan kearah pencapaian tujuan tertentu. Jadi pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kelebihan dalam hal kemampuan untuk mempengaruhi dan menggerakkan bawahannya.

Kartini Kartono (2003:5-8) berpendapat bahwa kepemimpinan merupakan masalah relasi dan pengaruh antara pemimpin dengan yang dipimpin. Kepemimpinan tersebut muncul dan berkembang sebagai hasil dari interaksi otomatis antara pemimpin dengan orang-orang yang dipimpinnya. Sedangkan Ordway Tead dalam Kartini Kartono (2003:49) mengemukakan bahwa kepemimpinan ialah kegiatan mempengaruhi orang-orang agar mereka bekerjasama dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Ambar Teguh Sulistiyani (2008:21) berpendapat bahwa kepemimpinan dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dalam melakukan inisiasi terhadap kelompok perlu didukung oleh kemampuan pemimpin. Kemampuan pemimpin memegang peranan utama untuk menentukan efektivitas kepemimpinan seseorang. Sejumlah kemampuan umum sebagai unsure dasar kepemimpinan berupa :

1. Kapasitas (kemampuan) merupakan *bacround* yang dimiliki oleh pemimpin mengenai tingkat kemampuan yang dapat meliputi keahlian, pengetahuan dan keterampilan baik yang diperoleh secara formal, non-

formal maupun bersumber dari pengalaman pribadi, yang bermanfaat bagi kepemimpinannya.

2. Kapabilitas (kesanggupan) merupakan kondisi mental psikologis seseorang pemimpin yang mencerminkan kemantapan dan kseanggupan penuh serta tanggungjawab untuk memikul segala konsekuensi jabatan dan kepemimpinan.
3. Personality (kepribadian pemimpin) merupakan pancaran dari karakter pemimpin itu sendiri, yang menyangkut sifat atau watak yang melekat pada dirinya. Pemimpin yang memiliki karakter yang baik akan dapat menjadi teladan bagi anak buah, cenderung disegani dan dihormati.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan merupakan kemampuan seseorang untuk mempengaruhi dan mengarahkan orang secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan definisi diatas, kepemimpinan memiliki beberapa implikasi, antara lain :

Pertama : kepemimpinan berarti melibatkan orang atau pihak lain, yaitu para bawahan. Para bawahan harus memiliki kemauan untuk menerima arahan dari pemimpin. Walaupun demikian, tanpa adanya bawahan, kepemimpinan tidak akan ada juga.

Kedua : seorang pemimpin yang efektif adalah seseorang yang dengan kekuasaannya mampu menggugah pengikutnya untuk mencapai kinerja yang memuaskan.

Ketiga : kepemimpinan harus memiliki kejujuran terhadap diri sendiri, sikap bertanggungjawab yang tulus, pengetahuan, keberanian bertindak sesuai dengan

keyakinan, kepercayaan pada diri sendiri dan orang lain dan kemampuan untuk menyakinkan orang lain dalam membangun organisasi.

I. Metode Pemimpin

Dalam suatu organisasi dituntut adanya seseorang yang berkedudukan sebagai pemimpin. Seroang pemimpin dituntut untuk selalu mengusahakan agar aktivitasnya sejalan dengan tuntutan satuasi dan lingkungan. Hal ini disebabkan karena keberhasilan pemimpin dalam suatu waktu belum tentu akan berhasil pula pada situasi dan tempat yang berlainan. Menurut Ordway Tead (1986:69), metode kepemimpinan terdiri dari :

1. Memberi Perintah

Metode ini timbul dari keadaan dan hubungan kerja. Oleh karena itu, perintah adalah merupakan fakta fungsional dari suatu organisasi. Dalam organisasi yang formal, perintah itu biasanya sudah tercakup dalam tugas dan kewajiban pemimpin. Hal yang perlu diperhatikan oleh seorang pemimpin dalam member perintah, diantaranya adalah :

- a. Perintah harus tegas dan jelas,
- b. Pemberian perintah jangan diberikan secara sekaligus dan terlalu banyak,
- c. Dalam pemberian perintah yang langsung, harus selalu memperhatikan sopan santun.

2. Memberi Celaan

Untuk menjaga keseimbangan dan keadilan dikalangan anggota kelompok, maka pemimpin harus mampu dan berani mengambil tindakan terhadap anggota organisasi yang tidak baik, yang berbuat salah dan merugikan terhadap organisasinya. Hal yang perlu diperhatikan oleh pemimpin saat member celaan, antara lain :

- a. Memberi teguran atau celaan hendaknya didasarkan kepastian bahwa kesalahan itu benar-benar terletak pada individu yang dicela atau ditegur.
- b. Pemberian teguran atau celaan dari pemimpin hendaknya disampaikan secara rahasia atau tidak di depan umum.

3. Memberi Pujian

Seorang pemimpin hendaknya bersikap penuh perhatian serta mampu pula untuk membesarkan hati para anggota organisasi yang telah menunjukkan prestasi yang banyak kegiatan serta sumbangsuhnya terhadap pencapaian tujuan organisasi. Dalam praktiknya, pemberian pujian dapat berupa pemberian penghargaan baik berupa piagam, ataupun barang. Dalam member pujian, seorang pemimpin hendaknya memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a. Pemberi pujian oleh pemimpin harus tepat (waktunya jangan sampai terlambat).
- b. Pemberian pujian oleh pemimpin hendaknya diberikan secara terbuka atau di hadapan anggota organisasi.

4. Memelihara Tingkah Laku Pribadi

Pada dasarnya kegiatan yang dilakukan oleh pemimpin pemerintahan pada setiap tingkatan adalah merupakan cerminan dari kualitas suprastruktur, oleh karenanya tindakan ataupun tingkah laku pemimpin harus tetap menjadi contoh atau teladan bagi anggota organisasi atau masyarakat disekitarnya.

5. Memperoleh Saran

Menjadi suatu keharusan bagi seorang pemimpin untuk mau menerima pendapat atau saran dari anggota organisasi, dan menjadi tugas pemimpin pula untuk selalu membangkitkan inisiatif anggota organisasi agar mau menyumbangkan pendapat atau saran untuk kepentingan kelompok.

6. Memperkuat Rasa Kesatuan Kelompok

Seorang pemimpin tidak hanya memikirkan dan bertindak ke dalam organisasi untuk mengajak, mengarahkan atau mengatur saja, akan tetapi seorang pemimpin harus pula mampu menjadikan seluruh unsure organisasi khususnya manusianya untuk selalu berada dalam suatu gerak dan arah.

7. Memperhatikan Pengenalan Pada Kelompok

Seorang yang dianggap baik dan dipilih menjadi pemimpin seringkali orang yang dekat dengan anggota organisasi. Oleh sebab itu, hal penting bagi seorang pemimpin adalah melakukan pendekatan pribadi kepada anggota organisasi atau kelompok agar tetap tercipta suatu

kemanunggalan di antara pemimpin dengan seluruh karyawan dalam organisasi itu.

8. Menciptakan Disiplin Pribadi Pada Kelompok

Banyak pekerjaan dan ternyata lebih baik kalau dikerjakan di bawah aturan disiplin tertentu daripada dikerjakan secara bebas. Disiplin merupakan bentuk ketaatan serta pengendalian diri dari setiap orang yang berguna untuk mengatasi segala hambatan dalam kelompok, seperti perselisihan, kelambatan, kecerobohan, pemborosan. Untuk menciptakan disiplin pribadi dalam kelompok, seorang pemimpin harus tetap menjalankan seluruh prosedur secara konsekuen. Selain itu untuk masyarakat, perlu diberitahu mengenai peraturan dan ketentuan-ketentuan yang mengatur organisasi.

9. Mententramkan Kabar Angin Yang Tidak Benar

Kesatuan dan efektivitas kerja kelompok pada tiap organisasi terutama selalu terjalin dari lingkungan dalam organisasi itu sendiri, maka menjadi kewajiban pemimpin untuk dapat menciptakan ketenangan dan rasa aman di dalam organisasi. Untuk itu, pemimpin perlu melakukan komunikasi dan penerangan yang dapat meyakinkan atau menjelaskan permasalahan yang mengganggu organisasi yang dipimpinnya.

J. Hak Karyawan

Hak dasar pekerja merupakan hak yang melekat sejak dia diangkat sebagai karyawan dalam perusahaan. Hak ini meliputi keselamatan dan kesehatan kerja

sampai dengan kesempatan untuk berkembang di perusahaan tersebut. Berikut ini 8 hak dasar karyawan dan aturan yang mengaturnya :

1. Hak untuk mengembangkan potensi kerja, mengembangkan minat, bakat dan kemampuan.
2. Hak dasar atas jaminan sosial, kesehatan dan keselamatan kerja.
3. Setiap pekerja berhak mendapatkan upah yang layak.
4. Hak dasar untuk berlibur, cuti, istirahat, serta memperoleh pembatasan waktu kerja.
5. Hak dasar untuk membentuk serikat pekerja.
6. Hak untuk melakukan aksi mogok kerja.
7. Hak dasar khusus terkait persoalan jam kerja untuk pekerja perempuan.
8. Hak perlindungan atas pemutusan hubungan kerja.

Selain hak dasar, seorang pekerja juga memiliki hak pribadi yang lebih mengatur hubungan kerja lebih spesifik antara pekerja dan perusahaan. Hak ini meliputi hal sebagai berikut :

1. Hak mengenai hubungan kerja
2. Hak mengenai pengaturan jam kerja
3. Jaminan kesejahteraan
4. Hak mengenai cuti
5. Hak mengenai upah
6. Hak jika terjadi PHK

PHK merupakan sesuatu yang hanya boleh dilakukan saat darurat saja.

Jika kondisi ini terjadi, setidaknya ada 3 hal yang harus dimengerti oleh

seorang karyawan terkait dengan persoalan PHK tersebut. Berikut penjelasannya:

- a. Hak mendapatkan uang pesangon, yang dimaksud meliputi atas gaji pokok dan tunjangan tetap, yang berisi komponen upah yang tetap dibayar meski yang bersangkutan absen kerja.
 - b. Hak mendapatkan uang penghargaan masa kerja, berhak mendapatkan uang penghargaan yang masa kerjanya sampai 4 tahun lebih.
 - c. Hak mendapatkan uang penggantian hak, hak tersebut berupa cuti tahunan, biaya pulang bagi pekerja dan keluarganya (jika diluar daerah), hal-hal yang ditetapkan dalam perjanjian kerja sesuai aturan perusahaan.
-
1. Efektivitas penyampaian terhadap konferent digunakan untuk menyikapi sistem pembodohan.
 2. Ketersediaan dalam mengimplementasikan ilmu dan jenis teologi komunikasi dirancang untuk pembodohan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Etnografi. Dengan pendekatan Etnografi, peneliti memberi gambaran yang lebih jelas tentang situasi-situasi sosial. Dimana, jenis penelitian ini tidak sampai mempersoalkan hubungan antar-variabel yang ada karena pada penelitian deskriptif tidak menggunakan dan tidak melakukan pengujian hipotesis atau dimaksudkan untuk membangun dan mengembangkan sebuah teori.⁴⁸

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di kantor Media Cetak Sulteng Raya, jalan Rusa Kota Palu Sulawesi Tengah. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan atas keinginan peneliti sendiri, dikarenakan lokasi Media Cetak Sulteng Raya merupakan tempat yang strategis dimana didalamnya terdapat sarana dan prasarana yang sangat baik dalam mendukung proses penelitian ini.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, kehadiran peneliti sebagai instrumen penelitian sekaligus sekaligus pengumpulan data. Oleh karena itu, kehadiran peneliti di lapangan untuk penelitian kualitatif sangat diperlukan, sebagai pengamat penuh yang mengawasi kegiatan-kegiatan yang terjadi di Media Cetak Sulteng Raya dan

⁴⁸ Mohammad Mulyadi, Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian. (*Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 2012), h. 71-80

lebih berfokus pada efektivitas penyampaian informasi yang digunakan oleh atasan Media Cetak Sulteng Raya kepada bawahannya (Karyawan) dalam meningkatkan motivasi kerja yang lebih efisien.

Secara umum, kehadiran peneliti diketahui oleh objek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data yang valid dan akurat dari lokasi penelitian, yang berhubungan dengan tujuan penelitian dari skripsi atau penelitian ini.

D. Jenis dan Sumber Data

Data dan sumber data merupakan faktor penentu keberhasilan suatu penelitian. Tidak dapat dikatakan suatu penelitian bersifat ilmiah bila tidak ada data dan sumber data yang dapat dipercaya, karena jenis penelitian ini kualitatif, maka menurut Lofland, yang dikutip Moleong, mengemukakan bahwa “sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain”.⁴⁹

Sedangkan menurut S. Nasution, sumber data dalam suatu penelitian ini dikategorikan dalam dua bentuk yaitu data primer dan data sekunder.⁵⁰ Data primer yaitu jenis data yang diperoleh lewat pengamatan langsung di lapangan.⁵¹ Sedangkan data sekunder adalah data penunjang yang merupakan data pelengkap yang diperoleh melalui literatur-literatur, dokumen-dokumen dan lain-lain, seperti data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluannya.⁵² Selanjutnya data primer yang diperoleh secara langsung dari

⁴⁹ *Ibid*, h. 112

⁵⁰ S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Cet. IV, Jakarta : Bumi Aksara 2004), h. 143

⁵¹ *Ibid*, h. 144

⁵² Lexy J. Moleong, h. 116

pihak pertama kemudian dianalisa lebih lanjut, sementara itu data yang berasal dari bahan kepustakaan disebut sebagai data sekunder.

Sutrisno Hadi, mengemukakan dalam penggunaan data sekunder ada beberapa hal yang perlu diperhatikan diantaranya adalah⁵³:

1. Data sekunder harus ditelaah secara kritis, menghindari adanya ketidaksesuaian antara data yang terkumpul, karena mencari data sekunder relatif lebih cepat dan mudah dibandingkan data primer.
2. Ketidakjelasan data sekunder dihilangkan, agar tidak menimbulkan dualisme pemikiran yang berakibat kurang mengenyakan jawaban permasalahan.
3. Dalam mengumpulkan data sekunder, metode penelitian yang dipergunakan kurang mendapat perhatian.
4. Data sekunder dapat dikumpulkan di mana saja tanpa memperdulikan lokasi penelitian, tidak terikat pada lokasi tertentu kecuali yang bersifat praktek.
5. Diperlukan kerajinan dan ketekunan dalam memilih data yang dicari.

Data merupakan suatu hal yang mutlak diperlukan kelengkapan dalam penyusunan proposal ini. Sumber data diambil dari *field research* artinya pengamatan langsung ke objek yang diteliti dan *library research* atau kajian pustaka. Data lapangan diperoleh melalui wawancara dengan beberapa pegawai Media Cetak Sulteng Raya yang dianggap sebagai komponen permasalahan yang diteliti.

Berdasarkan hal tersebut, maka sumber data dalam penelitian ini dibagi dalam empat kategori yaitu :

⁵³Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I*, (Ed. Revisi, Yogyakarta : Fak. Psikologi UGM, 2001), h. 85

- a. Kata-kata dan tindakan, maksudnya kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai. Hal ini merupakan data utama yang dicatat melalui catatan tertulis perekaman audio atau tape dan pengambilan foto.
- b. Sumber tertulis, merupakan bahan tambahan atau sumber kedua, yang berasal dari berbagai buku, majalah, arsip, dan dokumen. Dokumen misalnya laporan bulanan dan lain sebagainya.
- c. Foto, misalnya foto tentang lokasi penelitian dan letak geografis.
- d. Data statistik, merupakan sumber data tambahan, misalnya data tentang guru, data tentang peserta didik dan lain sebagainya.

E. Tahap-Tahap Penelitian

Menurut Lexy J. Meleong mengemukakan dalam penelitian terdiri dari beberapa tahap, yaitu⁵⁴:

1. Tahap Pra-Lapangan

Tahap ini merupakan tahapan persiapan sebelum melakukan penelitian. dalam konteks ini, peneliti terlebih dahulu membuat rumusan permasalahan yang akan dijadikan objek penelitian, untuk kemudian membuat usulan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian hingga membuat proposal penelitian.

2. Tahap Lapangan

Pada tahap pekerjaan lapangan ini meliputi tiga bagian yaitu memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan dan

⁵⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 125

berperan serta mengumpulkan data. Tahap ini peneliti lebih fokus pada pencarian dan pengumpulan data dilapangan, serta mengamati segala bentuk aktivitas yang ada di lokasi penelitian, sambil menulis catatan lapangan untuk tahap berikutnya.

3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data ini, meliputi analisis data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, ataupun wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan. kemudian dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti. Penarikan kesimpulan dalam hal ini peneliti menarik kesimpulan awal dari hasil sementara yang ada. Kemudian melakukan verifikasi atau pencocokan hasil kesimpulan awal dengan kesimpulan akhir dengan bukti-bukti yang ada dalam penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti dan pencatatan secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁵⁵ Dalam buku yang berjudul *Metode Research Penelitian Ilmiah* S. Nasution, berpendapat bahwa “observasi dilakukan untuk memperoleh

⁵⁵ S.Nasution, h.106

informasi tentang kelakuan manusia yang terjadi dalam kenyataan”. Menurut Jehoda, observasi menjadi alat penyelidikan ilmiah jika⁵⁶ :

- a. Mengabdikan kepada tujuan-tujuan *research* yang telah dirumuskan.
- b. Direncanakan secara sistematis, bukan terjadi secara tidak teratur.
- c. Dicatat dan dihubungkan secara sistematis dengan proposisi-proposisi yang lebih umum, tidak hanya dilakukan untuk memenuhi rasa ingin tahu semata-mata.
- d. Dapat dicek dan dikontrol validitas, reliabilitas, dan ketelitiannya sebagaimana data ilmiah lainnya.

Dalam observasi ini, penulis menggunakan metode observasi langsung, yakni penulis mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung terhadap objek yang diteliti dan dibarengi dengan kegiatan pencatatan sistematis sehubungan dengan apa-apa yang dilihat dan berkenaan data yang dibutuhkan.

2. *Interview* (Wawancara)

Interview Adalah suatu metode yang dipergunakan penulis dengan melakukan wawancara terhadap informan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Lexy J. Moleong dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* mengemukakan bahwa:

“Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”.⁵⁷

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kedua teknik tersebut yang dilakukan dalam waktu terpisah atau tidak bersamaan sehingga diharapkan penelitian dapat dilakukan dengan efektif dan efisien dalam menjangkau atau

⁵⁶Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Cet. XXIII, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 1989), h. 136

⁵⁷Lexy J. Moleong, h. 135

memperoleh data-data yang diperlukan dan dianggap sesuai dengan rancangan awal penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan menelaah dokumen penting yang menunjang kelengkapan data. Dalam teknik pengumpulan data ini, penulis melakukan penelitian dengan menghimpun data yang relevan dari sejumlah dokumen resmi atau arsip penting yang dapat menunjang kelengkapan data penelitian serta dalam teknik dokumentasi ini, Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan yang terkait dengan permasalahan.

G. *Teknik Analisis Data*

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian mereduksi data sehingga dapat disajikan dalam satu bentuk narasi yang utuh.

Matthew B. Miles & A. Michel Huberman, menjelaskan bahwa reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian padapenyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.⁵⁸

Reduksi data diterapkan pada hasil observasi, *interview*, dokumentasi dengan mereduksi kata-kata yang dianggap penulis tidak signifikan bagi

⁵⁸Matthew B. Milles, et.al, *Qualitative Data Analisis*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi dengan judul *Analisis Data Kualitatif*, buku Sumber tentang Metode-metode Baru, (Cet.I,Jakarta: UI-Press, 1992), h. 16

penelitian ini, seperti keadaan lokasi observasi dan dokumentasi yang tidak terkait dengan masalah yang diteliti, gurauan, basa basi informan dan sejenisnya.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data yaitu menyajikan data yang telah direduksi dalam model-model tertentu untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran terhadap data tersebut.

Matthew B. Miles & A. Michel Huberman, menjelaskan bahwa ur penting yang kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Kami membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian, kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan-lebih jauh menganalisis ataukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian tersebut.⁵⁹

Dengan demikian, pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Oleh karena itu, data disajikan dalam bentuk kata-kata/kalimat sehingga menjadi satu narasi yang utuh.⁶⁰

3. Verifikasi data

Verifikasi data yaitu pengambilan keputusan dari penulis terhadap data tersebut.

Matthew B. Miles dan A. Michel Huberman, menjelaskan bahwa kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan preposisi.

Dalam kegiatan memverifikasi, penulis mengambil kesimpulan dengan mengacu pada hasil dari reduksi data. Data-data yang terkumpul dari hasil

⁵⁹*Ibid*, h. 19

⁶⁰*Ibid*, h. 17

wawancara, observasi, dan dokumentasi, penulis pilih yang mana sesuai dengan judul dan membuang yang tidak perlu.

H. Pengecekan Keabsahan Data

Sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moleong dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* bahwa:

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi “positivisme” dan disesuaikan dengan tuntunan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri.⁶¹

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi, dimana dengan triangulasi selalu menggunakan sumber lain. Triangulasi dengan sumber lain berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil apa yang dikatakannya sepanjang waktu, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi atau dokumen yang berkaitan.

Pengecekan keabsahan data juga dimaksudkan agar tidak terjadinya keraguan terhadap data yang diperoleh baik itu pada diri Penulis sendiri maupun para pembaca sehingga dikemudian hari nantinya tidak ada yang dirugikan terutama Penulis yang telah mencurahkan segenap tenaganya dalam penyusunan Skripsi ini.

⁶¹Lexy J. Moleong, h. 171

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Media Cetak Sulteng Raya

Surat kabar Suara Rakyat yang kini dikenal dengan Mercusuar pertama kali terbit pada tahun 1962 silam, terbit secara mingguan. Dengan mengusung visi dan misi sebagai penyambung lidah perjuangan rakyat Sulawesi Tengah. Media ini juga terlibat langsung dalam menuntut berdirinya Provinsi Sulawesi Tengah lepas dari Provinsi Sulawesi Utara Tengah.

Tri Media Group merupakan holding bisnis media Mercusuar memiliki sejumlah anak perusahaan yang menerbitkan koran harian. Ada Koran Harian Bangga Raya terbit di Luwuk untuk melayani wilayah Timur Sulteng, Ada Koran Harian Rakyat Tolis yang melayani Kabupaten Tolitoli dan Buol. Belakangan berganti nama menjadi Rakyat Post. Kemudian terbit Koran Harian Poso Raya yang untuk menguasai Kabupaten Poso, Morowali dan Morowali Utara, serta Tojo Una Una.

Terbit juga Harian Sulbar Raya di wilayah Provinsi Sulawesi Barat dan Gorontalo Raya di wilayah Provinsi Gorontalo. Sebentar lagi, akan diterbitkan satu koran harian di wilayah Kabupaten Morowali. Kata Raya, kemudian menjadi ikon pengembangan bisnis dan industri pers milik Tri Media Group yang didirikan oleh Bos Ongki.

Besarnya mercusuar dilalui dengan tahapan persaingan dengan sesama anak groupnya. Dalam teori industry dalam suatu produk tentu terjadi kanibal. Kanibal

dalam artian harus ada yang terbunuh, harus ada yang dikorbankan semata-mata hanya untuk kepentingan mercusuar.

Didirikannya Sulteng Raya pada 15 Desember 2016, bermula dari gagasan bahwa Sulteng merupakan provinsi yang luas dan besar, untuk itu perlu adanya tambahan media cetak baru yang akan mengisi pasar dan memberikan informasi yang akurat untuk masyarakat Sulteng. Alasan diibentuknya Sulteng Raya karena kebutuhan. Ada tiga kebutuhan yakni kebutuhan informasi Sulawesi Tengah, kebutuhan transformasi untuk Tri Media Group dan kebutuhan untuk persaingan media.

B. Jumlah Karyawan Media Cetak Sulteng Raya

Jumlah keseluruhan karyawan yang ada di media Media Cetak Sulteng Raya, Sebagaimana tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Jumlah Karyawan Media Media Cetak Sulteng Raya Palu Tahun 2018

No	Laki-laki dan Perempuan	Jumlah
1	Laki-laki	38 Orang
2	Perempuan	12 Orang
Total Keseluruhan		50 Orang

Sumber Data: peneliti, 2018.

Melihat tabel di atas dapat dikemukakan bahwa jumlah keseluruhan karyawan yang ada di media Cetak Sulteng Raya baik Laki-laki maupun Perempuan yaitu berjumlah 50 orang yang terdiri dari laki-laki 38 orang dan perempuan 12 orang.

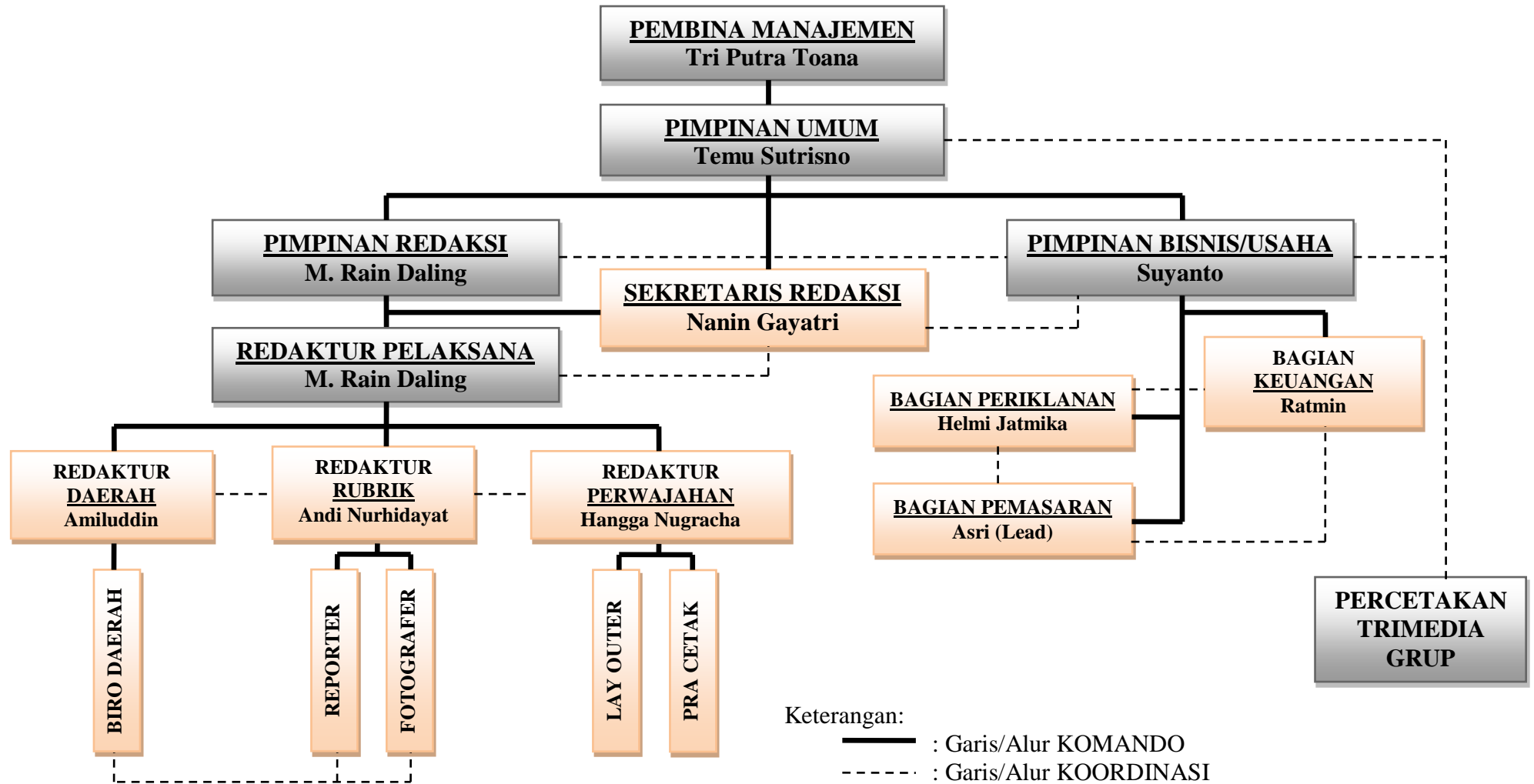
C. Struktur Organisasi Media Cetak Sulteng Raya

Struktur Organisasi merupakan pencerminan pembagian tugas serta fungsi di atas suatu organisasi perusahaan. Salah satu tujuan dari Organisasi adalah untuk menentukan tugas, fungsi, dan tanggung jawab bagian-bagian personil yang ada di dalam suatu Organisasi dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Walaupun secara struktural personil bekerja sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing. Namun pada dasarnya mereka merupakan satu sistem yang perlu memandang bahwa kesuksesan dari pekerjaannya adalah upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi.

Sehubungan dengan ini maka penjabarannya, struktur organisasi mempunyai tujuan untuk mengatur tata cara dan fungsi-fungsi di dalam organisasi sehingga akan terciptasuasana kerja yang efektif dan efisien.

Demikian pula halnya dengan Media Cetak Sulteng Raya, keberadaan struktur organisasi dinilai sangat penting dalam menunjang kelancaran operasional perusahaan, dimana dengan adanya struktur organisasi ada kejelasan dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam perusahaan sehingga tidak terjadi tumpang tindih antara masing-masing bagian tersebut dalam fungsinya memajukan usaha perusahaan di media cetak melalui pelaksanaan visi dan misi perusahaan.

Gambar 2. Struktur Organisasi Media Cetak Sulteng Raya
 Sumber: Media Cetak Sulteng Raya, 2018



Berdasarkan gambar 2. Tentang sturktur organisasi karyawan media cetak sulteng raya, dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembina Manajemen, merupakan seorang manajer yang bertugas dalam mengatur, merencanakan, mengendalikan dan mengarahkan karyawannya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, seorang manajer tentu saja memiliki tugas untuk memimpin rekan kerja dalam perusahaan. Lebih rincinya tugas memimpin seorang manajer yaitu:
 - a. Pengambilan keputusan
 - b. Melakukan komunikasi
 - c. Memberikan motivasi
 - d. Memilah orang
 - e. Mengembangkan orang lain melalui penilaian hasil kinerja, memberikan saran dan pemberian latihan.
2. Pimpinan Umum, merupakan pucuk pimpinan sekaligus merupakan pemilik (owner) perusahaan. Posisi ini hanya bisa diisi oleh anggota keluarga pemilik perusahaan dengan catatan merupakan keturunan langsung (*straight blood line*). Memiliki tugas dan tanggungjawab sebagai pengawas, penentu dan pengambil keputusan dan kebijakan tertinggi dalam perusahaan.
3. Pimpinan Redaksi, merupakan wakil dari pimpinan umum. Posisi ini juga hanya bisa diisi oleh anggota keluarga pemilik perusahaan. Memiliki tanggungjawab hamper sama dengan pimpinan umum, namun harus masih berkoordinasi dengan pimpinan umum.

4. Pimpinan Bisnis/Usaha, juga merupakan wakil dari pimpinan umum. Akan tetapi, jabatan ini lebih cenderung berpikir tentang konsep dan pengembangan bisnis perusahaan, pembentukan jaringan bisnis, pemeliharaan hubungan dengan relasi bisnis, serta berperan sebagai *icon* dari perusahaan yang sering tampil mewakili pimpinan umum. Disamping itu, pimpinan bisnis/usaha mempunyai naungan dalam mengontrol bagian keuangan, periklanan dan pemasaran.
5. Sekretaris Redaksi, ialah membantu pemimpin umum dan wakil pimpinan umum dalam melakukan tugas-tugas harian, baik yang rutin maupun yang khusus. Tugas rutin merupakan tugas sehari-hari yang bisa dikerjakan oleh seorang sekretaris tanpa perlu perintah dari pimpinan. Sedangkan tugas khusus adalah tugas yang diperintahkan oleh pimpinan agar sekretaris dapat menyelesaikan suatu permasalahan dengan menggunakan pengalaman dan ilmunya sebagai seorang sekretaris.
6. Redaktur Pelaksana, adalah orang yang melakukan penyuntingan (editing) dan juga melengkapi naskah-naskah berita yang ditulis oleh wartawan atau reporter. Redaktur umumnya berasal dari reporter lapangan yang dalam kariernya kemudian naik menjadi redaktur muda, madya dan kemudian redaktur kepala atau redaktur bidang, yakni yang membawahkan bidang tertentu (seperti politik, pertahanan keamanan, ekonomi, perkotaan, hukum kriminal, olahraga) atau halaman tertentu di media cetak.

D. Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada kurun waktu bulan Agustus 2018. Dimana, seluruh informan yang melakukan wawancara adalah orang yang bertugas di Media Cetak Sulteng Raya.

1. Kinerja dan Peningkatan Karir Karyawan Media Cetak Sulteng Raya

Kinerja karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam operasional suatu perusahaan. Keuntungan dan kerugian yang dialami perusahaan sangat dipengaruhi oleh baik atau buruknya kinerja karyawan. Sama halnya dengan Media Cetak Sulteng Raya dengan kinerja yang baik dari karyawan akan berdampak pada kemampuan kerja individu yang dicapai dalam rangka mencapai karir yang diinginkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan terkait dengan kinerja dan peningkatan karir Media Cetak Sulteng Raya, hasil tersebut dinyatakan dalam kutipan wawancara sebagai berikut:

“Sulteng raya ini adalah dulunya sulteng post,, sulteng post ini berdiri dengan badan hukum CV tri sulteng mandiri,, dalam perjalanan waktu mengalami perkembangan yang baik dan layak. Sehingga tahun ketiga sesuai dengan ketentuan dewan pers perusahaan cetak yang usianya 3 tahun menjalankan pekerjaannya dengan baik, maka status badan hukumnya tidak CV lagi... meningkat menjadi persero. Ditahun 2016 sulteng post,, ee,, berubah menjadi sulteng mandiri,, e maksudnya menjadi sulteng raya dengan ee... dibawah perusahaan terbatas, itu yang berhasil diraih oleh sulteng raya, dan sampai kini sulteng raya bisa bersaing dan eksis diantara persaingan yang cukup ketat diantara terutama dengan media digital atau media sosial dan kinerja dari 2017 ke 2018 mengalami peningkatan yang menggembirakan”⁶²

Dari pernyataan diatas, menyatakan bahwa sebelum adanya Sulteng Raya, Sulteng Post mengalami perjalanan karir yang cukup lama. Sulteng Post yang

⁶² Tn. Y. *Pimpinan Perusahaan Media Cetak Sulteng Raya*

berdiri dengan badan hukum CV dan mengalami perkembangan yang layak, akhirnya badan hukumnya tidak lagi CV melainkan Persero. Sehingga pada tahun 2016 Sulteng Post resmi menjadi Sulteng Raya dan bisa bersaing dengan media cetak lainnya serta dari tahun 2017 sampai 2018 mengalami peningkatan yang cukup pesat baik dari segi karyawan maupun segi perekonomiannya.

Dengan kinerja dan peningkatan karir dari sebuah perusahaan tentu ada tantangan yang harus ditaklukan oleh setiap perusahaan agar bisa bersaing dengan cara-cara yang baik dan benar dalam kalangan industry media cetak.

Sebagaimana dengan pernyataan informan mengenai hal-hal yang menjadi tantangan yang harus dihadapi Media Cetak Sulteng Raya, seperti hasil wawancara yang menyatakan:

“Tantangan yang dihadapi sangat komplek, hal ini dikarenakan adanya tingkat atau latar belakang pendidikan yang berbeda, kemampuan daya pikir mereka juga berbeda, emosionalnya juga berbeda. Nah.. tiga point besar itu biasanya menjadi hambatan kita untuk lakukan komunikasi dalam hal pelaksanaan pekerjaan. Itu semua merupakan tantangan bagi seorang pimpinan, bagaimana menaklukan atau mencari jalan yang terbaik atau menaklukan tiga hal tersebut.. cara yang dilakukan untuk menaklukan tiga tantang tersebut yakni dengan diadakannya rapat koordinasi dari masing-masing divisi dari yang terkecil sampai paling umum”⁶³

Dari pernyataan diatas, menunjukkan bahwa tantangan yang dihadapi sebagai pimpinan perusahaan media cetak sulteng raya sangat beragam, baik dari segi pola pikir masing-masing karyawan, latar belakang pendidikannya, serta emosionalnya. Dari ketiga tantangan tersebut cara yang tepat untuk dapat menaklukan masing-masing tantangan tersebut yakni dengan selalu melakukan rapat koordinasi antar divisi baik dari divisi yang terkecil sampai divisi umum.

⁶³ Tn. Y. *Pimpinan Perusahaan Media Cetak Sulteng Raya*

Suatu perusahaan apapun bentuknya memiliki tujuan yang sama yaitu mencari laba dan bertahan hidup. Dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya suatu perusahaan membutuhkan faktor-faktor produksi seperti sumber daya manusia, sumber daya alam, modal dan teknologi. Sumber daya manusia merupakan salah satu kunci dari kesuksesan suatu perusahaan. Oleh karena itu, suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkannya membutuhkan karyawan yang dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam menjalankan tugas-tugasnya.

Salah satu tujuan perusahaan agar tercapai secara optimal, maka perusahaan harus berusaha mendorong karyawannya untuk mencapai kinerja yang baik. Dengan kinerja yang baik tentu akan terjadi peningkatan karir yang baik pula. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Raymond, 1998:

Dari sudut pandang karir, suatu organisasi seharusnya tidak dipandang sebagai tempat yang memperkerjakan seseorang, namun sebaiknya dipandang sebagai tempat yang memfasilitasi karir seseorang. Dengan pandangan seperti itu maka karir seseorang tidak tergantung dari kemauan organisasi, akan tetapi justru tergantung dari keinginan karyawan. Makna ini bukan berarti organisasi tidak mendapat apa yang diinginkan, tetapi justru organisasi akan memperoleh dua hal sekaligus yaitu bakat yang disesuaikan minatnya dan organisasi akan mendapatkan karyawan dengan kinerja yang tinggi.⁶⁴

Seorang karyawan berperan dalam melakukan perencanaan karir pribadinya. Dia bertanggung jawab untuk terus meningkatkan ketrampilan yang dia miliki untuk memastikan bahwa dirinya mempunyai kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan pasar tenaga kerja. Dia juga sebaiknya bertindak proaktif untuk melihat kesempatan yang ada, dan

⁶⁴ Raymond, *Human Resources Management*, (Australia, 1998), h. 30

kemungkinan munculnya masalah dengan karirnya saat ini. Untuk itulah, ada baiknya seorang karyawan senantiasa dapat melakukan penilaian diri untuk mengenal aspirasi karir yang dia inginkan, mengukur kekuatan yang ia miliki dan hal-hal yang perlu ditingkatkan lebih baik lagi. Dengan perencanaan karir pribadi ini, seorang karyawan dapat menilai tingkat kesesuaian antara aspirasi karirnya dan karir yang dipegangnya saat ini. Dengan demikian dapat mengarahkan dirinya untuk memilih penugasan atau pekerjaan-pekerjaan yang lebih sesuai dengan aspirasi karirnya.

Sejumlah kebijakan atau program dapat dibuat oleh perusahaan untuk mendukung pengembangan karir karyawan di perusahaan.⁶⁵ Dengan adanya program ini, pihak perusahaan berharap dapat :

- a. Mensinergikan antara strategi bisnis perusahaan dan perencanaan tenaga kerja.
- b. Mempertahankan karyawan yang dikategorikan sebagai "High Potential" untuk dapat terus berkarya dan memberikan kontribusinya kepada pihak perusahaan.
- c. Mencegah terjadinya penumpukan karyawan-karyawan yang potensial pada satu bagian , yang dapat terjadi karena adanya kekhawatiran manajer yang bersangkutan bahwa kepindahan para karyawannya ke bagian lain akan membuat proses kerja di departemennya terganggu.
- d. Membantu para karyawan untuk dapat memilih karir pada jabatan yang sesuai dengan aspirasi karirnya.

⁶⁵Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, edisi ke-8 (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 54

- e. Meningkatkan kemampuan para karyawan untuk dapat menghadapi perubahan yang terjadi dengan baik, dengan meningkatkan kemampuan mereka untuk dapat mempekerjakan diri mereka sendiri (employability).
- f. Meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

Terlepas dari ada atau tidaknya program manajemen karir di sebuah perusahaan, seorang manajer dapat melakukan beberapa hal yang sederhana untuk membantu staf-nya dalam memenuhi kebutuhan pengembangan karirnya.⁶⁶

Sebagai berikut:

- a. Mendiskusikan tentang pentingnya menyusun sebuah rencana karir bagi seorang karyawan, saat pertama kali seorang staf memulai pekerjaan dan menawarkan bantuan yang diperlukan agar staf-nya dapat mencapai sasaran karirnya.
- b. Membuat jadwal penilaian karya (performance appraisal) secara regular. Dalam kegiatan in-manajer dapat menitikberatkan proses penilaian karya pada ketrampilan dan prestasi kerja saat ini yang diharapkan dapat sejalan dengan rencana karir staf yang bersangkutan.
- c. Memberikan bantuan mentoring dan konseling apabila diperlukan. Memberikan semacam rencana karir.
- d. Menjelaskan manfaat yang ada di dalam program manajemen karir perusahaan, dan cara mereka memanfaatkan program yang ada tersebut secara efektif.

⁶⁶Daniel. C, *Managing Individual and Group Behavior in Organization*, (New York: McGraw-Hill, Inc, 1983), h. 118

2. Hubungan Kerja Atasan dan Karyawan Media Cetak Sulteng Raya

Dari hasil wawancara dengan informan didapatkan bahwa hubungan kerja antara atasan dan karyawan di media cetak sulteng raya relative baik, dikarenakan berada dalam kerangka struktur organisasi. Berikut hasil wawancara yang menyatakan:

“Hubungan atasan dan karyawan relative baik, karena berada dalam kerangka struktur organisasi yang ada,, dan kita upayakan selalu mengedapankan kepentingan perusahaan. Dengan bahasa atau etika yang santun dan bermoral”⁶⁷

Hubungan dengan para karyawan lain adalah hal utama yang menentukan “betah tidaknya” seseorang karyawan bekerja di perusahaan itu. Ini pula yang sering menjadi alasan seseorang bisa bertahan lama di tempat tersebut. Pekerjaan seseorang boleh jadi tidak terlalu menyenangkan, melelahkan, membosankan, dan setiap hari pulang malam. Juga bisa saja pekerjaan itu tidak memberikannya gaji yang terlalu besar. Namun hubungan yang baik dan suasana kebersamaan yang baik akan membuat seseorang tetap bertahan pada posisi kerjanya.

Untuk mendapatkan hubungan kerja yang baik tentunya semua pihak harus mampu memenuhi dan memberikan hal-hal yang menjadi keinginan dan harapan dari pihak lainnya. Dengan bahasa yang lebih populer dapat dikatakan “Sama-sama saling tahu dan mengerti maunya”.

Hubungan yang baik tidak akan tercipta apabila satu pihak hanya mau dimengerti dan tidak mau mengerti pihak lainnya. Inilah yang penting untuk “diciptakan” dan diwujudkan dalam lingkungan kerja. Inilah juga yang menjadi

⁶⁷ Tn. Y. *Pimpinan Perusahaan Media Cetak Sulteng Raya*

dasar hubungan sosial di manapun seseorang berada, tidak hanya di perusahaan saja.

Dalam suatu kepemimpinan organisasi, terdapat dua unsur penting yang harus diperhatikan yakni pemimpin dan yang dipimpin. Proses komunikasi antar keduanya menentukan keberlangsungan hidup suatu kelompok organisasi. Diantara kedua belah pihak tersebut harus ada *two way communications* atau komunikasi dua arah dengan kata lain komunikasi timbal balik.

Untuk itu diperlukan kerja sama dengan harapan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi dan kelompok guna mencapai tujuan suatu organisasi. Untuk melancarkan komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi, maka seorang pemimpin, manajer memerlukan pola komunikasi dan kerjasama yang baik, dimana interaksi diantara bagian-bagian itu berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti.

Pimpinan dan karyawan adalah dua elemen penting yang ada dalam sebuah organisasi perusahaan atau kelompok masyarakat, keduanya menempati posisi yang saling melengkapi satu dengan lainnya. Fakta yang tidak dapat dihindari dalam suatu kehidupan kelompok ialah adanya seorang pemimpin atau system kepemimpinan.

Demikian halnya dalam sebuah organisasi perusahaan yang sudah pasti memiliki seorang pemimpin yang bertanggung jawab atas perusahaan tersebut.

Adanya seorang pemimpin menunjukkan adanya suatu sistem kepemimpinan. Diantara keduanya terdapat orang-orang yang dipimpin.⁶⁸

Dalam hubungan antara atasan dengan bawahan perlu adanya saling pengertian, pemahaman karakter antara atasan dengan bawahan. Dan selalu melaksanakan antara hak dan kewajiban yang telah ditentukan. Sehingga bisa menjaga hubungan yang baik. Dengan adanya hubungan yang baik antara atasan dengan bawahan, maka suatu perusahaan akan berjalan dengan lancar. Dan perusahaan akan mengalami kemajuan.

Hal tersebut didukung oleh komunikasi antar individu dimana komunikasi memegang peranan penting. Komunikasi menjadi alat yang utama dalam menjalankan roda organisasi. Tanpa komunikasi, kehidupan berorganisasi akan kacau balau dan menyebabkan macetnya organisasi itu sendiri. Salah satu bentuk komunikasi yang paling mendasar adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi. Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang paling sederhana, karena di dalamnya mempertemukan dua orang yang bertemu tatap muka dan memberikan respon satu sama lain. Dalam berorganisasi, komunikasi merupakan bagian dari manajemen yang dibutuhkan antara seorang atasan kepada anak buahnya (bawahan) untuk mengirimkan pesan sehingga dapat dimengerti dan memunculkan balikan.

Dengan kata lain, suatu hubungan akan tercipta dengan baik didasarkan oleh komunikasi yang efektif antara atasan kepada karyawannya. Sehingga itu, komunikasi sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi perusahaan.

⁶⁸ Fathoni, H. Abdurrahmat. *Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta:Rineka Cipta, 2006), h. 63

3. Efektivitas Dalam Menyampaikan Informasi Dari Atasan Kepada Karyawan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pada Media Cetak Sulteng Raya

Informasi dalam suatu organisasi selalu bergerak dari manajemen puncak hingga kepada para karyawan, dimana karyawan pada tingkat paling bawah merupakan titik operatif yang mendapat peran utama dalam menjalankan organisasi. Seringkali penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan dianggap paling mudah dilakukan, karena pimpinan hanya memberikan instruksi atau perintah saja. Namun hal ini bisa menjadi masalah penting karena seringkali terjadi kesalahan komunikasi yang menyebabkan perbedaan pemahaman dan perselisihan diantara atasan dan bawahan, seperti terjadinya pemogokan kerja yang tentu saja akan merugikan bagi pihak pimpinan.

Untuk itu, peranan komunikasi sangat penting demi tercapainya efektivitas dalam menyampaikan informasi dari atasan kepada karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja di Media Cetak Sulteng Raya, hal ini sebagaimana dinyatakan dalam hasil wawancara sebagai berikut:

“Membuka komunikasi dengan adanya rapat, berlaku baik, sopan dan jujur, ini semua akan menjadi berkah perusahaan... Seperti pada waktu sholat, saya selaku pimpinan, saya ajak mereka, dan itu merupakan tanggungjawab sebagai seorang pimpinan harus diawali dengan sholat. Sehingga dengan begini seluruh pegawai perlahan-lahan menyadari betul bahwa dunia hanya sebentar. Sehingga kita tidak perlu beradu argument yang tidak jelas”⁶⁹

“Merekakan setiap minggu harus rapat-rapat... evaluasi begitu,, artinya keputusan yang baik itu diambil secara bersamaan daripada singgel”⁷⁰

⁶⁹ Tn. Y. *Pimpinan Perusahaan Media Cetak Sulteng Raya*

⁷⁰ Tn. P. *Pembina Manajemen Media Cetak Sulteng Raya*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas komunikasi yang dilakukan pimpinan dan karyawan dapat berlangsung secara nonformal yakni tidak terkait dengan jabatan karena mereka berdiskusi dalam ruang lingkup sebagai teman, agar mampu menciptakan suatu komunikasi yang kondusif sebagai salah satu upaya untuk memajukan perusahaan, yaitu dengan mengikuti kegiatan-kegiatan baik internal maupun eksternal.

Proses komunikasi yang terjadi dalam Media Cetak Sulteng Raya ini tidak terlepas dari kerjasama yang mereka ciptakan. Adanya tahap dalam pengambilan keputusan dimulai dari rapat departemen sampai rapat grup akan membuat kepuasan tersendiri untuk mereka masing-masing karena sudah ikut serta dalam program-program perusahaan seperti yang dikatakan informan berikut ini yang menyatakan:

“Ada satu cara yang diterapkan, bahwa kita ini berpencah. Wartawan kesana kemari. Sehingga waktu komunikasi ini agak jarang ditemukan. Satu-satunya cara ialah rapat koordinasi secara rutin”⁷¹

“Kita jelaskan kepada mereka dan kita berikan arahan yang baik dan benar, jangan jadi wartawan yang asal-asalan dalam memuat berita, mungkin menurutnya bagus tapi dipasaran tidak laku”⁷²

Berdasarkan uraian pernyataan diatas, disimpulkan bahwa agar penyampaian informasi lebih efektif dari atasan kepada bawahan dilakukan dengan cara rapat koordinasi. Dari rapat tersebut melahirkan keputusan yang dapat menggerakkan aktivitas organisasi terutama dalam membangun motivasi kerja. Motivasi kerja menjadi perhatian utama yang tidak dapat diabaikan begitu

⁷¹ Tn. Y. *Pimpinan Perusahaan Media Cetak Sulteng Raya*

⁷² Tn. P. *Pembina Manajemen Media Cetak Sulteng Raya*

saja, karena menyangkut alasan mengapa orang mencurahkan tenaga untuk melakukan satu pekerjaan. Menurut Davis, 1976:

“penyampaian informasi kebawah yang efektif dapat dilihat dari adanya kejelasan dan konsistensi, kecukupan pesan, pembagian informasi yang dibutuhkan, saluran komunikasi, waktu yang tepat, garis komunikasi dan kepercayaan dari atasan terhadap bawahannya”⁷³

Komunikasi atau proses penyampaian informasi dalam suatu organisasi merupakan salah satu kebutuhan pokok. Dalam proses penyampaian informasi, hasil akhir yang ingin dicapai adaah timbulnya efek dimana efek tersebut diharapkan dapat memberikan umpan balik sesuai dengan yang dikehendaki. Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan yang kita inginkan, merupakan hasil yang paling sulit dicapai dalam penyampaian informasi.

Kegiatan penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan yang dilakukan berupa pemberian atau penyampai instruksi kerja yang berbentuk perintah, arahan ataupun uraian tugas dan diharapkan agar para karyawan dapat melaksanakan tugasnya sesuai target yang diinginkan. Namun, dibutuhkan motivasi kerja dari bawahan, untuk dapat memenuhi target dan memperoleh hasil yang maksimal.

Dalam organisasi, komunikasi berfungsi untuk menggerakkan aktivitasnya. Artinya setiap individu yang terlibat dalam sebuah organisasi membutuhkan komunikasi efektif. Komunikasi organisasi berguna untuk menentukan berlangsungnya proses transmisi pesan internal organisasi dalam

⁷³ Muhammad, 2004. h 112

pencapaian tujuan melalui cara-cara yang dapat memperbaiki kualitas kehidupan kerja.

Dalam berkomunikasi diharapkan mencapai pengertian dan kerjasama diantara semua unsure dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam sebuah perusahaan diperlukan komunikasi dalam mencapai tujuan perusahaan seperti yang dikatakan oleh James G. Robbins dan Barbara S. Jones:

Organisasi adalah suatu stuktur yang kompleks dari berbagai kegiatan khusus. Hanya dengan komunikasilah kegiatan-kegiatan itu dapat diatur dan persatukan untuk mencapai tujuan organisasi. Tanpa ada komunikasi suatu organisasi tidak akan berfungsi dan tidak akan ada kemajuan yang nyata yang dapat dilakukan.⁷⁴

Dari pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi dan organisasi adalah dua hal yang saling bergantung. Komunikasi tanpa organisasi seperti pesan tanpa bentuk. Sebaliknya organisasi yang merupakan sebuah sistem memerlukan adanya komunikasi didalamnya untuk mengindikasikan koordinasi yang terstruktur. Jika dalam organisasi tidak ada komunikasi maka proses penyampaian pesan dan informasi terhambat.

Efektifitasnya penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan dapat dilihat dari adanya kejelasan dan konsistensi, kecukupan informasi, pembagian informasi yang dibutuhkan, saluran komunikasi, waktu yang tepat, garis komunikasi yang disampaikan oleh atasan kepada bawahannya mencapai tingkat efektif, maka akan meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Efektifitas penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan yang rendah mencerminkan bahwa penyampaian informasi dari atasan kepada karyawan

⁷⁴ Sirait, 1986: h 236-237

efektif, karena secara umum penyampaian pesan dinilai efektif bila ransangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan ransangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima.

Selain itu, atasan dan bawahan menyadari bahwa penting sekali keefektifan penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan demi lancarnya sebuah pekerjaan. Faktor efektifitas penyampaian informasi ini mempengaruhi tingkat motivasi kerja karyawan. Sedangkan sebagian pengaruh terhadap motivasi kerja yang berasal dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti faktor gaji yang mencukupi, faktor penghargaan diri dari pimpinan, faktor kenyamanan dan lain-lain. Hal ini berarti efektifitas penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan cukup berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat motivasi kerja karyawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti tentang Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja dan peningkatan karir Media Cetak Sulteng Raya cukup lama, yang awalnya berdiri dengan nama Sulteng Post dengan badan hukum CV dan mengalami perkembangan yang layak, akhirnya badan hukumnya tidak lagi CV melainkan Persero. Sehingga pada tahun 2016 Sulteng Post resmi menjadi Sulteng Raya dan bisa bersaing dengan media cetak lainnya serta dari tahun 2017 sampai 2018 mengalami peningkatan yang cukup pesat baik dari segi karyawan maupun segi perekonomiannya.
2. Tantangan yang dihadapi Media Cetak Sulteng Raya sangat beragam, baik dari segi pola pikir masing-masing karyawan, latar belakang pendidikannya, serta emosionalnya. Dari ketiga tantangan tersebut cara yang tepat untuk dapat menaklukkan masing-masing tantangan tersebut yakni dengan selalu melakukan rapat koordinasi antar divisi baik dari divisi yang terkecil sampai divisi umum.
3. Hubungan kerja atasan dan bawahan Media Cetak Sulteng Raya relative baik, dikarenakan berada dalam kerangka struktur organisasi.

4. Efektivitas dalam menyampaikan informasi dari atasan kepada karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan Media Cetak Sulteng Raya dilakukan secara nonformal yakni tidak terkait dengan jabatan karena mereka berdiskusi dalam ruang lingkup sebagai teman, agar mampu menciptakan suatu komunikasi yang kondusif sebagai salah satu upaya untuk memajukan perusahaan, yaitu dengan mengikuti kegiatan-kegiatan baik internal maupun eksternal.
5. Efektivitas dalam menyampaikan informasi didukung oleh proses komunikasi yang terjadi dalam Media Cetak Sulteng Raya ini tidak terlepas dari kerjasama yang mereka ciptakan. Adanya tahap dalam pengambilan keputusan dimulai dari rapat departemen sampai rapat grup akan membuat kepuasan tersendiri untuk mereka masing-masing karena sudah ikut serta dalam program-program perusahaan.
6. Penyampaian informasi lebih efektif dari atasan kepada bawahan dilakukan dengan cara rapat koordinasi. Dari rapat tersebut melahirkan keputusan yang dapat menggerakkan aktivitas organisasi terutama dalam membangun motivasi kerja. Motivasi kerja menjadi perhatian utama yang tidak dapat diabaikan begitu saja, karena menyangkut alasan mengapa orang mencurahkan tenaga untuk melakukan satu pekerjaan.

B. Implikasi Penelitian

Mencermati uraian hasil dan kesimpulan penelitian ini, maka lebih meningkatkan Efektifitas dalam Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada

Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu. Penelitian ini dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk pihak Sulteng Raya sebaiknya dalam pengelolaan berita lebih ditingkatkan lagi, khususnya dalam layanan media online, agar pembaca berita tidak uptodate dengan berita-berita yang dipasarkan.
2. Lebih meningkatkan lagi kerjasama dengan instansi pemerintah yang ada di kota palu agar minat baca masyarakat juga meningkat.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang media cetak dan sebagai acuan agar penelitian ini hendaknya dilanjutkan sehingga menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Cet. Ke-8. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arep, Ishak & Hendri Tanjung. 2004. *Manajemen Motivasi*. Jakarta: Grasindo.
- Dedy Mulyana. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cet. Ke-9. Bandung: Rosdakarya.
- Effendy. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Handoko, T. Hani. 1991. *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta: BPFE, cv.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Lexy J. Moleong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Matthew B. Milles, et.al. 1992. *Qualitative Data Analisis, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi dengan judul Analisis Data Kualitatif*. Buku Sumber tentang Metode-metode Baru, Cet.I. Jakarta: UI-Press.
- Moekijat, Drs., 1993. *Teori Komunikasi*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Mohammad Mulyadi. 2012. Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. [diakses 25 Juli 2018]
- Parker, G.M., 2008. The New Competitive Business Strategy. *Journal Of Applied Psychology* 77. [diakses 25 juli 2018].
- Paridah. 2009. Pengaruh Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan AMIK Pakarti Luhur. *Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
- Rosady Ruslan. 2003. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, cv
- R. Wayne Pace dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Rosdakarya.

- Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Press.
- S. Nasution. 2004. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Cet. IV. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutrisno Hadi. 1989. *Metodologi Research*. Cet. XXIII. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sutrisno Hadi. 2001. *Metodologi Research Jilid I, Ed. Revisi*. Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM
- Soleh soemirat, dkk. 2000. *Komunikasi Organisasional*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soundstrom. 2000. Work Team. *Journal Of Applied Psychologi* 77. [diakses 25 juli 2018].
- Widjaya, A.W. 1999. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Zike Martha, Diego, Ria Edlina. 2017. Pengaruh Komunikasi Antara Atasan – Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Tebo. Universitas Dharma Andalas Padang. [diakses 25 Juli 2018] ISSN: 2598-7402.

PEDOMAN WAWANCARA

EFEKTIFITAS PENYAMPAIAN INFORMASI DARI ATASAN KEPADA BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN MEDIA CETAK SULTENG RAYA KOTA PALU

A. IDENTITAS INFORMAN

Inisial Informan :

Umur :

Jenis kelamin :

B. ORIENTASI

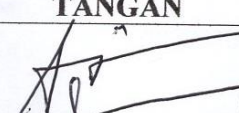
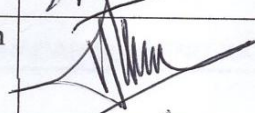
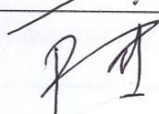
1. Memperkenalkan diri.
2. Menjelaskan maksud dan tujuan wawancara disertai dengan manfaat penelitian dan menjelaskan kerahasiaan informan terjamin.
3. Melakukan kontrak wawancara, menawarkan waktu wawancara 15-20 menit.

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana kinerja organisasi perusahaan Media Cetak Sulteng Raya?
2. Apa tantangan yang dihadapi dalam proses komunikasi antara atasan dan karyawan di Media Cetak Sulteng Raya?
3. Bagaimana hubungan kerja antara atasan dan karyawan di media cetak sulteng raya?
4. Teknik-teknik apa yang digunakan dalam efektifitas penyampaian informasi atasan kepada karyawan Media Cetak Sulteng Raya?
5. Adakah cara-cara yang mendukung agar dalam menyampaikan sebuah informasi kepada karyawan menjadi lebih efektif?

Lampiran

DAFTAR INFORMAN

NO.	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1.	Bapak Tri Putra Toana	Pembina Manajemen Sulteng Raya	
2.	Bapak Suyanto	Pimpinan Perusahaan Sulteng Raya	
3.	Bapak. M. Pain Daling	Pimpinan pedatsi / penanggungjawab	

Palu, 14 September 2018

Mengetahui

Pimpinan Perusahaan Sulteng Raya



SUYANTO



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB & DAKWAH
 Jl. Diponegoro No. 23 Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165 Palu 94221
 email: humas@iainpalu.ac.id - website:www.iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama	: MOH KASIM	NIM	: 144100038
TTL	: WANI, 19-04-1995	Jenis Kelamin	: Laki-laki
Jurusan	: Komunikasi & Peny. Islam (S1)	Semester	:
Alamat	: Jl. K H MAHMUD WANI	HP	: 082291049533
Judul	:		

Judul I
 TANGGAPAN KETUA JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM IAIN PALU TERHADAP SULTENG RAYA KOTA PALU

Judul II
 NILAI-NILAI TOLERANSI BERAGAMA YANG DITERAPKAN GURU AGAMA PADA SISWA KELAS X DAN XI DI SMA PALU

Judul III
 EFEKTIFITAS PENYAMAPIAN INFORMASI DARI ATASAN KEPADA BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN MEDIA CETAK SULTENG RAYA KOTA PALU

Palu, 31.07.2018
 Mahasiswa,



 MOH KASIM
 NIM. 144100038

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

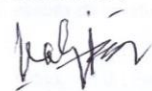
Pembimbing I : Dr. SYAMSURI S.Ag., M.Ag.

Pembimbing II : Drs. IBRAHIM LATEPO M.Sos.I.

a.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik
 dan Pengembangan Kelembagaan,


 Dr. RUSDIN, M.Fil.I.
 NIP.197001042000031001


Ketua Jurusan,


 Drs. IBRAHIM LATEPO, M.Sos.I.
 NIP. 196204101998031003

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB & DAKWAH
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
 NOMOR : 141 TAHUN 2018
 TENTANG
 PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS USHULUDDIN ADAB & DAKWAH
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
 TAHUN AKADEMIK 2017/2018
 DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN ADAB & DAKWAH

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan bimbingan Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab & Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, dipandang perlu menerbitkan keputusan pengangkatan pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab & Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu tahun akademik 2017/2018, sebagaimana tersebut dalam daftar lampiran keputusan ini.
 b. bahwa yang tersebut namanya dalam lampiran keputusan ini dipandang memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab & Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu tahun akademik 2017/2018.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 Tentang Standar Pendidikan Nasional;
 4. Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palu Menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu;
 5. Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;
 6. Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu Nomor : 51/In.13/KP.07.6/01/2018 tanggal 10 Januari 2018 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin Adab & Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.
- Menetapkan : **MEMUTUSKAN**
 PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS USHULUDDIN ADAB & DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TAHUN AKADEMIK 2017/2018.
- PERTAMA : Menunjuk saudara :
 1. Dr. SYAMSURI S.Ag., M.Ag.
 2. Drs. IBRAHIM LATEPO M.Sos.I.
- Masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II bagi Mahasiswa :
 Nama : MOH KASIM
 NIM : 144100038
 Jurusan : Komunikasi & Peny. Islam (S1)
 Semester : VIII
 Tempat/Tgl Lahir : WANI, 19 April 1995
 Judul Skripsi : EFEKTIFITAS PENYAMAPIAN INFORMASI DARI ATASAN KEPADA BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN MEDIA CETAK SULTENG RAYA KOTA PALU
- KEDUA : Pembimbing Skripsi bertugas :
 1. Memberikan petunjuk yang berkaitan dengan Isi draft Skripsi dan naskah Skripsi
 2. Memberikan petunjuk perbaikan mengenai materi, metodologi, bahasa dan kemampuan menguasai isi Skripsi
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya keputusan ini, dibebankan pada dana DIPA Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu tahun anggaran 2018.
- KEEMPAT : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah seluruh rangkaian kegiatan bimbingan Skripsi telah dilaksanakan.
- KELIMA : Segala sesuatu akan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

ditetapkan di : Palu
 pada Tanggal : 08 Agustus 2018
 Dekan, 141


 Dr. H. LUKMAN S. THAHIR
 NIP. 19650901199603100

Lampiran :

1. Rektor IAIN Palu;



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU

الجامعة الإسلامية الحكومية فالو

STATE INSTITUTE FOR ISLAMIC STUDIES PALU
 FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Jl. Diponegoro No. 23 Palu Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165
 Website : www.iainpalu.ac.id, email : humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 671 /In.13/F.III/PP.00.9/08/2018 Palu, 16 Agustus 2018
 Lampiran : -
 Hal : *Izin Penelitian*

Kepada Yth.
 Pimpinan Redaksi
 Media Cetak Sulteng Raya
 Di
 Palu

Assalamu 'alaikum War. Wab.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu yang tersebut di bawah ini :

Nama : Moh. Kasim
 NIM : 14.4.10.0038
 Semester : VIII
 Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
 Alamat : Jl. K H Mahmud
 No. Hp : 082292013488

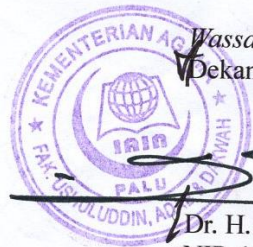
Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"EFEKTIFITAS PENYAMPAIAN INFORMASI DARI ATASAN KEPADA BAWAHAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN MEDIA CETAK SULTENG RAYA KOTA PALU"**.

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Syamsuri, S.Ag., M.Ag
2. Drs. Ibrahim Latepo, M.Sos.I

Untuk maksud tersebut kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin untuk melakukan penelitian di Kantor Media Cetak Sulteng Raya.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Wassalam.
 Dekan,

[Signature]
 Dr. H. Lukman S. Thahir, M. Ag
 NIP. 19650901 199603 1 0001

Tembusan :
 Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga.

Nomor : 109/SR-Umum/IX/2018
 Lamp : -
 Perihal : Izin Penelitian atas nama Moh. Kasim

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
IAIN Palu
 Di -
 Tempat

Salam Hormat,
Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melindungi Kita sekalian dan menuntun segala aktifitas keseharian Kita.

Menunjuk Surat Saudara No. 691/In.13/F.III/PP.00.9/08/2018 tanggal 16 Agustus 2018 perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa kami menyetujui / memberi izin kepada :

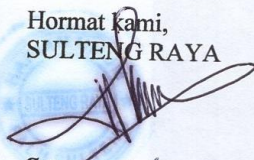
Nama : Moh. Kasim
 NIM : 14.4.10.0038
 Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
 Alamat : Jl. K.H. Mahmud
 No.HP : 082292013488

Untuk melakukan penelitian di Harian Sulteng Raya guna pembuatan skripsi yang berjudul "Efektifitas Penyampaian Informasi Dari Atasan Kepada Bawahan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Demikian untuk diketahui bersama.

Palu, 14 September 2018

Hormat kami,
 SULTENG RAYA



Suyanto
 Pimpinan Perusahaan

DOKUMENTASI PENELITIAN

Gambar 1



Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Tri Putra Toana selaku Pembina Manajemen di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Gambar 2



Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Suyanto selaku Pimpinan Perusahaan dibagian Usaha/Bisnis di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Gambar 3



Peneliti melakukan wawancara dengan bapak M.Rain Daling selaku Pimpinan Redaksi/Penanggungjawab Redaksi beserta karyawan di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Gambar 4



Suasana rapat redaksi antara atasan dan karyawan yang dipimpin oleh bapak Suyanto dalam penyampaian informasi di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Gambar 5



Suasana rapat redaksi antara atasan dan karyawan yang dipimpin oleh bapak Suyanto dalam penyampaian informasi di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Gambar 6



Suasana kantor saat menginput berita bersama-sama antara atasan dan karyawan di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

Gambar 7



Peneliti sedang membaca Koran hasil cetakan di bagian gudang percetakan koran di Media Cetak Sulteng Raya Kota Palu

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Wani, 19 April 1995 dari ayah **MUNIR ALMUSYAWA** dan Ibu Alm. **AINUN ALMAHDALI**. Penulis adalah putra keempat dari enam bersaudara. Kakak kandung penulis bernama **AISYAH ALMUSYAWAH, SALIM ALMUSYAWAH** dan **SALMA ALMUSYAWAH**, adik kandung penulis bernama **ALWIYAH ALMUSYAWAH** dan **FATIMAHTUHJAHRAH ALMUSYAWAH**.

Penulis lulus dari TK (Taman Kanak-Kanak) Al-Amin Wani lulus Tahun 2001. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Dasar (SD) Negeri II Wani lulus Tahun 2008, selanjutnya melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 17 Palu dan lulus Tahun 2011, dan kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al-Amin Wani dan lulus pada Tahun 2014, dan pada tahun yang sama penulis lulus seleksi masuk Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Palu dan diterima di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD).