BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

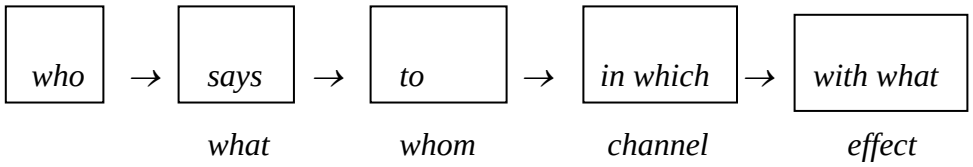
2.1. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*, yang artinya adalah sama, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi komunikasi akan berlangsung apabila orang - orang yang terlibat di dalamnya mempunyai kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, maka dengan demikian pernyataan yang dilontarkan akan mudah dimengerti dan bersifat komunikatif.

> "Secara umum, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun secara tak langsung melalui media" (Effendy, 2002: 5).

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif dapat dilihat pada paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, yaitu bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan cara sebagai berikut:



Jawaban bagi pertanyaan Lasswell itu merupakan unsur - unsur proses komunikasi, yaitu komunikator (*communicator*), pesan (*message*), media (*media*), komunikan (*receiver*), dan efek (*effect*). Jadi hal yang dapat disimpulkan berdasarkan paradigma tersebut, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2002: 53).

Menurut Shannon dan Weaver (1949) mengatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, maka kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dari simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi.

2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Menurut Onong Uchjana Effendy, Proses komunikasi pada intinya terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang atau simbol berupa bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu ”menerjemahkan” pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2002 :15).

Pada proses komunikasi secara primer, pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditramsmisikan dengan menggunakan media primer tersebut yaitu lambang-lambang. Dengan demikian, pesan (*message*) yang disampaikan komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*content*) dan lambang-lambang (*symbol*).

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini. Selain bahasa, gambar juga banyak digunakan dalam berkomunikasi, karena gambar melebihi kial, isyarat dan warna dalam hal ”menerjemahkan” pikiran seseorang tetapi tetap tidak

melebihi bahasa. Demi efektifnya komunikasi, lambang-lambang tersebut sering dipadukan penggunaannya.

Proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

2.1.3 Unsur-unsur Dalam Proses Komunikasi

1. Sender, yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding, yaitu penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang
3. Message, yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4. Media, yaitu saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator ke pada komunikan.
5. Decoding, yaitu pengawasandian, yaitu proses dimana komunikasi menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. Receiver, yaitu komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

7. Response, yaitu tanggapan, seperankat reaksi pada komunikan setelah ditepa pesan.
8. Feedback, yaitu umpan balik berupa tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. Noise, yaitu gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

   (Canggara, 1998 : 23)

2.1.4 Tujuan Komunikasi

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

   Seperti telah dikemukakan sebelumnya, dalam pembahasan fungsi komunikasi, adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah seseorang terpengaruh ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan komunikasi. Mengubah sikap seseorang menjadi suatu sikap yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

2. Mengubah opini / pendapat / pandangan (*to change the opinion*)

   Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak tertentu.

3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)

   Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sehingga berperilaku sesuai yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

   Apabila dalam point di atas perilaku dititikberatkan lebih kepada individu, dalam point ini, perubahan dititikberatkan pada suatu kelompok yang bersifat lebih dari satu, bahkan lebih dari dua. Sehingga perubahan terjadi secara masal (Effendy , 2002 : 55).

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harafiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana.

Everet M.Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil, dan begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan. Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam

organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.

Ada bermacam-macam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi. Schein (1982) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktifitas dalam organisasi tersebut.

Menurut Devito (1997:340), "komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi. Jadi, komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang berada di dalam organisasi itu sendiri, juga di antara orang-orang yang berada di dalam organisasi dengan publik luar, dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan". (Devito, 1997:340)

Katz dan Kahn dalam Muhammad (2001 : 65) mengatakan bahwa "komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi, dan pemindahan arti di dalam ;suatu organisasi. Selanjutnya, dikatakan bahwa organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan" . (Katz dan Kahn dalam Muhammad, 2001: 65)

2.2.2 Karekteristik Organisasi :

Tiap organisasi disamping mempunyai elemen yang umum juga mempunyai karakteristik yang umum. Diantara karakteristik tersebut adalah :

1. Dinamis, yaitu organisasi sebagai suatu sistem terbuka terus menerus mengalami perubahan, karena selalu menghadapi tantangan baru dari lingkungannya, dan perlu menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan yang selalu berubah tersebut.
2. Memerlukan informasi, yaitu semua organisasi memerlukan infomasi untuk hidup. Tanpa informasi, organisasi tidak dapat jalan. Dengan adanya informasi bahan mentah dapat diolah menjadi hasil produksi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia. Begitu juga sebaliknya dengan tidak adanya informasi suatu organisasi dapat macet atau mati sama sekali.
3. Mempunyai tujuan, yaitu organisasi adalah merupakan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan sendiri-sendiri.
4. Terstruktur, yaitu organisasi dalam usaha mencapai tujuannya biasanya membuat aturan-aturan, undang-undang dan hierarki hubungan dalam organisasi. Hal ini dinamakan struktur organisasi.

   (Muhammad, 2001 : 29)

2.2.3 Fungsi organisasi :

1. Memenuhi kebutuhan pokok organisasi
2. Mengembangkan tugas dan tanggung jawab
3. Memproduksi hasil produksi
4. Mempengaruhi orang

(Muhammad, 2001 : 32)

2.3. Tinjauan Tentang Gaya Kepemimpinan

2.3.1 Definisi Gaya Kepemimpinan

Kepemimpinan diwujudkan melalui gaya kerja atau cara orang bekerja sama dengan orang lain secara konsisten, melalui apa yang dikatakan (bahasa) dan apa yang dilakukan (tindakan), seseorang membantu orang lain untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Menurut Dubrin (2005:3) mengenai kepemimpinan yaitu,

> " kepemimpinan itu adalah upaya mempengaruhi banyak orang melalui komunikasi untuk mencapai tujuan, cara mempengaruhi orang dengan petunjuk atau perintah, tindakan yang menyebabkan orang lain bertindak atau merespons dan menimbulkan perubahan positif, kekuatan dinamis penting yang memotivasi dan mengkoordinasikan organisasi dalam rangka mencapai tujuan, kemampuan untuk menciptakan rasa percaya diri dan dukungan diantara bawahan agar tujuan organisasional dapat tercapai. (Dubrin, 2005 :3)

Menurut Thoha, "Kepemimpinan adalah aktivitas untuk mempengaruhi perilaku orang lain agar supaya mereka mau diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu" (Thoha, 1983:123). Sedangkan menurut Robbins "Kepemimpian

adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk mencapai tujuan". (Robbins, 1996: 39).

Setiap pemimpin pada dasarnya memiliki perilaku yang berbeda dalam memimpin para pengikutnya. Perilaku para pemimpin ini secara singkat disebut gaya kepemimpinan (*Leadership style*). Gaya Kepemimpinan juga merupakan suatu cara yang dimiliki oleh seseorang dalam mempengaruhi sekelompok orang atau bawahan untuk bekerja sama dan berdaya upaya dengan penuh semangat dan keyakinan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam suatu organisasi kepemimpinan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi, selain itu kepemimpinan juga merupakan titik sentral dan penentu kebijakan dari kegiatan yang akan dilaksanakan dalam organisasi.

Gaya kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap iklim kerja. Kondisi iklim kerja akan mempengaruhi kondisi motivasi dan semangat kerja karyawan. Jika gaya kepemimpinan sesuai dengan situasi yang dihadapi dalam organisasi atau unit kerja, maka akan membuat iklim kerja menjadi kondusif, dan pada akhirnya akan memberi motivasi yang tinggi bagi karyawan untuk memberikan yang terbaik dalam mencapai target kerja.

2.3.2 Macam-macam Gaya Kepemimpinan

1. Gaya kepemimpinan otoriter atau otokrasi, artinya sangat memaksakan kehendak kekuasaannya kepada bawahan. Ciri-ciri Kepemimpinan Bertipe Otoriter:

1) Tanpa musyawarah

2) Tidak mau menerima saran dari bawahan

3) Mementingkan diri sendiri dan kelompok

4) Selalu memerintah

5) Memberikan tugas mendadak

6) Cenderung menyukai bawahan yang ABS (asal bapak senang)

7) Sikap keras terhadap bawahan

8) Setiap keputusannya tidak dapat dibantah

9) Kekuasaan mutlak di tangan pimpinan

10) Hubungan dengan bawahan kurang serasi

2. Gaya kepemimpinan demokratis**,** artinya bersikap tengah antara memaksakakan kehendak dan memberi kelonggaran kepada bawahan. Ciri-ciri Kepemimpinan Bertipe Demokratis:

1) Pendapatnya terfokus pada hasil musyawarah

2) Tenggang rasa

3) Memberi kesempatan pengembangan karier bawahan

4) Selalu menerima kritik bawahan

5) Menciptakan suasana kekeluargaan

6) Mengetahui kekurangan dan kelebihan bawahan

7) Komunikatif dengan bawahan

8) Partisipasif dengan bawahan

9) Tanggap terhadap situasi

3. Gaya kepemimpinan laissez faire**,** yakni sikap membebaskan bawahan.

   Ciri-ciri Kepemimpinan Bertipe laissez faire :

   1) Pemimpin bersikap pasif
   2) Semua tugas diberikan kepada bawahan
   3) Tidak tegas
   4) Kurang memperhatikan kekurangan dan kelebihan bawahan
   5) Percaya kepada bawahan
   6) Pelaksanaan pekerjaan tidak terkendali
   7) Mudah dibohongi bawahan
   8) Kurang kreatif
   9) Kurang mawas diri
   10) Perencanaan dan tujuannya kurang jelas

4. Gaya kepemimpinan situasional**,** yakni suatu sikap yang lebih melihat situasi: kapan harus bersikap memaksa, kapan harus moderat, dan pada situasi apa pula pemimpin harus memberikan keleluasaan pada bawahan.

   Ciri-ciri Kepemimpinan Bertipe Situasional:

   1) Supel atau luwes
   2) Berwawasan luas
   3) Mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan
   4) Mampu menggerakkan bawahan
   5) Bersikap keras pada saat-saat tertentu

6) Berprinsip dan konsisten terhadap suatu masalah
7) Mempunyai tujuan yang jelas
8) Bersikap terbuka bila menyangkut bawahan
9) Mau membantu memecahkan permasalahan bawahan
10) Mengutamakan suasana kekeluargaan

Gaya kepemimpinan yang ada dalam suatu kelompok atau organsasi tergantung pada situasi yang terdapat pada kelompok atau organisasi tersebut.

2.4 Tinjauan Tentang Motivasi Kerja

2.4.1 Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi berasal dari kata ***movere*** yang berarti mendorong menggerakkan**.** Jadi motivasi dapat didefinisikan sebagai suatu dorongan psikologis dari dalam diri seseorang yang menyebabkan ia berprilaku secara tertentu, terutama di dalam lingkungan pekerjaan. Motivasi membahas mengenai bagaimana cara atau prosedur mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerjasama secara produktif.

Dalam kehidupan, motivasi memiliki peranan yang sangat penting. Sebab, motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia, sehingga mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal.

Tidak bisa dipungkiri, setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia selalu di mulai dengan motivasi. Definisi tentang motivasi juga beragam,

menurut **Wexley & Yukl** motivasi adalah pemberian atau penimbulan motif, dapat pula diartikan hal atau keadaan menjadi motif, Sedangkan menurut **A. Anwar Prabu Mangkunegara**, memberikan pengertian motivasi dengan kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara prilaku yang berubungan dengan lingkungan kerja, namun **H. Hadari Nawawi** mendefinisikan motivasi sebagai suatu keadaan yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan yang berlangsung secara sadar.

Motivasi menurut Flippo yang dikutip Hasibuan (2000) adalah " suatu keahlian dalam mengarahkan karyawan dan organisasi secara berhasil. Sehingga keinginan dan tujuan organisasi sekaligus tercapai". (Flippo dalam Hasibuan, 2000 : 142).

Dari beberapa pengertian tersebut motivasi dapat disimpulkan sebagai suatu keadaan atau kondisi yang mendorong, merangsang atau menggerakan seseorang untuk melakukan sesuatu atau kegiatan yang dilakukannya sehingga ia dapat mencapai tujuannya. Tanpa adanya motivasi dalam diri seseorang, maka dapat dipastikan bahwa orang itu tidak akan bergerak sedikitpun dari tempatnya berada.

Begitupun dalam kehidupan berorganisasi, motivasi kerja dalam organisasi sangat mutlak adanya. Sehebat apapun recana yang telah dibuat oleh seorang pemimpin, namun apabila dalam proses aplikasinya dilakukan oleh

anggota yang kurang atau bahkan tidak memiliki motivasi yang kuat, maka akan menyebabkan tidak terealisasinya rencana tersebut.

Motivasi juga merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia, dan merupakan suatu proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan. Seorang bawahan mungkin menjalankan pekerjaan yang dibebankan kepadanya dengan baik, mungkin pula tidak. Hal ini merupakan salah satu tugas dari seorang pimpinan untuk bisa memberikan motivasi (dorongan) kepada bawahannya agar bisa bekerja sesuai dengan arahan yang diberikan.

Mengapa motivasi harus dilakukan oleh bawahan?

1. Karena pimpinan membagi-bagi pekerjaannya kepada para bawahan untuk dikerjakan dengan baik.
2. Karena ada bawahan yang mampu untuk mengerjakan pekerjaannya, tetapi ia malas atau kurang bergairah mengerjakannya.
3. Untuk memelihara atau meningkatkan kegairahan kerja bawahan dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.
4. Untuk memberikan penghargaan dan kepuasan kerja kepada bawahnnya.

Memotivasi ini sangat sulit, karena pimpinan sulit untuk mengetahui kebutuhan (needs) dan keinginan (wants) yang diperlukan bawahan dari hasil pekerjaannya itu.

2.4.2 Pola dan Tujuan Motivasi

Dr. David Mc Clelland dalam Robbins (2001 : 173) mengemukakan pola motivasi sebagai berikut :

1. Kebutuhan akan prestasi

   Kebutuhan akan prestasi merupakan dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, bergulat untuk sukses. Kebutuhan ini pada hirarki Maslow terletak antara kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Ciri-ciri inidividu yang menunjukkan orientasi tinggi antara lain bersedia menerima resiko yang relatif tinggi, keinginan untuk mendapatkan umpan balik tentang hasil kerja mereka, keinginan mendapatkan tanggung jawab pemecahan masalah.

2. Kebutuhan akan kekuasaan

   Kebutuhan akan kekuasaan adalah kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara dimana orang-orang itu tanpa dipaksa tidak akan berperilaku demikian atau suatu bentuk ekspresi dari individu untuk mengendalikan dan mempengaruhi orang lain. Kebutuhan ini pada teori Maslow terletak antara kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. McClelland menyatakan bahwa kebutuhan akan kekuasaan sangat berhubungan dengan kebutuhan untuk mencapai suatu posisi kepemimpinan.

3. Kebutuhan untuk berafiliasi atau bersahabat

   Kebutuhan akan Afiliasi adalah hasrat untuk berhubungan antar pribadi yang ramah dan akrab. Individu merefleksikan keinginan untuk mempunyai hubungan yang erat, kooperatif dan penuh sikap persahabatan dengan pihak lain. Individu yang mempunyai kebutuhan afiliasi yang tinggi umumnya berhasil dalam pekerjaan yang memerlukan interaksi sosial yang tinggi. McClelland mengatakan bahwa kebanyakan orang memiliki kombinasi karakteristik tersebut, akibatnya akan mempengaruhi perilaku karyawan dalam bekerja atau mengelola organisasi.

Adapun tujuan pemberian motivasi menurut Drs. Malayu S.P. Hasibuan, yaitu:

1. Mendorong gairah dan semangat kerja karyawannya.
2. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawannya.
3. Meningkatkan produktivitas kerja karyawannya.
4. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan kerja perusahaan.
5. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan.
6. Mengefektifkan pekerjaan karyawan.
7. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
8. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan.
9. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan.
10. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya.
11. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

2.4.3. Sumber, Proses, Azas-azas, Alat-alat dan Jenis-jenis Motivasi

a. Sumber motivasi :

1. Motivasi Internal yaitu motivasi dari dalam diri, dari perasaan dan pikiran diri sendiri, tidak perlu adanya rangsangan dari luar. Orang yang memiliki motivasi internal, akan memandang dirinya secara positif. Sebagai contoh, seseorang yang melakukan aktivitas belajar secara terus menerus tanpa adanya motivasi dari luar dirinya dan bila ditinjau dari segi tujuan kegiatannya, orang tersebut ingin mencapai tujuan yang terkandung di dalam perbuatan belajar itu sendiri, misal karena ingin mendapatkan pengetahuan, bukan karena tujuan yang lain.
2. Motivasi eksternal yaitu motivasi dari luar atau mendapatkan rangsangan dari luar. Sebagai contoh, motivasi seseorang timbul karena dari bacaan yang memotivasi, lingkungan, atau dari kehidupan keseharian. Sehingga bila ditinjau dari segi tujuannya orang tersebut tidak langsung terjun didalam apa yang dilakukannya. Hal ini sangat diperlukan bagi orang yang tidak memiliki motivasi internal.

b. Proses timbulnya motivasi seseorang :

1. Kebutuhan yang belum terpenuhi
2. Mencari dan memilih cara cara memuaskan kebutuhan
3. Perilaku yang diarahkan pada tujuan
4. Evaluasi prestasi
5. Imbalan atau hukuman

6. Kepuasan
7. Menilai kembali kebutuhan yang belum terpenuhi

c. Azas-azas motivasi yaitu :

1. Azas mengikutsertakan
2. Azas komunikasi
3. Azas pengakuan
4. Azas wewenang yang didelegasikan
5. Perhatian timbal balik

d. Alat-alat motivasi yaitu :

1. Material incentive
2. Non material incentive

e. Jenis Motivasi yaitu :

1. Motivasi positif
2. Motivasi negative

2.5 Tinjauan Tentang Wartawan

2.5.1 Definisi Wartawan

Wartawan atau *jurnalis* adalah seorang yang melakukan jurnalisme, yaitu orang yang secara teratur menuliskan berita (berupa laporan) dan tulisannya dikirimkan atau dimuat di media massa secara teratur. Berita-berita yang dicari dan ditulis oleh wartawan selanjutnya dikirimkan ke meja redaksi media atau

pers untuk dipublikasikan. Laporan ini dapat dipublikasi dalam media massa, seperti koran, televisi, radio, majalah, film dokumentasi, dan internet.

Wartawan mencari sumber mereka untuk ditulis dalam laporannya, dan mereka diharapkan untuk menulis laporan yang paling objektif dan tidak memiliki pandangan dari sudut tertentu untuk melayani masyarakat.

Dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 1996 Pasal 1 dan 3 juga dengan jelas disebutkan bahwa, "Kewartawanan ialah pekerjaan/ kegiatan/ usaha yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar dan lain-lain sebagainya untuk perusahaan, radio, televisi dan film".

Sedangkan dalam pengertian sempitnya, kewartawanan bisa difahami sebagai kegiatan yang berhubungan bentuk penulisan untuk media komunikasi massa (*media of mass communication*).

2.5.2 Jenis-jenis wartawan

Secara garis besar jenis wartawan itu ada 4 yaitu :

1. Wartawan Profesional, yaitu wartawan yang menjadikan kegiatan kewartawanan sebagai profesi. Tugas tersebut dilaksanakan sebagai profesi atau pekerjaan.
2. Wartawan Free Lance, yaitu wartawan yang tidak tergantung pada satu kabar atau berita saja. Ia melakukan tigas kewartawanan. Sedangkan karyanya disalurkan ke berbagai media. Jadi tidak terikat oleh satu penerbitan atau satu surat kabar.

3. Wartawan Koresponden, yaitu istilah yang sering dipakai untuk menyebut wartawan yang bertugas di daerah dan tidak berada satu kota dengan pusat penerbitan. Mereka bekerja dan menulis berita. Berita itu dikirimkan melalui pos, faksimili, modem, telephon atau sarana komunikasi lainnya.
4. Wartawan Kantor Berita, yaitu seorang wartawan dari satu kantor berita atau new pers agency. Wartawan ini mencari berita untuk suatu kantor berita kemudian beritanya di salurkan atau dijual ke berbagai lembaga penerbitan yang membutuhkan.

2.5.3 Tugas Wartawan

Fungsi dan tugas wartawan pada dasarnya ada tiga, yaitu:

1. Peliput, yaitu seorang wartawan berfungsi sebagai peliput setiap peristiwa yang terjadi untuk menjadi bahan berita.
2. Penyusun, dimana peristiwa yang telah diliput akan disusun menjadi suatu berita yang menarik buat publik.
3. Penyebar informasi, yaitu berita yang telah disusun akan disampaikan kepada publik, berita itu menjadi informasi buat mereka.

(Kartika dan Utomo, 2009 : 31)