BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Peneliti Terdahulu

NO	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Rusnawati	Strategi Komunikasi Kepimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Dinas Perhubungan Gayo Lues	Pada penelitian ini menggunakan metodea kualitatif deskriptif, pengumpulan data diambil dari wawancara, dokumentasi dan obervasi	Dari hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa strategi komunikasi pada Dinas Perhubungan yang dilakukan oleh Pimpinan dengan pegawainya sudah baik meski komunikasi yang dilakukan tidak bersifat verbal melainkan non verbal yaitu dialihkan pada Sekretarisnya dan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ada pada judul, judul penulis yaitu "Strategi Komunikasi Manajer Teknis Dengan Karyawan Teknis Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja", selain itu perbedaan selanjutnya ada tujuan penelitian,

				didukung oleh aturan-aturan yang berlaku, aturan ini diterapkan pada bagian dari strategi Dinas perhubungan Gayo Lues tersebut yaitu tentang kedisplinan dalam bekerja, apabila ada pegawai yang masih melanggar aturan tersebut maka akan diberikan sanksi mulai dari ringan, sedang dan berat	tujuan penulis melakukan penlitian ini karena melihat adanya fenomena untuk meningkatkan motiavsi kerja karyawan teknis di PT. CakraBuana Consultants,

2	Refika Mastanora	Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai di Masa Pandemi Covid-19	Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data dari peneliti ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan berupa reduksi data, penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi	Dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian yang penulis dapatkan bahwa Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai di Kantor Camat Lima Kaum di Masa Pandemi Covid-19 adalah dengan melakukan monitoring dan evaluasi, melakukan pertemuan dengan karyawan minimal satu kali sebulan, menjalin hubungan yang baik dengan karyawan, dan melengkapi	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Refika Mastanora dengan penulis mengacu pada kegunaan dari komunikasi dimana kegunaan strategi komunikasi dilakukan untuk membangun motivasi kerja Karyawan Teknis PT. Cakra Buana Consultants

				kebutuhan operasional karyawan dalam bekerja	

3	Santi Handa Astuti	Strategi Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Etos Kerja Pegawai Kantor Camat Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan dengan cara wawancara dan observasi	Dapat disimpulkan strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan melalui penentuan tujuan dengan menerapkan visi dan misi yang harus dicapai dan diimplementasikan. Hal ini dapat dilihat melalui indikator kepemimpinan Camat dalam menggunakan teknik Persuasif dan Komunikatif, teknik Fasilitas, Teladan dan teknik Layanan	Perbedaan dari penelitian Santi Handa Astuti dengan penelitian penulis mengacu pada objek penelitian strategi komunikasi manajer teknis dilakukan untuk membangun motivasi kerja karyawan teknis PT. CakraBuana Consultant, lalu penelitian ini lebih ditekankan pada bagaimana strategi komunikasi dilakukan sebagai alat

					komunikasi untuk membangun motivasi kerja karyawan teknis PT. Cakra Buana Consultants

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu

UNIVERSITAS NASIONAL

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Strategi Komunikasi

A. Pengertian strategi

Istilah strategi adalah sudah menjadi istilah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan *(planning)* dana manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.[2]

Dalam hal ini strategi dilakukan menggunakan pendekatan keseluruhan yaang dipakai oleh beberapa pelaku strategi. Strategi dilakukan karena berkaitan sama pelaksanaan perencanaan dan pengambilan langkah dengan waktu yang telah ditetapkan.

Dari paparan ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa strategi dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan menggunakan strategi rencana berikut langkah-langkah yang sudah dibuat bisa berjalan sesuai dengan yang diingikan pelaku strategi. Strategi dibuat tidak hanya semerta-merta untuk memberi instruksi melainkan juga mampu memberi tahu bagaimana cara pengambilan langkahnya.

[2] Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sehingga, perusahaan bisa melihat situasi secara objektif terhadap pihak internal dan eksternal dan dapat mencegah bila terjadinya perubahan dipihak internal maupun eksternal.

B. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.[3]

Dari uraian pengertian strategi komunikasi menurut ahli diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi yang tercipta dalam menilmbulkan efektivitas dalam penyampaian pesan, dan ketika strategi komunikasi yang dilakukan berhasil hal itu juga dapat mengubah sikap atau perilaku seseorang.

Dari perubahan sikap atau perilaku seseorang ini juga bisa berdampak baik. Pertama, dari strategi komunikasi yang dijalankan sesuai dengan keinginan dapat menumbuhkan rasa nyaman. Kedua, dari strategi komunikasi yang direncakan pula bisa terciptanya suatu hubungan yang harmonis antara komunikator dengan komunikan. Ketiga, dari strategi komunikasi yang berjalan dengan baik ini dapat menimbulkan rasa keterbukaan dari dua sisi yaitu komunikator (menyampaikan pesan) dan komunikan (penerima pesan).

[3] Effendy, Onong Uchyana. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

C. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi

Menyusun strategi komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Berikut ini sebagian komponen komunikasi dan faktor pendukung serta penghambat pada setiap komponen tersebut.[4]

1. Mengenali Sasaran Komunikasi
2. Faktor situasi dan kondisi
3. Pemilihan media komunikasi
4. Pengkajian tujuan pesan komunikasi
5. Peranan komunikator dalam komunikasi
6. Daya tarik sumber
7. Kredibilitas sumber

Dalam hal ini penulis menyimpulkan dari paparan ahli diatas bahwa ada hambatan yang mungkin akan terjadi ketika menjalankan strategi komunikasi, ada beberapa faktor pendukung dari strategi komunikasi sebelum melakukan aktivitas strategi komunikasi tersebut. Pertama, yang harus diperhatikan adalah mengenali lawan bicara, lalu perhatikan situasi dan kondisi, harus tahu apa maksud dari pesan yang ingin disampaikan, dan terakhir peran komunikator dalam aktivitas komunikasi.

Hal ini ditujukan kepada pelaku strategi komunikasi yang diharapkan bisa memahami bahawa ada faktor-faktor pendukung dalam

[4] Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti

strategi komunikasi sehingga strategi komunikasi yang sudah direncanakan bisa berjalan dengan baik antara komunikator dengan komunikan.

D. Tujuan Strategi komunikasi

Tujuan strategi pada umumnya adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi organisasi melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D Peterson, dan M. Dallas Burnet menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki tiga tujuan, yaitu (Effendy, 1994:35-36).

1. *To secure understanding,* memastikan pesan diterima oleh komunikan.
2. *To established acceptance,* membina penerimaan pesan.
3. *To motivate action,* kegiatan yang memotivasi.

Dalam uraian mengenai pengertian dari tujuan strategi komunikasi menurut para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa tujuan strategi komunikasi dapat terlaksana apabila komunikator sebagai pengirim pesan untuk memastikan pesan diterima oleh komunikan, lalu komunikator pembinaan penerimaan pesan dan diiringi dengan sesuatu kegiatan yang memotivasi.

2.2.2 Teori Komunikasi

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi ialah aktivitas yang sering digunakan dalam ruang lingkup social. Hal ini dikarenakan, Komunikasi ini dapat dilakukan diantara orang-orang secara tatap muka, dan juga bisa melalui respon verbal ataupun respon yang nonverbal.

Harold Lasswell menggambarkan proses komunikasi dengan menjawab pertanyaan Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect, yang artinya Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

a. Sumber, adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
b. Pesan, adalah seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber kepada penerima.
c. Saluran atau media, adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
d. Penerima, adalah orang yang menerima pesan dari sumber.
e. Efek, adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur,

perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.[5] (Mulyana, 2005, p.69-71).

Dalam uraian mengenasi komunikasi menurut para ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi ialah siapa yang menyampaikan pesan, pesan apa yang disampaikan, melalui saluran atau media apa pesan disampaikan, siapa yang menerima pesan, dan dampak apa yang diterima dari pesan tersebut.

Sistem komunikasi sebagai proses sosial membangun dan merasakan peristiwa komunikatif yang dirangsang serta faktor yang ada diluar komunikator juga ikut terlibat. Tingkat pengaruh variabel-variabel di luar komunikator terhadap kontribusinya terhadap proses komunikasi sangat bervariasi. Komunikasi selalu terjadi dalam kerangka tertentu yang terkait dengan peristiwa dan tindakan tertentu. Dari perspektif ini, ini berarti bahwa komunikasi selalu dilihat sebagian tindakan sadar untuk tujuan tertentu. Jadi bagaimana kita bisa mengirim atau menerima pesan dengan lebih efisien dan lebih baik, dan yang perlu kita perhatikan adalah konteks sosialnya.

[5] Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. h.69-71.

Sumber : Suranto AW

Gambar 2.1

Konsep Dasar Komunikasi Antarpribadi

Oleh karena itu, pemahan kita tentang proses komunikasi antarpribadi dalam penelitian ini terletak pada komunikasi tatap muka langsung, antara komunikator dan komunikan dengan siapa mereka memiliki hubungan yang baik dan jelas, baik verbal maupun nonverbal dapat diserap secara langsung secara lisan.

Komunikasi berlangsung karena adanya manivestasi dari diri manusia itu sendiri sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Bentuk komunikasi ini juga menunjukan individu yang berinteraksi mempengaruhi satu atau dua pihak. Salah satu pencapaian terbesar komunikasi adalah mengubah sikap dan perspektif pelaku kegiatan komunikasi tentang sesuatu.

Oleh karena itu, konsep komunikasi dalam penelitian ini adalah komunikasi dilakukan dengan tatap muka, dimana komunikator dan komunikan memiliki hubungan yang baik dan dapat menyerap langsung tanggapan verbal dan non-verbal satu sama lain.

Komunikasi terjadi dengan langsung sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Bentuk komunikasi ini juga menunjukan bahwa manusia yang berinteraksi satu sama lain saling mempengaruhi. Pencapaian terbesar dari komunikasi antarpribadi adalah bisa mengubah pandangan dan perilaku pelaku komunikasi antarpribadinya dalam sesuatu hal.

B. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, fungsi komunikasi menurut Dedy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dibagi menjadi empat fungsi yaitu, komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Keempat fungsi komunikasi tersebut bisa kita lihat dibawah ini:

a. Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, kelangsungan hidup, kebahagiaan, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
b. Fungsi komunikasi ekspresif yaitu dapat dilakukan sendiri atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaian perasaan (emosi) kita.
c. Fungsi komunikasi ritual yaitu biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup yang disebut para

antropolog sebagai rites of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulangtahun, pertunangan sampai pernikahan.

d. Fungsi komunikasi instrumental memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasive yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui.[6]

Berdasarkan kutipan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu hal yang telah mendarah daging di kehidupan manusia, setiap langkah atau gerak manusia merupakan sebuah proses komunikasi. Komunikasi juga merupakan kebutuhan manusia untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya.

C. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi pada umumnya menurut Cangara Hafied dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi adalah mengandung hal-hal sebagai berikut:

a. Supaya yang di sampaikan dapat dimengerti Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

[6] Ibid., h.5

b. Memehami orang Sebagai komunikaotr harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa uang diinginkannya, jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

c. Supaya gagasan dapat diterima oelh orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakankehendak.

d. Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki.[7]

Dari paparan ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa ada empat hal tujuan komunikasi. Pertama, memastikan bahwa pesan yang disamapikan dapat dimengerti oleh penerima pesan. Kedua, memahami *audience*. Ketiga, melakukan strategi agar pesan bisa disampaikan dengan baik. Keempat, dapat menimbulkan dampak atau efek kepada penerima pesan dari pesan yang disampaikan.

D. Unsur-Unsur Komunikasi

Effendy dalam bukunya Dinamika Komunikasi mengatakan bahwa komponen-komponen komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Komunikasi

b. Pesan

c. Komunikasi

[7] Cangara, Hafied. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. h.22.

d. Media

e. Efek[8]

Dari paparan ahli diatas penulis menyimpulkan komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi anatar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengn tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek.

2.2.3 Komunikasi Pemimpin

A. Pengertian Komunikasi Pemimpin

Pemimpin merupakan hal terpenting yang ada didalam suatu perusahaan atau organisasi. Tidak semua manusia memiliki sifat kepemimpinan, karena kepemimpinan itu berarti menuntun, membimbing, mengontrol perilaku, perasaan, dan pikiran orang lain. Kepemimpinan juga sangat dibutuhkan didalam perusahaan, fungsinya untuk membimbing atau menuntun bawahan agar menjalankan tugas pekerjaannya dengan baik.

Aktifitas komunikasi pemimpin dilakukan oleh pimpinan kepada bawahannya, kegunaannya untuk pemimpin bisa lebih mudah berkomusikasi dengan bawahannya dari mulai memberi informasi, pembentukan perilaku karyawan, sampai bagaimana komunikasi yang dibangun oleh pemimpin dapat membangun motivasi kerja karyawan.

[8] Effendy, Onong Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. h. 6.

Abrahaman Maslow dikutip dari Kriyantono, menyebutkan bawah ada beberapa tingkatan yang harus dipenuhi agar seseorang merasa terpuaskan, tingkatan tersebut adala (1) kebutuhan fisiologi, (2) kebutuhan keamanan dan keselamatan, (3) kebutuhan sosial, (4) kebutuhan akan penghargaan diri atau *self-esteem*, dan (5) kebutuhan aktualisasi diri.[9] Berdasarkan teori ini, karyawan atau anggota organisasi akan termotivasi kerja apabila semua kebutuhan tersebut disediakan oleh sang manajer.

Menurut Abdullah Masmuh, didalam sebuah organisasi, jika pemimpin ingin sukses dalam tugasnya, ketrampilan komunikasi adalah salah satu aspek yang dapat dipergunakan pimpinan dalam organisasi apapun dan dalam bidang apapun. Ketrampilan yang dimaksud adalah cara bagaimana mengkomunikasikan sesuatu tujuan dari organisasi atau yang disebut sebagai gaya komunikasi. Komunikasi pemimpin merupakan aktifitas penyampaian pesan, informasi, dan tugas (secara verbal maupun non verbal) melalui cara tertentu atau yang disebut dengan gaya komunikasi yang dilakukan oleh seorang pimpinan kepada bawahannya, dengan tujuan tertentu.[10]

Jadi dalam hal ini, komunikasi pimpinan hanya bisa dilakukan oleh atasan dan bawahan didalam perusahaan atau organisasi. Bertujuan agar pesan, informasi, tugas dan perintah bisa langsung disampaikan

[9] https://auliarachmawp.wordpress.com/2017/04/09/teori-teori-dalam-public-relations/, Diakses pada 8 Agustus 2022

[10] Masmuh, A. (2013). *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek.* Malang: UMM Press

oleh atasan kebawahannya, sehingga dari informasi, pesan, tugas dan perintah diharapkan bisa berjalan sesuai dengan apa yang atasan mau dan diharapkan menadapat hasil serta tujuan tertentu secara bersama-sama.

B. Hal Penting didalam Komunikasi Pimpinan

Pimpinan didalam suatu perusahaan atau organisasi bertugas penting dalam tugasnya agar perusahaan atau organisasi tersebut bisa terus maju dan berkembang. Alih-alih menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pihak *eksternal* (luar perusahaan), pimpinan harus memastikan karyawannya yang ada didalam perusahaan atau organisasi. karyawan yang baik didalam perusahaan atau organisasi juga bisa mentukan maju dan berkembangnya suatu perusahaan atau organisasi.

C. Hal Penting Dalam Komunikasi Pemimpin

5 hal yang penting dalam komunikasi pimpinan menurut Masmuh, diantaranya:

1. Apa tugas dan tujuan dari perusahaan tersebut.
2. Kapan tujuan tersebut harus dicapai.
3. Bagaimana tujuan tersebut harus dicapai.
4. Siapa yang bertanggungjawab pada setiap unit kerja.
5. Mengapa tujuan tersebut harus dicapai.[11]

[11] Masmuh, Abdullah. 2010. Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.

Komukasi pemimpin yang dilakukan oleh para atasan disebuah perusahaan atau organisasi adalah kunci dalam memberikan arahan dan tugas dengan penyampaian yang mudah dipahami oleh karyawan. Dalam hal ini pemimpin juga diharuskan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi kepada bawahannya.

Berdasarkan paparan ahli diatas, sebelum melakukan aktivitas komunikasi atasan dapat menentukan hal apa saja yang harus disampaikan ke karyawan. Menentukan hal apa saja yang harus disampaikan oleh atasan kepada bawah bertujuan agar informasi, arahan, dan pemberian tugas dapat diterima dengan baik oleh karyawan.

Ketika sebuah perusahaan sangat memperhatikan sumber daya manusianya, terutama karyawannya, karyawan melakukan yang terbaik untuk perusahaan.

D. Keefektifan Pemimpin

Keefektifan pimpinan bisa dilihat dari situasi yang dihadapinya, serta gaya kepemimpinannya dalam menjaga hubungan-hubungan antar atasan dengan bawah juga dengan pihak *eksternal* (luar perusahaan). Ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam keefektifan pemimpin, diantaranya:

1. Hubungan antara pimpinan dengan karyawannya, bagaimana pimpinan membangun hubungan yang baik dengan karyawannya. dengan begini pimpinan dengan karyawan akan membangun hubngan yang harmonis, dan dari hubungan yang harmonis akan

tercipta perasaan senang, saling terbuka, kepercayaan, dan saling menghargai satu sama lain.

2. Tugas, tugas yang diberikan secara terstruktur dan bertahap serta dijelaskan secara jelas akan berdampak bagi pimpinan atas tim atau divisi tersebut.
3. Kekuasaan, kekuasaan dalam perusahaan ialah jabatan yang diduduki oleh seseorang di suatu perusahaan atau organisasi. Kekuasaan yang dimiliki seseorang dalam suatu perusahaan dapat menentukan bagaimana cara mereka memperlakukan karyawannya. Pemimpin yang tegas ialah pemimpin yang bisa memanfaatkan kekuasaannya dengan sebaik-baiknya untuk memberikan arahan, instruksi, hukuman, dan penghargaan.

E. Fungsi Kepemimpinan

Kepemimpinan dalam suatu perusahaan merangkap banyak tugas, dari membuat strategi perusahaan agar terus maju dan berkembang, mengevaluasi hasil kerja karyawan, sampai memantau perilaku karyawan agar tetap berjalan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Dalam hal ini penulis ada beberapa fungsi dari kepemimpinan, yaitu:

1. Fungsi Informatif

   Karyawan membutuhkan informasi lebih banyak dalam menjalankan kegiatan kerja mereka. Dalam hal ini informasi yang dimiliki oleh atasan harus disampaikan secara terperinci dan jelas,

sehingga dari informasi yang disampaikan oleh atasan dapat membuat karyawan melakukan kegiatan kerja mereka secara pasti.

2. Fungsi Regulatif

   Dengan adanya aturan-aturan yang ada dalam perusahaan, ada dua faktor yang paling berpengaruh terhadap fungsi tregulatif ini, yakni:

   a. Atasan, dalam perusahaan atasan mempunyai kuasa untuk mengatasi semua persoal yang ada didalam perusahaan tersebut. Selain itu, atasan juga mempunyai tugas untuk memberikan semua informasi yang mereka punya, bisa berupa instruksi atau arahan dan juga perintah. Sehingga dalam struktur perusahaan atasan dapat memberikan instruksi atau arahan dengan sebagaimana seharusnya.
   b. Karyawan, dalam kegiatan kerja karyawan butuh kepastian dalam hal informasi, arahan, dan juga instruksi yang dituju kepada mereka. Karyawan membutuhkan kepastian karena mereka harus tahu mana yang harus dan tidak harus dilakukan dalam kegiatan kerja mereka.

3. Fungsi Persuasif

   Kekuasaan yang dimiliki seorang atasan dala perusahaan tidak selalu menimbulkan hasil dengan harapan yang diinginkan. Atasan lebih sering menunjukan kekuasaan mereka untuk bertindak yang tidak adil daripada memberi arahan kepada bawahannya. Karyawan akan memberikan yang terbaik untuk perusahaan ketika atasan

menyampaikan informasi secara jelas dan terperinci, dibandingkan dengan atasan hanyak memberikan instruksi secara diktator.

4. Fungsi Integratif

   Perusahaan harus memperhatikan karyawan dari hal yang terkecil sampai yang besar, hal ini dilakukan perusahaan agar karyawan bisa melakukan tugas dan pekerjaan mereka dengan sungguh-sungguh. Selain itu, perusahaan juga harus menyediakan saluran-saluran komunikasi baik secara langsung ataupun tidak langsung. saluran komunikasi secara tidak langsung bisa dikaukan dengan cara berinteraksi melalui telepon, *smarthphone*, ataupun surat elektronik (*e-mail*), sedangkan saluran komunikasi secara langsung dapat dilakukan dengan komunikasi antarpribadi dari atasan dengan karyawan. Hal ini dilakukan karena mencegah kesalahpahaman yang terjadi ketika informasi yang diberikan atasan kepada karyawan, hal ini diharapkan dapat membangun motivasi kerja karyawan lebih besar dan dapat memberikan yang terbaik untuk perusahaan.

F. Peran Pimpinan Sebagai Komunikator

Salah satu faktor keberhasilan pemimpin dapat dilihat dari segi komunikasinya. Berikut beberapa faktor-faktor yang harus diperhatikan pemimpin ketika menjadi seorang komunikator, yakni:

1. Daya tarik, isi pesan yang sudah disalurkan dari komunikator bisa mempunyai keselarasan dengan komunikan, akhirnya ketika

komunikator menyalurkan informasinya kepada komunikan, terdapat kemungkinan apabila komunikan akan patuh terhadap isi pesan atau informasi yang disamapaikan oleh komunikator, dan ketika proses ini terjadi akan membangkitkan sikap simpati komunikan terhadap komunikatornya.

2. Kepercayaan, komunikator harus bisa menumbuhkan rasa percaya terhadap komunikan. Menumbuhkan rasa percaya terhadap komunikan bisa dari kebisaan dan juga kepantasan yang dimiliki oleh komunikator, kebisaan dan kepantasan yang dimiliki oleh komunikator dapat mempengaruhi pandangan komunikan dan menganggap kebisaan dan kepantasan yang dimiliki komunikator benar adanya dan sesuai dengan kenyataan.

Selanjutnya terdapat beberapa faktor pendukung yang harus diamati ketika pemimpin menjadi komunikator:

1. Mendengarkan

Dasar yang harus diamati ketika menjadi pemimpin ialah mendengarkan, tidak semerta-merta hanya memberikan instruksi untuk dipatuhi oleh karywan, dalam hal ini pemimpin sebagai komunikator harus bisa mendengarkan karyawan apabila karyawan sedang menyampaikan aspirasi, memberi masukan dan kritik. Hal ini dilakukan pemimpin agar proses komunikasi yang telah dibangun dapat memberikan reaksi yang positif dari karyawan dan sesuai dengan harapan pemimpin.

2. Menyimpulkan

Dalam ruang lingkup perusahaan terdapat tim atau divisi, dan dalam hal ini perbedaan pendapat tidak bisa dihindarkan. Ketika perbedaan pendapat ini terjadi, maka pemimpin harus menjadi penengah dalam menganalisis sesuatu permasalahan yang sedang dibicarakan dan seiring dengan kemampuan mendengarkan seorang pemimpin harus bisa menarik kesimpulan dari banyaknya perbedaan pendapat yang ada didalam tim atau divisi tersebut. Sehingga, dari adanya perbedaan pendapat didalam suatu tim atau divisi dapat menimbulkan hasil yang objektif.

3. Berbicara (*Public Speaking*)

Berbicara adalah langkah dasar yang harus dikuasi pemimpin ketika menjadi komunikator, baik berbicara secara antarpribadi dengan karyawan ataupun berbicara sebagai pemimpin didalam suatu tim atau divisi. Keahlian berbicara harus dimiliki oleh seorang pemimpin agar komunikasi yang telah dibangun dapat berlangsung secara efektif.

2.2.4 Motivasi Kerja

A. Pengertian Motivasi Kerja

Dalam pengertian umum, motivasi dikatakan sebagai kebutuhan yang mendorong perbuatan keaarah suatu tujuan tertentu. Batasan mengenai motivasi sebgai "*the procces by which behavior is energized and directed"* (suatu proses, dimana tingkah laku dipupuk dan

diarahkan) para ahli psikologi memberikan kesamaan antara motif dan *needs* (dorongan, kebutuhan). Dari batasan diatas, dapat disimpulkan bahwa motif adalah yang melatar belakangi individu untuk berbuat mencapai tujuan tertentu.[12]

Sementara itu pengertian motivasi ialah suatu pemberian motif. Motivasi pun juga bisa diartikan sebagai situasi yang dapat berubah menjadi motif. Sehingga, dapat disumpulkan bahwa motivasi kerja ialah sesuatu yang menumbuhkan rasa antusiasme dan juga dorongan untuk lebih giat bekerja. Dari rasa antusias dan juga dorongan untuk lebih giat bekerja dapat menentukan pencapaian yang akan didapat oleh karyawan.

B. Element Motivasi Kerja

Menurut George and Jones (2005, p. 175-176) ada tiga elemen dalam motivasi kerja dan tiga elemen tersebut adalah adalah: arah perilaku (Direction of Behavior), tingkat kegigihan (Level of persistence), tingkat usaha(Level of Effort).

a. Arah perilaku (Direction of Behavior)

Suatu tindakan mengacu pada tindakan yang akan dipilih seorang karyawan di antara banyak tindakan potensial lainnya yang mungkin ditunjuka oleh seorang karyawan. Ada banyak contoh perilaku tidak pantas yang dapat dilakukan oleh karyawan. Perilaku tersebut kemudian menjadi kendala bagi perusahaan.

[12] Pandji, Anoraga. 1992. *Psikologi Kerja.* Jakarta: PT. Rineka Cipta. hal.34.

Oleh karena itu, semua karyawan harus termotivasi untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan. Misalnya, karywan mungkin bisa saja tidak mengikuti aturan perusahaan, tetapi justru dengan termotivasi karyawan mengikuti aturan perusahaan.

b. Tingkat kegigihan (Level of Persistence)

Ini termasuk perilaku karyawan ketika menghadapi suatu masalah. Karyawan yang bermotivasi tinggi melakukan yang terbaik untuk perusahaan dan terus berjuan untuk keunggulan dalam tindakan yang mereka pilih. Misalnya, penulis mengamati bagaimana karyawan melakukan pekerjaan mereka bahkan ketika lingkungan kerja mereka tidak mendukung. Karyawan yang termotivasi berusaha untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan menujukkan perilaku yang baik. Misalnya, cari tahu bagaimana perilaku karyawan saat mereka bekerja, meskipun lingkungan kerjanya tidak bagus.

c. Tingkat usaha (Level of Effort)

Perusahaan tidak hanya memotivasi karyawannya untuk bertindak ramah, melainkan harus memotivasi karyawannya untuk bekerja keras. Tingkat upaya menunjukkan seberapa banyak upaya ypaya yang dilakukan karyawan ke dalam tindakan yang dipilih. Misalnya, penting bagi karyawan yang bekerja untuk tidak hanya berada di kantor tepat waktu, tetapi juga melihat keseriusan dan integritas dalam bekerja.

C. Ciri-Ciri Motivasi

Menurut Anoraga terdapat 4 ciri motif yakni sebagai berikut:

1. Motif adalah majemuk

   Dalam aksinya, tidak hanya mengejar satu tujuan, melainkan mengejar banyak tujuan secara bersama-sama.

2. Motif dapat berubah-ubah

   Motivasi manusia sering berubah. Hal ini terjadi karena keinginan manusia selalu berubah sesuai dengan kebutuhan dan minatnya.

3. Motif dapat berbeda-beda bagi individu

   Dua orang yang melakukan pekerjaan yang sama ternyata memiliki motif yang berbeda.

4. Beberapa motif tidak disadari oleh individu

   Karena banyak tindakan manusia yang tidak disadari oleh pelakunya, ada juga dorongan yang muncul ketika dihapkan pada keadaan yang merugikan dan ditekan oleh alam bawah sadar. Jika dorongan batinnya kuat, manusia tidak dapat memahami motifnya.

Berdasarkan uraian menurut ahli diatas mengenai ciri-ciri motivasi, penulis menyimpulkan apabila setiap individu selalu mempunyai motif-motif yang berbeda dan bahkan motif yang akan timbul pun tidak dapat dihindari oleh individunya. Dan juga, dapat dilihat apabila motif dapat berubah-ubah dan sifatnya tidak permanen.

D. Tujuan Motivasi

Ach. Mohyi juga membagi tujuan motivasi sebagi berikut:[13]

1. Untuk meingkatkan semangat, gairah dan kedisiplinan kerja karyawan
2. Memupuk rasa memiliki *(sense of belonging)*, loyalitas dan partisipasi karyawan
3. Meningkatkan kreatifitas dan kemampuan karyawan untuk berkembang
4. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
5. Meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan kerja karyawan

Berdasarkan paparan para ahli diatas, penulis menyimpulkan apabila tujuan motivasi ini didistribusikan untuk perolehan dari suatu tujuan dalam sebuah perusahaan ataupun bahkan organisasi supaya bisa mengoptimalkan kapabilitas karyawan, prasarana dan sarana yang ada.

E. Jenis-Jenis Motivasi

Dalam perusahaan, motivasi menjadi sangat penting dan perlu dipertahankan karena motivasi dapat mengubah perilaku manusia yang memilikinya.Berdasarkan hal tersebut jenis-jenis motivasi adalah sebagai berikut:

Menurut Hasibuan motivasi dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Motivasi positif

[13] Ach. Mohyi. 1999. *Teori Dan Perilaku Organisasi.* Surabaya: UMM Press. hal.162.

Motivasi ini berarti bahwa manajer memotivasi bawahannya dengan memberi penghargaan kepada mereka yang berkinerja lebih baik. Manusia pada umumnya suka menerima hal-hal yang baik, sehingga positif meningkatkan moral karyawan.

b. Motivasi negatif

Motivasi negatif berarti memotivasi pada skala yang menghukum karyawan. Dalam waktu yang singkat motivasi negatif seperti itu meningkatkan kemauan karyawan untuk bekerja karena takut akan hukuman, tetapi dalam jangka panjang motivasi negatif bukan suat hal yang menghasilkan dampak yang baik untuk karyawan dan untuk atasan itu sendiri.[14]

Menurut penjelasan jenis-jenis motivasi dari Hasibuan diatas, bisa disimpulkan apabila perbedaan pemberian dorongan tidak dapat dihindari, akan tetapi dalam jenis-jenis motivasi yang sudah diuraikan mempunyai arah yang sejajar, yakni memaksimalkan motivasi yang terdapat dalam individu supaya bisa memanifestasikan tugas-tugasnya dengan cara yang maksimal juga mencapai tujuan bersama yang diinginkan.

F. Faktor-Faktor Motivasi Kerja

Motivasi sebagai proses psikologin manusia dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut dapat dibedakan berdasarkan

[14] Ibid. hal.150.

daktor internal dan eksternal yang berasal dari pekerja dan faktor-faktor tersebut adalah:

1. Faktor Internal

Faktor internal yang dapat mempengaruhi pemberian motivasi pada seseorang lain :

a. Keinginan untuk dapat hidup

Keinginan untuk hidup menyiratkan kebutuhan akan kompensasi yang memadai, kondisi kerja yang aman dan nyaman.

b. Keinginan untuk dapat memiliki

Keinginan yang kuat untuk memiliki sesuatu dapat membuat seseorang ingin bekerja.

c. Keinginan untuk memperoleh penghargaan

Beberapa orang ingin bekerja karena ingin diakui dan di hormati oleh seseorang. Untuk mencapai status sosial yang tinggi, seseorang harus bekerja keras.

d. Keinginan untuk memperoleh pengakuan

Keinginan untuk diakui dapat mencakup penghargaan atas prestasi, adanya hubungan kerja yang hamonis dan kompak, maka perusahaan tempat mereka bekerja dihargai oleh masyarakat.

e. Keinginan untuk berkuasa

Keinginan untuk berkuasa akan mendorong seseorang untuk bekerja.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal juga tidak kalah peranannya dalam melemahkan motivasi kerja seseorang. Faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Kondisi lingkungan kerja

Lingkungan kerja adalah ruang kerja dan insfrastruktur kerja bersama yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja karyawan. Lingkungan kerja ini meliputi tempat kerja, fasilitas, lokasi, dan hubungan yang harmonis antar karyawan di perusahaan tersebut.

b. Kompensasi yang memadai

Kompensasi adalah alat motivasi paling kuat yang digunakan perusahaa untuk meningatkan kinerja karyawannya.

c. Adanya jaminan pekerjaan

Setiap orang bersedia bekerja keras dan mengorbankan dirinya untuk perusahaan jika individu tersebut merasa ada jaminan yang jelas untuk kemajuan karir dengan melakukan pekerjaan tersebut.

d. Status dan tanggung jawab

Status dan jabatan merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan melaksanakan tugas sehari-hari.

e. Peraturan yang fleksibel

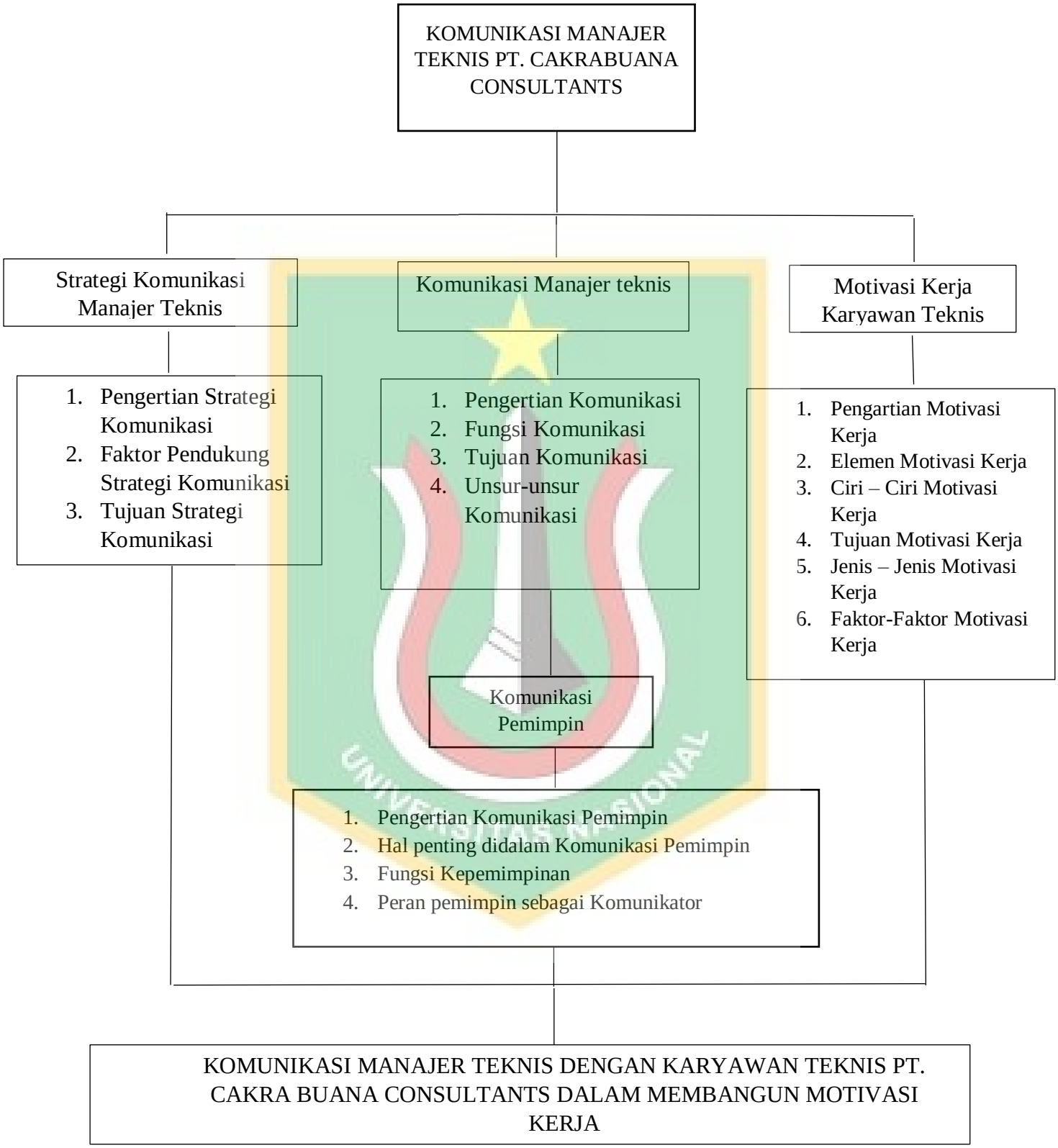
Perusahaan besar biasanya memiliki sistem dan prosedur kerja yang diikuti oleh semua karyawan.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangkan pemikiran ialah suatu urutan yang terstruktur yang bertujuan dalam penelitian untuk melakukan penggambaran dalam sebuah alur pikiran yang tersusun oleh penulis. Kerangka pemikiran mempunyai inti yang berhubungan dengan teori-teori yang sesuai melalui permasalahan-permasalahan yang ingin ditelurusi dan diamati.

Strategi komunikasi Manajer Teknis dengan Karyawan Teknis PT. Cakra Buana Consultants dalam menumbuhkan motivasi kerja adalah fokus penulis untuk penulis membuat kerangka pemikiran.

UNIVERSITAS NASIONAL


KOMUNIKASI MANAJER TEKNIS PT. CAKRABUANA CONSULTANTS
Strategi Komunikasi Manajer Teknis
Komunikasi Manajer teknis
Motivasi Kerja Karyawan Teknis
1. Pengertian Strategi Komunikasi
2. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi
3. Tujuan Strategi Komunikasi
1. Pengertian Komunikasi
2. Fungsi Komunikasi
3. Tujuan Komunikasi
4. Unsur-unsur Komunikasi
1. Pengartian Motivasi Kerja
2. Elemen Motivasi Kerja
3. Ciri – Ciri Motivasi Kerja
4. Tujuan Motivasi Kerja
5. Jenis – Jenis Motivasi Kerja
6. Faktor-Faktor Motivasi Kerja
Komunikasi Pemimpin
1. Pengertian Komunikasi Pemimpin
2. Hal penting didalam Komunikasi Pemimpin
3. Fungsi Kepemimpinan
4. Peran pemimpin sebagai Komunikator
KOMUNIKASI MANAJER TEKNIS DENGAN KARYAWAN TEKNIS PT. CAKRA BUANA CONSULTANTS DALAM MEMBANGUN MOTIVASI KERJA