BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kinerja merupakan suatu hal yang penting dalam suatu perusahaan. Kinerja seorang karyawan akan menentukan pencapaian dari tujuan suatu organisasi. Kinerja merupakan hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target/sasaran atau kriteria yang telah disepakati bersama. Kinerja yang terdapat dalam suatu perusahaan tergantung bagaimana sikap karyawan dalam perusahaan tersebut.

Karyawan yang normal adalah karyawan yang memiliki integritas yang tinggi antara fungsi psikis (rohani) dan fisiknya (jasmaniah). Dengan adanya integritas yang tinggi antara fungsi psikis dan fisik maka karyawan tersebut memiliki konsentrasi diri yang baik. Konsentrasi yang baik ini merupakan modal utama karyawan untuk mampu mengelola dan mendayagunakan potensi dirinya secara optimal dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas kerja sehari-hari dalam mencapai tujuan organisasi.

Selain itu, lingkungan kerja organisasi juga sangat menunjang bagi individu dalam mencapai kinerja. Faktor lingkungan organisasi yang dimaksud

antara lain uraian jabatan yang jelas, otoritas yang memadai, target kerja yang menantang, pola komunikasi yang efektif, hubungan kerja yang harmonis, iklim kerja yang respek dan dinamis, peluang berkarir dan fasilitas kerja yang relatif memadai. Untuk dapat menilai kinerja karyawan secara objektif dan akurat adalah dengan mengukur tingkat kinerja karyawan. Pengukuran kinerja dapat juga berfungsi sebagai upaya mengumpulkan informasi yang dapat digunakan untuk mengarahkan upaya karyawan melalui serangkaian prioritas tertentu, seperti komunikasi.

Komunikasi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan sosial manusia begitu juga untuk memenuhi kebutuhan karyawan dalam suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya. Setiap individu pasti akan berkomunikasi dengan individu yang lainnya karena manusia tidak akan dapat hidup tanpa adanya interaksi dengan lingkungan sosialnya. Selain itu, kebutuhan akan informasi juga menuntut seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain mengingat betapa pentingnya informasi bagi kelangsungan hidup manusia. Sehingga informasi sangat dibutuhkan oleh manusia.

Komunikasi adalah penyampaian informasi dari individu ke individu yang lainnya. Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy adalah:

> "Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* menurut asal katanya berasal dari bahasa latin *communicate*, dalam perkataan ini bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat atau berlangsung selama dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si

> penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu". (Effendy, 2002: 9).

Komunikasi mempunyai empat tujuan yaitu: (1). Mengubah sikap, (2). Mengubah opini, (3). Mengubah perilaku, dan (4). Mengubah masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan suatu proses komunikasi yang dapat mencapai tujuan komunikasi tersebut. (Effendy, 2003:54).

Dengan adanya komunikasi yang baik antara pemimpin perusahaan dan karyawan maka dapat dicapai suatu iklim organisasi yang kondusif. Dimana karyawan yang tadinya tidak memiliki kemampuan yang handal dalam bekerja menjadi lebih baik dalam bekerja sehingga dapat dicapai suatu kinerja yang bagus.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti akibat dari komunikasi yang berupa pesan penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan. Wartawan merupakan sebuah profesi yang penuh tanggung jawab dan resiko. Untuk menjadi wartawan seseorang harus siap mental dan fisik. Menurut Colema Hartwell yang dikutip oleh Asep Syamsul M. Romli, dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Terapan* menulis:

> "Seseorang yang tidak mengetahui cara untuk mengatasi masalah dan tidak mempunyai keinginan untuk bekerja dengan orang lain, tidak sepantasnya menjadi wartawan. Hanya mereka yang merasa bahwa hidup ini menarik dan mereka yang ingin membantu memajukan kota dan dunia yang patut terjun di bidang jurnalistik". (Romli, 2006:17).

Menurut Undang-undang No. 40/1999 tentang pers, wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. Dengan demikian, siapapun yang melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan warta atau berita, bisa disebut wartawan, baik mereka yang bekerja pada surat kabar, majalah, radio, televisi, film maupun kantor berita. Tentu saja dalam melakukan pekerjaannya tersebut dibutuhkan rambu-rambu yang dapat mengatur bagaimana seharusnya seorang wartawan dapat bekerja secara profesional.

Kinerja dari seorang wartawan sangat menentukan bagaimana *image* dari media tempat wartawan tersebut bekerja. Wartawan dituntut untuk bekerja secara profesional, memiliki disiplin yang tinggi serta integritas dalam bekerja. Harus diakui bahwa sikap profesional dalam pers terutama terletak pada wartawannya. Korp wartawanlah yang membuat suatu koran terhormat atau tidak. Wartawan bekerja untuk kepentingan yang lebih luas, yaitu publik pembaca, bukan untuk kepentingan segelintir pihak saja.

Dalam konteks negara kita, pers Indonesia mempunyai kode etik dan memiliki aturan serta hukum lainnya. Namun, hal itu pun sebenarnya belum cukup karena masih kerap terdengar adanya pelanggaran atas kode etik. Masih sering terdengar adanya sumber berita yang menjadi korban akibat ulah wartawan (Sobur, 2001: 119).

Selain terjadinya pelanggaran seperti yang diuraikan di atas, ada juga contoh wartawan yang melanggar etika pers yaitu dengan menayangkan suatu berita bohong seperti kasus yang menimpa salah seorang presenter TV X yang

diduga terlibat dalam rekayasa pemberitaan makelar kasus (markus). Markus yang diwawancarai ternyata adalah seorang tenaga lepas di media hiburan yang mengaku dibayar 1,5 juta untuk tampil di acara berita di TV X tersebut. Hal itu merupakan salah satu pelanggaran kode etik jurnalistik poin ke-4 yang menyebutkan bahwa wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan cabul, serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila (Kode Etik Wartawan Indonesia).

Menurut Asep Romli dalam bukunya Jurnalistik Terapan mengatakan bahwa "Banyak pula oknum wartawan yang sering disebut dengan WTS yaitu Wartawan Tanpa Surat Kabar dan tidak bekerja pada sebuah penerbitan pers manapun bahkan para oknum tersebut tidak mempunyai identitas sebagai wartawan". (Romli, 2005: 104). Menurut Alex Sobur dalam bukunya yang berjudul Etika pers mengatakan bahwa:

> "hasil jajak pendapat (*polling*)yang diadakan H.U Pikiran Rakyat Bandung pada 500 responden terbukti 49,8% responden mengaku kadang-kadang percaya (meragukan) terhadap berita-berita yang dilansir pers, artinya segala upaya tanpa lelah para wartawan untuk mencari, mengolah dan menyajikan berita di media cetak tampaknya perlu ditinjau ulang". (Sobur, 2001 : 7)

Selain kasus di atas, masih banyak lagi pelanggaran yang dilakukan oleh wartawan Indonesia. Misalnya, wartawan yang menyebutkan nama asli korban kasus pemerkosaan dan lain-lain. Pelanggaran terhadap peraturan etika pers tentunya mempengaruhi sikap wartawan dalam bekerja. Wartawan yang tidak mengindahkan aturan akan bekerja dengan semaunya, tetapi wartawan yang taat

akan adanya etika pers akan bekerja secara profesional, menghasilkan berita yang berkualitas sesuai dengan undang-undang atau etika pers yang berlaku.

Dari kasus-kasus pelanggaran yang dilakukan oleh oknum wartawan tersebut dapat dilihat bahwa kinerja yang baik harus dimiliki oleh seorang wartawan. Kemampuan, keterampilan dan sikap yang dimilki oleh wartawan berkaitan erat dengan kinerja dari wartawan. Sehingga untuk dapat meningkatkan kinerja wartawan yang berkualitas perlu adanya aturan-aturan yang jelas mengenai bagaimana wartawan dalam bekerja.

Di Indonesia yang mengatur bagaimana seharusnya seorang wartawan bekerja disebut dengan etika pers yang terdiri dari Kode etik wartawan Indonesia (KEWI), dan UU No.40/1999. Sedangkan untuk penyiaran yang mengatur adalah UU No. 32/2002 serta UU N0. 11/2008 yang merupakan undang-undang tentang internet.

Etika pers merupakan etika profesi dalam dunia pers, karena kewartawanan adalah suatu profesi maka seorang wartawan harus mentaati etika profesi yang ada dalam dunia kewartawanan sehingga dapat dicapai suatu sikap wartawan yang lebih profesional. Untuk dapat menerapkan etika pers dalam bekerja tentu saja terjadi proses komunikasi. Dalam bekerja wartawan diberi bekal mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana kepemimpinan yang ada pada media tempat wartawan bekerja. Seorang pemimpin redaksi dituntut memiliki keahlian dalam menyampaikan pesan kepada wartawan mengenai penerapan etika pers sehingga pesan tersebut

dapat dilaksanakan dengan sungguh-sungguh untuk mencapai kinerja yang profesional.

Mengenai etika pers, dalam bukunya yang berjudul *Etika Pers Profesionalisme Dengan Nurani*, Alex Sobur mengatakan bahwa: "Etika pers adalah ilmu atau studi tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers atau dengan perkataan lain, etika pers itu berbicara tentang apa yang seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers." (Sobur, 2001: 146).

Oleh karena wartawan merupakan orang-orang yang terlibat dalam dunia pers maka wartawan dalam bekerja wajib taat kepada etika pers. Selain itu, syarat menjadi wartawan yang baik adalah wartawan yang dapat memenuhi pikiran-pikirannya sendiri mengenai kebenaran dan keadilan, dan harus menyesuaikan dirinya pada nilai-nilai tinggi yang telah dibina publik untuk dirinya. John Hohenberg dalam bukunya, *The Profesionalisme Journalist*, seperti yang dikutip oleh Rosihan Anwar (1977:1), mengemukakan empat syarat ideal untuk menjadi wartawan yang baik, yakni: (a) tidak pernah berhenti mencari kebenaran, (b) maju terus manghadapi zaman yang berubah dan jangan menunggu sampai dikuasai olehnya, (c) melaksanakan jasa-jasa yang berarti dan konsekuensinya bagi umat manusia, dan (d) memelihara kebebasan yang tetap teguh (Anwar, 1977 : 1).

Dalam bekerja wartawan tidak berdiri sendiri melainkan tergabung dalam suatu media massa baik media massa cetak maupun media massa elektronik. Dalam buku yang berjudul *Jurnalistik Indonesia menulis berita dan feature*, Haris

Sumadiria mengatakan: “Setiap bentuk media massa mempunyai ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasan itu antara lain terletak pada aspek filosofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan pengelolaan serta asumsi dampak yang ditimbulkan terhadap khalayak.” (Sumadiria: 2005, 4).

Di zamam sekarang ini perkembangan media massa begitu cepat. Dalam waktu yang tidak begitu lama setelah kebebasan pers diluncurkan, bersamaan dengan itu banyak juga insan jurnalistik karbitan yang dalam peliputan dan penulisan berita mengabaikan etika seolah-olah mereka tidak mempunyai hati nurani. Ditengah-tengah nilai-nilai permisif yang sedikit banyak dimotivasi oleh hadirnya media massa dalam kehidupan masyarakat. Tentu saja etika dan kebebebasan pers haruslah dihadapi dengan penuh tanggung jawab. Kian besar kebebasan yang dimiliki para pengelola media massa, semakin besar pula tanggung jawab mereka.

Pernyataan tersebut terlihat jelas bahwa banyaknya media-media baru yang bermunculan membutuhkan aturan yang jelas guna memberikan arah agar tidak terjadi penyimpangan yang dilakukan oleh media massa. Sehingga media massa diharapkan tunduk pada aturan pers yang berlaku dalam hal ini yaitu etika pers. Namun, setiap lembaga pers memiliki kebijakan tersendiri mengenai aturan yang berlaku dalam masing-masing media karena di Indonesia banyak sekali muncul aliansi-aliansi jurnalistik yang memiliki kebijakan tersendiri dalam mengatur bagaiman pers atau media yang baik tetapi secara umum hal tersebut masuk ke dalam etika pers.

Selain itu, media massa memiliki andil yang besar dalam mendidik wartawannya untuk menjadi wartawan yang profesional serta memiliki kinerja yang bagus. Media massa hendaknya selalu memberikan arahan kepada wartawannya agar jangan sampai melakukan pelanggaran terhadap peraturan pers yang berlaku di Indonesia sehingga pelanggaran-pelanggaran yang banyak dilakukan oleh wartawan seperti saat sekarang ini tidak akan terjadi.

Harian Umum (HU) Galamedia merupakan salah satu media massa yang ada di Kota Bandung. Harian Umum Galamedia merupakan media massa yang menekankan penerapan etika pers kepada wartawannya dalam bekerja, sebagai media massa lokal HU Galamedia memiliki prestasi yang dapat dibilang sangat baik. HU Galamedia dinilai oleh Dewan Pers sebagai salah satu dari 10 koran terbaik di Indonesia untuk tahun 2005. Predikat itu baru diumumkan pada 2006. Hal ini terjadi karena para peneliti dari Dewan Pers memerlukan waktu yang cukup banyak untuk meneliti dan mengambil kesimpulan, koran-koran mana saja yang menjadi koran terbaik. Untuk tahun 2005, Dewan Pers meneliti 86 surat kabar di Indonesia. Koran urang Bandung yang mempunyai prestasi luar biasa, yaitu meraih predikat sebagai koran terbaik di Indonesia.

Prestasi yang diraih oleh HU Galamedia tentunya tidak terlepas dari kerja keras dan sikap profesional yang dimiliki oleh wartawannya. Setiap wartawan yang bekerja di HU Galamedia dituntut untuk memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai dalam dunia jurnalistik. Selain itu, ketaatan

wartawan HU Galamedia terhadap etika pers juga mendapat perhatian yang besar dari pemimpin redaksi HU Galamedia untuk meningkatkan kinerja wartawannya.

Penerapan etika pers oleh wartawan di HU Galamedia dilakukan dengan cara menaati aturan yang ada dalam undang-undang pers yang disampaikan baik melalui media berupa majalah dinding atau papan pengumuman maupun secara langsung oleh pemimpin redaksi. Misalnya, wartawan HU Galamedia tidak diperkenankan menerima amplop dari narasumber dengan maksud agar informasi dari narasumber dimuat atau tidak dimuat, wartawan HU Galamedia juga tidak boleh memaksakan suatu informasi dari narasumber yang tidak berkenan untuk memberikan informasi kepada wartawan HU Galamedia, dalam membuat berita, wartawan HU Galamedia harus menulis berita berdasarkan fakta yang terjadi bukan suatu kebohongan atau rekayasa dari wartawan, penulisan berita oleh wartawan HU Galamedia harus sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku di Indonesia, dan masih banyak lagi contoh-contoh penerapan etika pers yang terjadi di HU Galamedia.

Pesan penerapan etika pers diberikan kepada wartawan pada saat wartawan tersebut diterima bekerja di HU Galamedia, dimana pemimpin redaksi HU Galamedia secara langsung/personal memberikan peringatan agar wartawan menerapkan etika pers dalam bekerja. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana kinerja seorang wartawan, di HU Galamedia wartawan akan diberikan pelatihan dan masa percobaan selama satu tahun. Hal ini ditujukan untuk menilai kemampuan, keterampilan, dan sikap wartawan HU Galamedia yang akhirnya

akan menentukan kinerja dari wartawan yang tujuannya untuk mencapai tujuan organisasi HU Galamedia.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut: **"Sejauhmana Efektivitas Penerapan Etika Pers Terhadap Kinerja Wartawan Di HU Galamedia Bandung?"**

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk memberi arah pada penelitian ini, maka peneliti menyusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana **kredibilitas komunikator** pada penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung?
2. Sejauhmana **daya tarik komunikator** pada penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung?
3. Sejauhmana **pesan** pada penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung?
4. Sejauhmana efektivitas penerapan etika pers terhadap **individu** wartawan di HU Galamedia Bandung?
5. Sejauhmana efektivitas penerapan etika pers terhadap **psikologi** wartawan di HU Galamedia Bandung?
6. Sejauhmana **efektivitas penerapan** etika pers terhadap **kinerja** wartawan di HU Galamedia Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengukur, menjelaskan, dan menganalisa efektivitas penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung.

1.3.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui **kredibilitas komunikator** pada penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung.
2. Untuk mengetahui **daya tarik komunikator** pada penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung
3. Untuk mengetahui **pesan** pada penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung.
4. Untuk mengetahui efektivitas penerapan etika pers terhadap **Individu** wartawan di HU Galamedia Bandung.
5. Untuk mengetahui efektivitas penerapan etika pers terhadap **psikologi** wartawan di HU Galamedia Bandung.
6. Untuk mengetahui **efektivitas penerapan** etika pers terhadap **kinerja** wartawan di HU Galamedia Bandung.

1.4 kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan hasil penelitian ini secara teoritis dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan Ilmu Jurnalistik pada khususnya terhadap penerapan-penerapan teori komunikasi dalam memecahkan masalah yang ada pada objek penelitian yang berhubungan dengan dunia Ilmu Komunikasi dan Ilmu Jurnalistik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Membantu memecahkan masalah yang ada pada objek yang akan diteliti.

a. Peneliti

   Penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai pengalaman dalam mengaplikasikan teori komunikasi dan model komunikasi yang telah dipelajari untuk mencoba menganalisa fakta, gejala dan peristiwa yang terjadi kemudian ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan peneliti dalam bidang komunikasi terutama mengenai penerapan etika pers oleh wartawan untuk menghasilkan suatu kinerja yang berkualitas.

b. Program Studi Ilmu Komunikasi

   Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai penerapan etika pers oleh wartawan dalam mencari berita serta mampu

memberikan konstribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi khususnya ilmu jurnalistik di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) Program Studi Ilmu Komunikasi dan sebagai masukan informasi yang lebih jelas bagi peneliti selanjutnya yang ada hubungannya dengan masalah ini.

c. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pemikiran mengenai bagaimana penerapan etika pers yang tepat dengan kaidah jurnalisme sehingga dapat menumbuhkan kinerja yang lebih baik dalam bekerja.

1.5 Kerangka pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dua variabel yaitu efektivitas sebagai variabel X dan kinerja sebagai variabel Y. Dimana efektif memiliki arti berhasil/tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas.

Menurut Haryani, komunikasi yang efektif mempunyai faktor-faktor yang terdiri dari komunikator yaitu kredibilitas komunikator dan daya tarik komunikator dan pesan yang disampaikan kepada komunikan (Haryani, 2001: 26-28). Untuk mengangkat indikator dari penelitian ini, peneliti menggunakan kredibilitas komunikator, daya tarik komunikator dan pesan pada variabel

efektivitas. Dimana kredibilitas disebut juga dengan *ethos*. Hovland dan Weiss menyebut *ethos* ini *credibility* yang terdiri dari dua unsur: *Expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya), sedangkan daya tarik komunikator terjadi karena penampilan fisik, gaya bicara, sifat pribadi, keakraban, kesamaan, kinerja, keterampilan komunikator dan perilakunya serta pesan adalah informasi yang disampaikan oleh seseorang. Pesan dapat verbal maupun non verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas disesuaikan dengan bentuk pesan, teknik penyampaian pesan, dan sifat pesan.

Untuk variabel Y peneliti mengambil indikator yaitu individu dan psikologi. Indikator tersebut diambil berdasarkan teori yang menjadi acuan pada penelitian ini yaitu teori kinerja Gibson (Gibson, 1996: 124) yang menyatakan bahwa terdapat tiga kelompok yang mempengaruhi kinerja yaitu:

1. Variabel Individu

   Terdiri dari kemampuan, keterampilan, latar belakang, dan demografis. Kemampuan dan keterampilam merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku dan kinerja individu. Demografis terdiri dari umur, etnis, dan jenis kelamin mempunyai hubungan langsung dengan perilaku dan kinerja. Latar belakang terdiri dari keluarga, tingkat sosial dan pengalaman.

2. Variabel Organisasi

   Terdiri dari sumber daya, kepemimpinan, imbalan, struktur dan desain.

3. Variabel Psikologi

   Terdiri dari persepsi, sikap, kepribadian, belajar dan motivasi. Banyak dipengaruhi oleh keluarga, tingkat sosial, pengalaman kerja sebelumnya dan variabel demografis.

Teori kinerja yang dikemukan oleh Gibson erat kaitannya dengan pembentukan sikap kerja karyawan yang pada akhirnya akan membentuk kinerja karyawan secara personel.

Adapun faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja menurut A.A Anwar Prabu Mangku Negara adalah faktor kemampuan yang meliputi kemampuan potensi dan kemampuan reality atau *knowledge*/*skill*. Selain itu, ada juga kemampuan motivasi yaitu terbentuk dari sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi (Mangku Negara, 2006:67).

Menurut Notoatmojo bahwa kinerja tergantung pada kemampuan pembawaan (*ability*), kemampuan yang dapat dikembangkan (*capacity*). Bantuan untuk terwujudnya perfomance, insentif materi maupun non materi (*incentive*), lingkungan (*environment*), dan evaluasi (*evaluation*). kinerja dipengaruhi oleh kualitas fisik individu (keterampilan dan kemampuan, pendidikan dan keserasian), lingkungan (termasuk insentif dan noninsentif) dan teknologi.

Dari hal tersebut maka kinerja seorang karyawan sangat dipengaruhi oleh kemampuan yang dimilki karyawan secara individu, sikap dan motivasi yang mendorong seorang karyawan untuk memiliki kinerja yang lebih baik.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini peneliti ingin melihat sejauhmana efektivitas penerapan etika pers terhadap kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Efektivitas sebagai variabel X dan Kinerja sebagai variabel Y. Sebagai konsep dalam penelitian ini menjelaskan Variabel X yang meliputi tiga hal yaitu kredibilitas komunikator, daya tarik komunikator, dan pesan. Sedangkan variabel Y yang meliputi individu, organisasi dan psikologi.

Seperti yang telah dikemukakan dalam kerangka teoritis mengenai pengertian efektivitas yang dikemukakan oleh Haryani yang terdiri dari tiga aspek yang akan peneliti terapkan dalam penelitian ini. Kredibilitas komunikator yaitu keahlian dari pemimpin redaksi HU Galamedia sebagai komunikator penerapan etika pers serta pemimpin redaksi HU Galamedia dapat dipercaya mengenai apa yang ia sampaikan kepada wartawannya. Keahlian dan dapat dipercaya merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh pemimpin redaksi HU Galamedia untuk dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Selain itu, daya tarik pemimpin redaksi HU Galamedia sebagai

seorang komunikator juga menjadi hal yang penting sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan oleh wartawan.

Sedangkan variabel Y berdasarkan teori kinerja Gibson dapat diaplikasikan sebagai berikut:

1. Variabel Individu

   Yaitu wartawan HU Galamedia, kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki oleh wartawan HU Galamedia menentukan bagaimana kinerja dari wartawan yang bersangkutan. Kemampuan dan ketrampilan tersebut akan mempengaruhi kualitas kerja, kuantitas kerja, dan prestasi kerja wartawan HU Galamedia. Setiap wartawan di HU Galamedia memiliki kemampuan dan keterampilan yang berbeda-beda yang menentukan kinerja masing-masing wartawan yang bersangkutan. Selain itu, latar belakang wartawan HU Galamedia yang terdiri dari umur, etnis, dan jenis kelamin mempunyai hubungan langsung dengan perilaku dan kinerja wartawan HU Galamedia. Latar belakang terdiri dari keluarga, tingkat sosial dan pengalaman. Hal ini menyebabkan faktor individu memiliki pengaruh dalam menentukan kinerja seorang wartawan di HU Galamedia.

2. Variabel Organisasi

   Dalam hal ini yaitu HU Galamedia, sumber daya dan kepemimpinan yang ada di HU Galamedia akan menentukan kinerja dari wartawannya. Hal ini terlihat dengan adanya aturan yang jelas mengenai penerapan

etika pers yang harus dilakukan oleh wartawan HU Galamedia dalam bekerja, pemberian sangsi yang tegas bagi wartawan yang melanggar aturan tersebut sehingga wartawan HU Galamedia dalam bekerja selalu berusaha untuk taat pada aturan dan berusaha bekerja secara maksimal sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Selain itu, HU galamedia juga memberikan imbalan kepada wartawannya atas prestasi kerja yang telah dicapai, ini merupakan salah satu cara HU Galamedia untuk mendorong agar wartawannya selalu mengupayakan kinerja yang bagus.

3. Variabel Psikologi

   Yaitu persepsi wartawan HU Galamedia terhadap penerapan etika pers, sikap wartawan HU Galamedia pada kondisi kerja yang dihadapi, kepribadian, belajar dan motivasi yang dimiliki oleh wartawan HU Galamedia untuk meningkatkan kinerjanya. Biasanya hal ini banyak dipengaruhi oleh keluarga, tingkat sosial, pengalaman kerja sebelumnya dan variabel demografis.

Ketiga hal tersebut di atas akan mempengaruhi perilaku kerja wartawan yang pada akhirnya berpengaruh pada kerja personel wartawan.

1.6 Operasionalisasi variabel

Setiap penelitian dibutuhkan adanya variabel-variabel yang masih berbentuk konsep abstrak agar didapat suatu bentuk yang lebih nyata. Proses tersebut dinamakan operasionalisasi variabel, adapun operasionalisasi variabel dari penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Operasionalisasi Variabel

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ALAT UKUR
1	Variabel X Efektivitas	1. Kredibilitas Komunikator	– Keahlian – Dapat dipercaya
		2. DayaTarik Komunikator	– Penampilan Fisik – Gaya bicara – Keakraban – Kesamaan
		3. Pesan	– Bentuk Pesan – Sifat Pesan
2.	Variabel Y Kinerja	1. Individu	– Kemampuan – Keterampilan
		2. Psikologi	– Persepsi – Sikap – Kepribadian – Motivasi

Sumber: Analisis Peneliti, 2010

I.7 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara dan masih harus dibuktikan kebenarannya (Arikunto, 1995:121). Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Jika penerapan etika pers baik, maka kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung juga baik.

Ho : Jika penerapan etika pers tidak baik, maka kinerja wartawan di HU Galamedia Bandung juga tidak baik.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan teknik analisis deskriptif.

Pendekatan kuantitatif yaitu mementingkan variabel-variabel sebagai objek penelitian dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi variabel masing-masing. Reliabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini karena kedua elemen tersebut akan menentukan kualitas hasil penelitian.

Metode survei dengan teknik analisis deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan peristiwa yang telah atau sedang terjadi. Berkaitan dengan hal itu, Winarno Surakhmad mengatakan: “Penyelidik deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang yang mencakup berbagai teknik di antaranya adalah penyelidik yang menuturkan, menganalisis, dan mengklasifikasikan“ (Surakhmad, 1982: 13).

1.9 Populasi dan Sampel

1.9.1 Populasi

Nawawi (1985:141) menyebutkan bahwa, "populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, diketahui bahwa jumlah wartawan HU Galamedia Bandung berjumlah 26 wartawan dengan nama-nama sebagai berikut :

Tabel 1.2
Nama-nama Wartawan HU Galamedia Bandung

NO	NAMA
1	Agus Hermawan
2	Andri Ridwan M
3	Anwar Januar M
4	Briliant Awal
5	Cucu Sumiati
6	Dadang Setiawan
7	Deni Kusmawan
8	Deni Sahbudin
9	Dicky Mawardi
10	Eli Kurniawati
11	Elli Siti Walsiah
12	Endan Suhendra
13	Engkos Kosasih
14	H. Abdullah Rochim
15	Imam Cahyadi
16	Kiki Kurnia
17	Laksmi Srisundari
18	Lucky Mochammad L
19	R. Achmad Mirza
20	R. Ris Imantoro
21	Remi Suryadi
22	Rini Rosliani
23	Rosyad Abdullah
24	Tri Widiyantie
25	Ude Dede Gunadi
26	Yeni Siti Apriani

Sumber : HU Galamedia Bandung, April 2010

1.9.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang

diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik pengambilan seluruh sampel penelitian atau total sampling. Hal ini sesuai dengan pendapat Dr. Suharsimi Arikunto, bahwa bila subjek kurang dari 100 orang lebih baik diambil dari semua. Sehingga metode penelitian menggunakan metode sensus. Pengambilan sampel yang dimaksud dengan sensus adalah mengambil semua populasi untuk dijadikan sampel (Singarimbun, 1995:114).

Sehingga dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah seluruh wartawan HU Galamedia yang berjumlah 26 orang.

1.10 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

1 . Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tetulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, angket juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang

luas. Angket dapat berupa pertanyaan tertutup atau pernyataan terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Pada penelitian ini angket diberikan kepada wartawan HU Galamedia Bandung.

2. Wawancara

   Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstuktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan kepala bagian Litbang redaksi HU Galamedia Bandung.

3. Studi Kepustakaan

   Menurut J. Supranto seperti yang dikutip Ruslan dalam bukunya Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi, bahwa studi kepustakaan adalah dilakukan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia diperpustakaan (Ruslan, 2004:31). Studi kepustakaan digunakan untuk mempelajari sumber bacaan yang dapat memberikan informasi yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti.

4. Internet *Searching*

   Internet sebagai salah satu hasil dari kemajuan dunia teknologi, kini sudah menjadi pusat data dan informasi yang penting dalam rangka melakukan riset, khusus bidang komunikasi. Salah satu fungsi utama internet adalah WWW (*World Wide Web*) (Umar, 2002: 91).

1.11 Teknik Analisa Data

Setelah memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisa data sebagai berikut:

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data sesuai dengan jenisnya.
3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas pada angket yang telah disebar sebelumnya, valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas menunjukan pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu.
4. Data dimasukan kedalam *cooding book* (buku koding) dan *cooding sheet* (lembaran koding).
5. Mentabulasikan data yaitu menyajikan data dalam sebuah tabel (tabel induk kemudian kedalam tabel tunggal) sesuai tujuan analisis data.

6. Data yang ditabulasi, dianalisis dengan koefisien korelasi. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara memindahkan data kuantitatif, dengan cara pemberian skors atas pilihan yang diberikan oleh setiap responden. pemberian skors tersebut dimaksudkan untuk memindahkan data kuantitatif yang berupa jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket ke dalam nilai-nilai kuantitatif.

Untuk mengolah data, peneliti menggunakan program SPSS (*Stastitical Product and Service Solution*) yang merupakan program komputer. untuk menganalisa hubungan variabel X dan Variabel Y dapat menggunakan Teknik analisis Korelasi *Rank Spearman* dengan rumus sebagai berikut:

$$rs = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Sumber: (Sarwono, 2006: 107)

Dimana : $\sum di^2 - \sum [r(xi) - r(yi)]^2$

Keterangan :

Rs : korelasi *Rank Spearman*

di : Selisih antara dua ranking

n : Jumlah sampel

X : Efektivitas Penerapan etika pers

Y : Kinerja Wartawan

r(Xi) : Rank pada X pada data ke-i

r(Yi) : Rank pada Y pada data ke-i

Namun, dalam penelitian ini untuk menganalisa korelasi antara variabel X dan Variabel Y, peneliti menggunakan program SPSS 12.0. Sedangkan untuk menganalisa adanya pengaruh atau hubungan menggunakan koefisien determinasi (KD) antara variabel X dan Variabel Y dengan rumus:

$$KD = rs^2 \times 100\%$$

Sumber: (Sarwono, 2005: 43)

Keterangan :

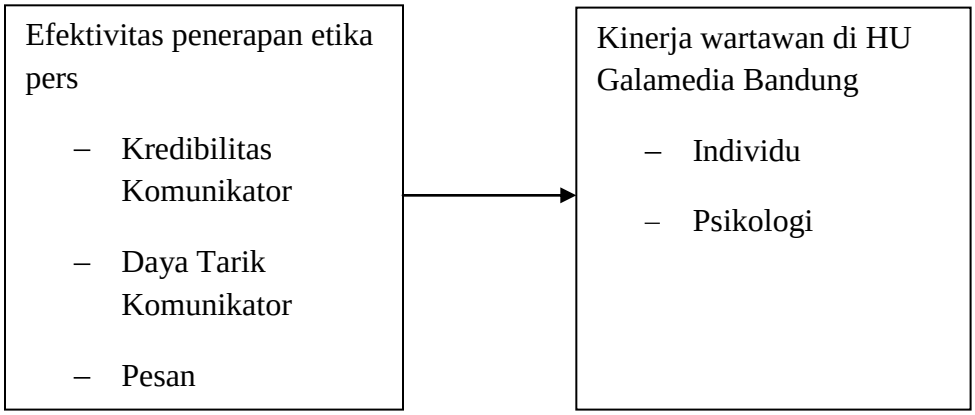
KD : Koefisien Determinasi

rs : Hasil Korelasi *Rank spearman*

1.12 Model Penelitian

Model penelitian diperlukan dalam suatu penelitian yaitu sebagai gambaran dalam menghubungkan antara variabel yang ada dengan masalah penelitian. Maka dari itu model penelitian dibuat dengan maksud mempermudah peneliti dalam menjelaskan hubungan antara variabel yang ada. Model dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1
Model Penelitian



Sumber: Analisis Peneliti, 2010

1.13 Tempat dan Waktu Penelitian

1.13.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di kantor redaksi HU Galamedia Jln. Blk. Factory No. 2B Bandung 40111 Jawa Barat . Telp. (022) 70085406, Fax (022) 4205262, *e-mail: surga.galamedia@gmail.com*

1.13.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret hingga Juli 2010. Ada pun jadwal penelitian adalah sebagai berikut:

1.14 Sistematika Penelitian

Dalam usaha untuk memberikan gambaran secara sistematis, peneliti membagi susunan penelitian ini ke dalam 5 bab yaitu:

1. **Bab 1 Pendahuluan**

   Berisikan tentang penjelasan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, operasionalisasi variabel, metode penelitian, hipotesis, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, model penelitian, tempat dan waktu penelitian, serta sistematika penelitian.

2. **Bab II Tinjauan Pustaka**

   Berisikan tinjauan teoritis tentang komunikasi, komunikasi massa, surat kabar, komunikasi interpersonal, jurnalistik, etika profesi, etika pers, teori kinerja Gibson, efektivitas, kinerja, dan wartawan

3. **Bab III Objek Penelitian**

   Berisikan sejarah HU Galamedia dan wartawan di HU Galamedia.

4. **Bab IV Hasil Penelitian**

   Berisikan hasil dari analisis kuantitatif data reseponden, mengolah dan menguraikan permasalahan yang diteliti yaitu berupa penyajian dan penyusunan data-data yang telah diterima oleh peneliti.

5. **Bab V Kesimpulan dan Saran**

   Berisikan tentang kesimpulan keseluruhan isi penelitian dan saran-saran bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya.