

KARYA ILMIAH

**EFEKTIFITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL
DALAM PENINGKATAN MOTIVASI KERJA**

**OLEH
SYAFRIZALDI, S.Psi, M.Psi.**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN 2009**

KARYA ILMIAH

**EFEKTIFITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL
DALAM PENINGKATAN MOTIVASI KERJA**

**OLEH
SYAFRIZALDI, S.Psi, M.Psi.**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN 2009**

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur kita sampaikan kehadirat Allah SWT atas segala karunia nikmat_Nya penulis dapat menulis serta menuangkan pikiran dalam karya ilmiah ini.

Tulisan merupakan sebuah konsep pemikiran yang ditulis berdasarkan berbagai sumber yang penulis dapatkan baik dari observasi maupun dari literatur teori yang penulis baca. Juga kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tulisan ini yang memberikan dorongan serta masukan yang beratri dalam upaya penyempurnaan penulisan ini, untuk itu penulis ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya. Sehingga pada akhirnya penulis bisa membuat karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa apa yang telah dipaparkan dalam tulisan ini masih belum sempurna sebagaimana yang diharapkan . Untuk itu penulis menyampaikan dengan segala kerendahan hati menerima berbagai kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca guna menambah pemahaman dan referensi bersama khususnya bagi penulis sendiri.

Medan, Desember 2009

Penulis.

DAFTAR ISI



BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penulisan	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
A. Motivasi Kerja	9
1. Pengertian Motivasi Kerja	9
2. Jenis-jenis Motivasi kerja	11
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja	13
4. Aspek Motivasi Kerja	15
B. Komunikasi Interpersonal	17
1. Pengertian Komunikasi Interpersonal	17
2. Tujuan Komunikasi Interpersonal	22
3. Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Komunikasi Interpersonal	24
4. Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal	28
5. Fungsi Komunikasi Interpersonal	30
6. Ciri-ciri Komuniksi Interpersonal	30
7. Kebutuhan Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi	32

BAB III	36
PEMBAHASAN	36
BAB IV	40
KESIMPULAN	40
Daftra Pustaka	iv

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia kerja, banyak terjadi masalah yang berhubungan dengan proses pencapaian tujuan yang telah dirumuskan oleh sebuah industri yang terorganisasi. Seiring terjadi bahwa antara harapan yang diharapkan organisasi perusahaan dalam hal peningkatan produksi baik berupa barang atau jasa mengalami ketidak sesuaian dengan kinerja yang ditampilkan individu yang bekerja pada organisasi perusahaan tersebut.

Dalam kerangka inilah pengembangan sumber daya manusia menjadi penting artinya bagi perusahaan, sebuah perusahaan harus dapat secara cepat merencanakan kegiatan yang akan dilakukan oleh para karyawannya, pengadaan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan perusahaan, penempatan, pelaksanaan pendidikan, pelatihan, dan penambahan karyawan, dan lain-lainnya. Dengan demikian diharapkan perusahaan mempunyai tenaga yang terampil, mempunyai kinerja, produktifitas karyawan meningkat, selain itu diharapkan karyawan mempunyai komitmen yang tinggi pada organisasi, dan pada akhirnya berdampak positif pada perkembangan organisasi secara keseluruhan.

Untuk mengembalikan semangat kerja serta loyalitas yang ada pada diri karyawan, diperlukan sebuah langkah yang tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan motivasi kepada karyawan. Motivasi yang baik dilakukan oleh pimpinan

akan dapat membejangkitkan kembali kebergairahan karyawan untuk bekerja sebaik-baiknya. Motivasi merupakan sesuatu yang dapat hilang dan bangkit kembali dalam diri seseorang. Kekuatan motivasi akan dapat menggerakkan segala potensi yang ada dalam diri individu untuk melakukan sesuatu. Menurut Suryabrata (1982) merupakan suatu keadaan dari kondisi psikis yang dapat mendorong individu untuk melakukan suatu aktifitas tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Dari defenisi yang diutarakan diatas telah dapat kita mengatakan bahwa motivasi adalah sebuah kondisi yang mendorong seseorang untuk dapat melakukan aktifitas dan mencapai tujuan tertentu. Sesuai dengan kondisi dan keadaannya pun motivasi dapat muncul akibat dari lingkungan sekitar atau berbagai stimulus atau rangsangan yang dihadapi individu.

Di sebuah lingkungan perusahaan yang merupakan tempat berkumpulnya sejumlah orang untuk melakukan pekerjaan sesuatu dengan yang diharapkan juga sudah tentu mengalami masalah yang berkaitan dengan problem psikis yang namanya motivasi. Para pimpinan dalam hal ini terus mencari jalan bagaimana menjadikan karyawan bekerja dengan giat, melakukan pekerjaan dengan sebaik mungkin dan hasil yang terbaik bagi perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pimpinan adalah memberikan motivasi yang sesuai dengan kondisi karyawan tersebut. Pemberian motivasi juga harus melihat kondisi yang ada, karena jika salah memberikan motivasi, maka apa yang diharapkan tidak akan dapat terwujud.

Motivasi kerja yang baik yang ditampilkan karyawan akan berdampak positif terhadap peningkatan produktifitas perusahaan. Motivasi diartikan sebagai adalah

sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja, oleh sebab itu motivasi kerja dalam psikologi biasanya disebut sebagai sesuatu yang menimbulkan semangat kerja. Kuat dan lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya prestasi yang dicapai (Anoraga, 1992).

Betapa pentingnya motivasi kerja pada karyawan untuk sebuah hasil yang baik agar dapat dicapai. Mempertahankan motivasi kerja agar dapat tetap ada pada setiap karyawan merupakan sebuah hal yang harus dilakukan. Jika tidak, maka sudah barang tentu adanya kondisi yang tidak menguntungkan dirasakan oleh pihak manajemen. Dimana karyawan merupakan sumber daya manusia yang merupakan asset perusahaan bagi pembangunan dan pengembangan perusahaan harus tetap mendapatkan perhatian yang baik oleh pihak manajemen.

Dalam upaya memelihara sumber daya manusia diperlukannya sebuah langkah bagaimana memberikan motivasi yang dapat memperbaiki kinerja, mempertahankan mutu, dan meningkatkan produktifitas karyawan. Hal tersebut menciptakan proses komunikasi yang dapat menggiring karyawan kepada sebuah pemaknaan dari pesan-pesan atau kesan-kesan yang disampaikan pimpinan terhadap bawahan

Permasalahan yang sering terjadi dalam dunia kerja adalah seorang atasan atau manajer selalu menggunakan kekuasaannya untuk dapat menekan dan memaksa karyawan bekerja dengan baik. Namun atasan atau manajer tersebut tidak mencoba mencari tahu mengapa hal ini, hal itu bisa terjadi pada diri seorang karyawan. Padahal, jika manajer dapat lebih membuka suasana yang komunikatif, hal ini akan

menjawab persoalan yang sedang dihadapi karyawan dan akan meningkatkan kinerja karyawan karena merasa bahwa, manajemen memiliki perhatian kepada setiap karyawan.

Ada kalanya, sesuatu permasalahan diselesaikan dengan cara yang sangat prosedur, dan ada juga suatu permasalahan dapat diselesaikan dengan pendekatan yang lebih arif dan bijaksana. Salah satunya dengan menggunakan konsep komunikasi. Komunikasi dibangun dalam suasana komunikatif tentunya akan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengutarakan perasaan, pandangan, pemikirannya sebagai suatu yang dibutuhkan juga oleh manajemen. Dengan demikian akan terbangun sebuah hubungan yang baik antara atasan dan bawahan, dan akan menciptakan suasana yang bersahaja untuk karyawan.

. Dengan komunikasi yang dibangun oleh manajemen kepada karyawan merupakan langkah yang persuasif dalam memecahkan persoalan yang terjadi. Komunikasi, merupakan kebutuhan manusia untuk dapat berinteraksi dengan orang lain. Tidak ada manusia yang dapat bertahan tanpa komunikasi. Komunikasi dapat diartikan sebagai perpindahan makna diantara satu orang ke orang lain, informasi dan gagasan dapat dihantarkan (Robbins, 2003). Dengan komunikasi, antara manajer dengan karyawan dapat menghasilkan sebuah pemahaman dan pengertian serta pemaknaan bersama terhadap suatu masalah yang dihadapi.

Jika kita melihat dari sisi komunikasi, biasanya komunikasi yang terjadi dapat berupa komunikasi antara satu individu dengan individu yang lain atau yang biasa disebut sebagai komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi

massa. Dalam hal ini kita akan memfokuskan komunikasi dalam wilayah komunikasi interpersonal yang merupakan sebuah komunikasi yang sangat lazim dan sering dilakukan dalam individu berinteraksi dengan individu yang lainnya. Saling melakukan pertukaran informasi dan pesan di dalam komunikasi tersebut.

Menurut Keith dan Liliweri 1991, komunikasi interpersonal adalah suatu cara untuk menjangkau orang lain dengan gagasan atau ide-ide, fakta-fakta, pikiran-pikiran, perasaan, dan nilai sebagai jembatan yang sangat berarti bagi manusia. Jadi dengan komunikasi interpersonal dapat diketahui dan dipahami perasaan bersama.

Perusahaan merupakan bentuk organisasi yang memiliki struktur tugas dari system manajemen yang ada. Merupakan sebuah system yang kompleks, sehingga interaksi yang dilakukan juga sedemikian kompleks pula. Proses yang terjadi di dalam sebuah perusahaan merupakan faktor penentu dalam mencapai sebuah organisasi yang efektif, berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu proses yang terjadi dalam lingkup perusahaan adalah proses komunikasi. Di dalam perusahaan terjadi pertukaran informasi, gagasan, dan pengalaman. Perlu diingat bahwa kesemua hal tersebut merupakan sebuah proses dari komunikasi yang terjadi, maka kita perlu melihat peran dari komunikasi itu amatlah penting menjadi perhatian serius.

Dalam pengelolaan sumber daya manusia yang ada dalam sebuah perusahaan, sangat banyak terdapat fenomena dan dinamika yang terjadi di dalamnya. Mulai dari hal yang bersifat formal atau pun nonformal. Formal dalam artian bahwa masalah tersebut menyentuh wilayah pekerjaan dan menyangkut produktifitas. Sedangkan

nonformal dalam hal ini berupa permasalahan yang dialami sendiri oleh karyawan yang sifatnya individual dan pribadi.

Manajemen dalam hal ini sebagai penentu kebijakan yang akan dijalankan oleh seluruh karyawan sudah semestinya memiliki kepekaan dalam melihat situasi yang terjadi di lingkungan kerja. Kecermatan manajemen dalam hal membaca situasi yang berkembang di lingkungan kerja akan memberikan sebuah jalan keluar dari sebuah permasalahan yang diprediksi akan terjadi dalam situasi tertentu.

Individu di dalam kehidupan sehari-hari berkomunikasi. Jika kita menilik apa yang dikatakan oleh Robbins, adanya perpindahan makna diantara satu orang ke orang lain, dimana sebuah informasi ataupun berupa tanggapan dan ide disampaikan kepada orang lain. Artinya seorang individu tidak terlepas dari hubungan dengan individu yang lainnya, sudah pasti memerlukan orang lain dan membentuk sebuah kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi satu sama lainnya. Dengan adanya komunikasi diantara individu terjalinlah sebuah pemaknaan dari maksud yang diutarakan diantara individu yang berkomunikasi, dan saling melakukan pertukaran makna diantaranya.

Proses komunikasi yang begitu dinamis dapat menimbulkan berbagai masalah yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan dari sebuah perusahaan terlebih lagi ketika terjadi salah paham dan konflik internal dan antar individu didalamnya. Jika terjadi hal tersebut, maka diperlukannya komunikasi yang dapat menyatukan perbedaan menjadi akar dari konflik atau salah paham tersebut.

. Aktifitas komunikasi yang berlangsung di perusahaan senantiasa disertai dengan tujuan yang ingin dicapai. Budaya komunikasi dalam konteks komunikasi perusahaan harus dilihat dari berbagai sisi. Sisi pertama adalah komunikasi antara atasan kepada bawahan. Sisi kedua antara pegawai yang satu dengan pegawai yang lain. Sisi ketiga adalah antara pegawai kepada atasan. Masing-masing komunikasi tersebut mempunyai polanya masing-masing. Diantara kedua belah pihak harus ada *two-way-communications* atau komunikasi dua arah atau komunikasi timbal-balik, untuk itu diperlukannya kerja sama yang diharapkan untuk mencapai cita-cita pribadi, maupun kelompok, untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan.

Komunikasi merupakan sarana untuk mengadakan hubungan antara berbagai bidang yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya komunikasi terjalin lah sebuah kerjasama yang sinergi antara bidang-bidang yang ada dalam menjalankan kinerjanya. Dalam hal komunikasi yang terjadi antara pegawai, kompetensi, komunikasi yang baik akan mampu memperolah dan mengembangkan tugas yang diembannya tingkat kinerja suatu perusahaan menjadi semakin baik. Dan sebaliknya, apabila terjadi komunikasi yang buruk akibat tidak terjalinnya hubungan yang baik, sikap yang otoriter atau acuh, perbedaan pendapat atau konflik yang berkepanjangan, dan sebagainya, dapat berdampak pada hasil kerja yang tidak maksimal.

Arus pertukaran informasi yang terjadi dan proses belajar di perusahaan akibat dari interaksi dilakukan melalui komunikasi. Berbagai informasi penting yang didapat dari segala sumber bias saja menjadi inspirasi dan masukan yang dapat menjadi sebuah hal yang dapat menciptakan produktifitas perusahaan yang baik.

Kesemuanya merupakan sebuah proses komunikasi yang terjadi dalam arus kerja dalam sebuah perusahaan.

Menurut Tan (dalam Liliweri, 1991) bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung. Selanjutnya

Sudah dapat dilihat bahwa tidak ada sebuah perusahaan yang menjalankan bisnisnya tanpa melibatkan proses komunikasi interpersonal dalam hal pengelolaan perusahaan tersebut. Dengan adanya komunikasi interpersonal akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan produktifitas karyawan maupun perusahaan.

B. Tujuan Penulisan

Untuk mengkaji secara toeritis bahwa adanya efektifitas komunikasi interpersonal dalam meningkatkan motivasi kerja.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Motivasi Kerja

1. Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi, berasal dari kata motif yang artinya adalah suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat atau melakukan tindakan tertentu (Mertin Handoko, 1992). Motif yang berarti alasan atau dorongan dalam hal ini merupakan proses psikologis yang terjadi pada diri individu ketika mendapatkan stimulus baik dari internal maupun eksternal, seperti rasa lapar yang mengarahkan individu untuk segera mengambil makanan dan memakannya.

Sedangkan motivasi sendiri dinyatakan bahwa motivasi mewakili proses-proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, diarahkannya, dan terjadinya persistensi kegiatan-kegiatan suka rela (*volunteer*) yang diarahkan kearah tujuan tertentu. Dengan adanya motivasi dalam diri individu maka akan berdampak bahwa individu akan merasa apa yang dilakukannya merupakan kebutuhan dan harus dilakukan tanpa ada perasaan terpaksa. Sebagaimana yang dikatakan oleh Bernard dan Stainer, (dalam Sinunang, 2000) motivasi adalah keadaan jiwa dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberikan kepuasan atau mengurangi ketidak seimbangan.

Motivasi kerja adalah sebuah kondisi psikis dimana seseorang merasa terdorong untuk melakukan sesuatu. Menurut Suryabrata (1982) merupakan suatu

keadaan dari kondisi psikis yang dapat mendorong individu untuk melakukan suatu aktifitas tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan akibat dari interaksi individu dan situasi. Motivasi sebagai proses yang ikut menentukan intensitas, arah, dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran (Robbins, 2003).

Lebih lanjut Robbins, (2003), mengatakan bahwa ada tiga unsure kunci dalam definisi motivasi tersebut antara lain intensitas, arah, dan berlangsung lama. Intensitas terkait dengan seberapa keras seseorang berusaha. Ini adalah unsur yang mendapat perhatian paling besar dari motivasi. Akan tetapi intensitas yang tinggi kemungkinan tidak akan menghasilkan kinerja yang diinginkan jika upaya itu tidak disalurkan kearah yang menguntungkan organisasi. Motivasi memiliki dimensi berlangsung lama, berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya.

Sastrohadiwiry (2001) mengemukakan bahwa motivasi kerja adalah suatu perasaan, kehendak atau keinginan yang ada dalam diri individu untuk berperilaku dan bertindak sehingga tercapai tujuan yang diinginkannya. Selanjutnya Schermerhorn (dalam Winardi, 2001) menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan untuk bekerja, untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang terdapat pada diri seorang individu, yang menjadikan penyebab timbulnya tingkat, arah, dan persistensi upaya yang dilaksanakannya dalam hal bekerja.

Motivasi kerja dapat menciptakan sebuah semangat untuk melakukan pekerjaan tanpa merasakan bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan beban bagi individu tersebut. Menurut As'ad (1991) bahwa motivasi kerja adalah dorongan yang kuat untuk bekerja pada hari-hari kerja. Sedangkan Mc Gregor (dalam Wexley dan Yulk,

1997) menyebutkan bahwa motivasi kerja merupakan tenaga pendorong penting yang menyebabkan manusia bersedia bekerja secara baik dan bersemangat.

Dari uraian diatas, jelaslah terlihat bahwa betapa pentingnya motivasi kerja dalam dunia perusahaan yang sangat memerlukan sumber daya manusia yang giat dan bersemangat untuk bekerja, sehingga produktifitas perusahaan dapat meningkat. Menciptakan atau membangkitkan kembali motivasi kerja para karyawan merupakan pekerjaan rutinnya para pimpinan dalam hal mempertahankan motivasi kerja yang baik dan meningkatkan motivasi karyawan yang rendah, agar tujuan yang diharapkan perusahaan tercapai.

2. Jenis-jenis Motivasi kerja.

Barnar (1980) ,memberikan gambaran mengenai beberapa motivasi yang mungkin timbul apabila seseorang bekerja antara lain yaitu;

- a. dorongan untuk memperoleh nilai material uang atau barang
- b. dorongan untuk mendapatkan kesempatan memperoleh kehormatan, prestise dan kuasa perseorangan.
- c. Dorongan karena adanya rasa kebanggaan akan pekerjaan baik berupa jasa pekerjaan untuk keluarga dan masyarakat maupun nilai keagamaannya.
- d. Dorongan untuk mendapatkan kesenangan perseorangan dan kepuasan dalam hubungan-hubungan sosial seperti organisasi.
- e. Dorongan akan adanya penyesuaian dengan kebiasaan dan sikapnya dengan aturan-aturan dan pola norma serta perilaku dari organisasi.

- f. Kebutuhan akan adanya perasaan turut serta dalam sebagian besar kejadian yang penting.

Sedangkan Hill (1988) membagi motivasi kerja dalam beberapa jenis:

- a. Motivasi untuk memperoleh rasa aman (*motive for security*).
- b. Motivasi yang berhubungan dengan diri yang sehat, terlepas dari berbagai tekanan (*fair adjustment of grievances*).
- c. Motif yang bersumber dari kondisi kerja (*working conditions*)
- d. Motif yang berhubungan dengan kenaikan jabatan (*promotion*)
- e. Kebutuhan yang berhubungan dengan pengawasan (*supervision*).

Menurut Wexley dan Yulk (1997) ada tiga teori motivasi kerja yaitu;

- a. *Content Theory* ; teori ini menekankan arti pentingnya faktor-faktor yang ada di dalam individu yang menyebabkan mereka bertingkah laku tertentu. Teori ini mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti apa yang menyebabkan individu mempunyai kebutuhan yang ada di dalam diri (*inner need*) yang menyebabkan mereka didorong, ditekan dan termotivir untuk memenuhinya.
- b. *Process theory* ; teori proses bukannya menekankan pada sifat dorongan dari kebutuhan tersebut, tetapi pendekatan ini menentukan pada bagaimana dan dengan tujuan apa setiap individu dimotivir. Dalam pandangan ini, kebutuhan hanyalah salah satu elemen dalam suatu proses tentang bagaimana para individu bertingkah laku. Sebagai contoh, apabila seseorang percaya bahwa pekerjaan yang mampu dikerjakan sebelum dead line akan memperoleh

teguran, maka karyawan lebih suka selesai sebelum waktu yang telah ditentukan. Sebaliknya apabila terlambat pun tidak akan diberi sanksi. Sebagaimana selesai tepat waktu pada waktunya, juga tidak memperoleh apa-apa maka ia mungkin tidak terdorong untuk menyelesaikan pekerjaannya tepat pada waktunya. Faktor tambahan dari teori ini adalah kekuatan dari preferensi individu terhadap hasil yang diharapkan. Sebagai contoh apabila individu bekerja keras untuk bisa melebihi target, akan menyebabkan seseorang dinaikkan pangkat menjadi supervisor, dan seseorang memang berkeinginan sangat kuat untuk menjadi supervisor, maka ia akan bekerja keras untuk melampaui target produksi tersebut.

- c. *Reinforcement theory* ; teori ini tidak menginginkan konsep suatu motif atau proses motivasi. Sebaliknya teori ini menjelaskan bagaimana konsekuensi perilaku di masa yang lalu mempengaruhi tindakan-tindakan di masa akan datang suatu siklus proses belajar.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja

Hellriegel dan Slocum (dalam Gilmer, 1986) mengklasifikasikan tiga faktor utama yang mempengaruhi motivasi kerja yaitu:

- a. Perbedaan karakteristik individu ; Setiap individu memiliki tujuan maupun motivasi setiap individu bervariasi. Mengacu pada adanya perbedaan ini, maka kemungkinan besar manajer akan mampu memotivasi bawahan secara efektif. Individu yang mempunyai motivasi untuk mendapatkan uang tentu

akan rajin bekerja keras bila disertai rangsangan berupa hadiah uang. Sedangkan individu yang mempunyai motivasi mengutamakan keselamatan akan berbeda pula dengan individu yang ingin mendapatkan pemenuhan kebutuhan dan aktualisasi diri.

- b. Perbedaan karakteristik pekerjaan ; setiap pekerjaan yang berbeda membutuhkan karakteristik pekerjaan yang membedakan tuntutan keterampilan khusus yaitu identitas tugas, signifikansi tugas, otonomi dan tipe-tipe penilaian yang berbeda. Perbedaan karakteristik yang melekat pada pekerjaan itu membutuhkan pengorganisasian dan penempatan orang secara berbeda, sesuai dengan pencapaian hasil.
- c. Perbedaan karakteristik lingkungan kerja. Setiap organisasi perusahaan juga mempunyai persyaratan, kebijakan, serta mempunyai system yang berbeda-beda dan sesuai dengan kebutuhan yang ingin dicapai. Hal ini akan mempengaruhi terhadap keadaan perusahaan dimana individu bekerja, misalnya perusahaan memberikan gaji dan fasilitas lainnya kepada seorang individu yang dinilai memiliki kemampuan dalam bekerja, maka hal ini akan berpengaruh pada setiap individu.

Selanjutnya Sutrisno (2009) membedakan factor yang mempengaruhi motivasi yaitu : factor internal dan factor eksternal.

a. Faktor Internal, yaitu ;

1. Keinginan untuk dapat hidup

2. Keinginan untuk dapat memiliki
3. Keinginan untuk memperoleh penghargaan
4. Keinginan untuk memperoleh pengakuan
5. Keinginan untuk berkuasa

b. Faktor Eksternal, yaitu :

1. Kondisi Lingkungan kerja
2. Kompensasi yang memadai
3. Supervisis yang baik
4. Adanya jaminan pekerjaan
5. Status dan tanggung jawab
6. Peraturan yang fleksibel

Dari uraian di atas kita menyimpulkan bahwa ada 3 faktor yang menyebabkan motivasi kerja seseorang yaitu : faktor karakteristik Individu, faktor karakteristik pekerjaan, faktor karakteristik lingkungan pekerjaan.

4. Aspek Motivasi Kerja

Menurut Jurgensen (dalam Meutia, 1991) untuk mengungkap motivasi kerja harus memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Pekerjaan yang menimbulkan rasa aman, yaitu segala pekerjaan yang dilakukan dapat menimbulkan rasa aman bagi karyawan tersebut.

- b. Perusahaan yang memberikan rasa bangga terhadap karyawan, yaitu tempat dimana karyawan bekerja mempunyai nama baik.
- c. Kesempatan untuk maju, yaitu kesempatan untuk promosi dan kesempatan untuk memperoleh pengalaman baru.
- d. Kelompok kerja (Co-work), yaitu teman sekerja yang dapat diajak kerjasama dalam melakukan suatu pekerjaan.
- e. Pekerjaan itu sendiri, yaitu pekerjaan yang sesuai dengan minat, bakat, pendidikan, dan pengalaman.
- f. Gaji yaitu yang tinggi menurut karyawan
- g. Hubungan antara atasan dan bawahan yaitu gaya atasan terhadap bawahan dan atasan yang mempunyai hubungan baik dengan bawahannya.
- h. Kondisi kerja, yaitu keadaan tempat kerja seperti pengaturan udara, suhu dan kebersihan tempat kerja.
- i. Jaminan kerja yaitu jam kerja yang sangat singkat atau jam kerja yang tidak terlalu lama
- j. Jaminan kesehatan, yaitu fasilitas tempat kerja seperti asuransi.

Blum dan Russ (dalam Meutia, 1991) mengatakan bahwa paling sedikit ada lima dorongan yang menyebabkan karyawan melakukan pekerjaan, kelima dorongan tersebut adalah sebagaimana berikut :

- a. *Advence* atau kesepakatan untuk maju.
- b. *Security* atau pekerjaan yang menimbulkan rasa aman

- c. *Salary* atau gaji yang memadai.
- d. *Supervisor* atau atasan langsung yang bersahabat
- e. *House of work* atau lamanya jam kerja

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa aspek-aspek dari motivasi kerja yaitu:

- a. Perusahaan yang memberikan rasa bangga terhadap karyawan
- b. Perusahaan yang memberikan rasa bangga terhadap karyawan
- c. Kesempatan untuk maju,
- d. Kelompok kerja (*Co-work*),
- e. Pekerjaan itu sendiri
- f. Gaji yaitu yang tinggi menurut karyawan
- g. Hubungan antara atasan dan bawahan
- h. Kondisi kerja.
- i. Jaminan kerja
- j. Jaminan kesehatan



B. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Dalam dunia organisasi atau perusahaan, banyak terjadi berbagai masalah dan fenomena yang terjadi terkait dengan adanya interaksi yang terjadi antar individu yang satu dengan individu yang lainnya. Tidak pelak, masalah kecil pun dapat

menjadi besar, manakala selaku manajemen tidak dapat memamanajemeni sebuah masalah atau konflik. Salah satu hal yang penting dalam penanganan masalah adalah melalui jalur komunikasi yang dilakukan. Komunikasi dapat menjadi jembatan untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Seorang pimpinan haruslah mampu untuk membangun komunikasi yang baik kepada seluruh bawahannya. Komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan akan berdampak kepada peningkatan kinerja bawahan dan berujung kepada peningkatan produktifitas perusahaan. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi yang memiliki muatan yang dapat membangun kepercayaan, motivasi dari pimpinan kepada bawahan, baik pimpinan maupun bawahan dapat mengambil pemaknaan dan penafsiran yang sama terhadap komunikasi yang berlangsung.

Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang buruk paling sering disebut sebagai sumber konflik antar pribadi. Karena para individu menghabiskan 70 persen dari waktu terjaganya untuk berkomunikasi-menulis, membaca, berbicara, mendengarkan-tampaknya masuk akal untuk menyimpulkan bahwa salah satu kekuatan yang paling menghambat suksesnya kinerja kinerja kelompok adalah kurangnya komunikasi yang efektif (Robbins, 2003). Selanjutnya, Robbins (2003) mengatakan bahwa tidak ada kelompok yang dapat bertahan tanpa komunikasi; yang merupakan perpindahan makna diantara anggota-anggotanya. Hanya lewat perpindahan makna dari satu orang ke orang lain, informasi dan gagasan dapat

dihantarkan. Tetapi komunikasi itu lebih dari sekedar menanamkan makna. Komunikasi juga harus dipahami.

Sebelum membahas mengenai komunikasi interpersonal, ada baiknya kita mengemukakan fungsi dari komunikasi itu sendiri yang menurut Scott dan Mitchell (dalam Richard D. Irwin, 1976), komunikasi menjalankan empat fungsi utama di dalam kelompok atau organisasi yaitu;

1. Pengendalian ;

Komunikasi berfungsi mengendalikan perilaku anggota dengan beberapa cara.

Setiap organisasi mempunyai hierarki wewenang dan garis panduan formal yang harus dipatuhi oleh karyawan

2. Motivasi,

Komunikasi memperkuat motivasi dengan menjelaskan ke para karyawan apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka bekerja, dan apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja yang di bawah standar.

3. Pengungkapan emosi,

Bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka merupakan sumber pertama untuk interaksi sosial. Komunikasi yang terjadi di dalam kelompok itu merupakan mekanisme fundamental di mana para anggota menunjukkan kekecewaan dan kepuasan. Oleh karena itu, komunikasi memfasilitasi pelepasan ungkapan emosi perasaan dan pemenuhan kebutuhan sosial.

4. Informasi.

Fungsi terakhir komunikasi berhubungan dengan perannya dalam mempermudah pengambilan keputusan. Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan melalui penyampaian data guna mengenal dan mengevaluasi pilihan-pilihan alternatif.

Komunikasi interpersonal, itulah jenis komunikasi yang dapat menciptakan hubungan yang baik dan saling mengerti antara komunikator dan komunikan. Terjadinya umpan balik yang aktif antara keduanya sehingga saling mengerti mengenai apa yang disampaikan. Menurut Der Vito (dalam Liliweri, 1991), komunikasi interpersonal adalah pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan kemampuan umpan balik langsung. Tan (dalam Liliweri, 1991) menambahkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung.

Penyampaian gagasan, ide serta pendapat dalam interaksi dalam perusahaan sering dilakukan. Hal ini juga termasuk dalam proses komunikasi interpersonal, seperti apa yang diutarakan oleh Keith dan Liliweri (1991) komunikasi interpersonal adalah suatu cara untuk menjangkau orang lain dengan gagasan atau ide-ide, fakta-fakta, pikiran-pikiran, perasaan, dan nilai sebagai jembatan yang sangat berarti bagi manusia. Jadi dengan komunikasi interpersonal dapat diketahui dan dipahami perasaan bersama.

Lebih lanjut Effendi (1992) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang efektif dalam merubah sikap, pendapat atau perilaku. Komunikasi interpersonal akan lebih efektif lagi bila para komunikan saling

menyukai, sehingga akan menciptakan dampak tertentu, merangsang munculnya gagasan tertentu, menciptakan kesan-kesan tertentu atau menimbulkan reaksi-reaksi perasaan tertentu dalam diri orang lain. Pengertian yang lebih sederhana juga disampaikan oleh Rogers dan Depari (dalam Liliweri, 1991) berpendapat bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari mulut kemulut yang terjadi dalam berinteraksi. Kusuma (dalam Liliweri, 1991) menambahkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih.

Komunikasi yang berlangsung diharapkan efektif dalam prosesnya. Ini diharapkan karena dengan demikian akan menghasilkan pengertian yang baik sehingga tercipta keselarasan sikap baik secara verbal maupun nonverbal. Menurut Rousydiy (1989) komunikasi dinilai efektif, karena adanya umpan balik atau feedback langsung baik secara verbal maupun nonverbal, sehingga komunikator dapat mengulangi atau menyakinkan pesannya. Maksudnya adalah, ketika hal tersebut terjadi dan tampak secara nyata dalam tingkah laku, maka akan menjadi penguatan bagi komunikator untuk tetap mengukuhkan pendapat, gagasan, ide, pemikiran, pesan dan sebagainya kepada komunikan yang lainnya.

Dalam konteks komunikasi interpersonal, menurut Rakhmat (1997) komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikasi. Bila seseorang berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kebersamaan dengan dirinya, pasti akan sangat menyenangkan, komunikasi pun berlangsung santai, gembira, dan terbuka sebaliknya

dengan orang-orang yang tidak disukai akan membuat suasana tegang, resah dan tidak enak sehingga terjadi sikap menutup diri dan menghindari komunikasi.

Komunikasi interpersonal akan memberikan hasil yang baik apabila terdapat kepercayaan antara sesama pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Kepercayaan dan kecurigaan kepada salah satu pihak menyebabkan pihak lain bersikap menolak dan mengurangi keterbukaan. Bila kita berinteraksi dengan orang lain, biasanya kita ingin menciptakan kesan-kesan atau menimbulkan reaksi-reaksi perasaan tertentu dalam diri orang lain (Supraktiknya, 1995).

2. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mungkin mempunyai beberapa tujuan. Di sini akan dipaparkan 6 tujuan, antara lain (Muhammad dalam <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2010/01/komunikas-interpersonal-definisi.html>) :

a. Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

b. Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

c. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

d. Berubah Sikap Dan Tingkah Laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu waktu terlibat dalam posisi interpersonal.

e. Untuk Bermain Dan Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

f. Untuk Membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

2. Faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikasi interpersonal

Keefektifan komunikasi interpersonal sangat penting diciptakan oleh seorang komunikator atau para pihak yang mengadakan komunikasi tersebut. Dalam hal ini De vito (dalam Liliweri, 1991) mengemukakan bahwa efektifitas komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh:

1. Keterbukaan :

Sikap terbuka amat besar pengaruhnya dalam menimbulkan komunikasi interpersonal yang efektif. Di mana terbuka pada orang lain akan meningkatkan komunikasi, bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru sehingga akan menghindari sikap *defensive* dan lebih cermat memandang diri sendiri dan orang lain.

2. Empati :

Empati dianggap sebagai memahami orang lain yang tidak mempunyai arti emosional. Empati juga dimaksudkan untuk merasakan cara yang sama dengan perasaan orang lain. Dengan demikian orang akan memahami posisinya, dari mana mereka berasal. Dimana sekarang dan kemana mereka akan pergi, yang paling penting adalah tidak memberikan penilaian sebagai sikap yang salah atau benar.

3. Dukungan :

Dukungan adakalanya terucapkan dan adakalanya juga berupa simbol-simbol atau yang tidak terucapkan. Dukungan yang tidak terucapkan tidaklah mempunyai nilai yang negative, melainkan bisa jadi dukungan yang positif.

4. Kepositifan :

Dalam melakukan komunikasi interpersonal akan berhasil bila terdapat perhatian yang positif terhadap diri seseorang, sehingga akan membuat orang

lain merasa nyaman dan mempunyai keberanian untuk lebih berpartisipasi dalam berkomunikasi.

Sementara menurut Jhonson (dalam Supraktiknya, 1995) faktor yang terdapat dalam komunikasi interpersonal adalah :

1. Menerima artinya kemampuan seseorang berhubungan dengan orang lain tanpa menilai, tanpa mengendalikan, menerima orang lain sebagai manusia dan menerima individu yang patut dihargai.
2. Empati artinya sesuatu keadaan dimana pengamatan bereaksi secara emosial.
3. Kejujuran artinya jujur dalam mengungkapkan diri kepada orang lain dan menghindari kepura-puraan.

Menurut Hanafi (1984), faktor-faktor yang mempengaruhi dalam komunikasi interpersonal adalah :

a. Keterampilan berkomunikasi :

Keterampilan berkomunikasi mempengaruhi kemampuan untuk menganalisa tujuan-tujuan, kemampuan untuk merumuskan maksud komunikasi, juga mempengaruhi kemampuan untuk mengkode pesan dalam menyatakan apa yang di maksud.

b. Sikap ;

Sikap merupakan sumber yang mempengaruhi komunikasi interpersonal. Bila komunikasi benar-benar menghargai komunikator, maka kritik terhadap pesan tidak banyak, dengan kata lain kemungkinan untuk menerima pesan tersebut

lebih besar. Sikap yang positif terhadap penerimaan merupakan hal yang penting dalam keefektifan komunikasi interpersonal.

c. Tingkat pengetahuan ;

Keluasan pengetahuan komunikator mengenai apa yang dibicarakan dalam mempengaruhi pesan-pesan yang disampaikan. Seseorang tentu tidak dapat mengkomunikasikan apa yang tidak diketahui dan tidak dimengerti. Pengetahuan mengenai proses komunikasi itu sendiri mempengaruhi penerima. Apa dan bagaimana sumber itu berkomunikasi oleh bagaimana sikap komunikasi sendiri terhadap karakteristik penerimaan, cara penyampaian atau mempengaruhi komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi itu sendiri.

d. Sistem sosial budaya ;

Perlu diketahui dimana kedudukan sumber dan system sosialnya, peran serta fungsi apa yang dituntut, juga prestasi sosial, perlu diketahui konteks kultural dimana orang berkomunikasi, kepercayaan dan nilai-nilai yang dominan, bentuk-bentuk tingkah laku yang diterima juga penghargaan dan penghargaan orang. Semua itu akan mempengaruhi perilaku orang lain yang berkomunikasi.

e. Kesamaan :

Kesamaan kepribadian akan lebih mengefektifkan komunikasi , karakteristik kesamaan dalam komunikasi antar pribadi didapatlah dari kedudukan antara pembicaraan dan pendengar.

Selain itu komunikasi interpersonal yang efektif dipengaruhi oleh kesamaan dan perbedaan antara dua belah pihak antara lain: usia, agama, status keuangan, tingkat pendidikan, dan sebagainya, Thoha (dalam effendi, 1992)

Dari beberapa uraian diatas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal dapatlah kita menyimpulkan bahwa, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi interpersonal yaitu ; keterampilan berkomunikasi, sikap, tingkat pengetahuan, sisitem sosial budaya, kesamaan. keterbukaan, empati, dukungan, keposotifan

3. Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal

Rahmat (2000) mengatakan bahwa aspek-aspek komunikasi interpersonal itu meliputi

- a. percaya (trust) : diantara berbagai asp[ek yang mempengaruhi komunikasi interpersonal aspek percaya ada;ah yang paling penting. Bila individu prcaya kepada orang lain dan yakin tidak akan dikhianati atau dirugikan, maka iunividu tersebut akan lebih banyak membuka diri kepada orang lain. Secara ilmiah, percaya didefinisikan sebagai mengandalkan perilaku orang lain untk ,mecapai tujuan yang dikehendaki, dimana pencapaiannya tidak pasti dan dalam situasi yang penuh resiko. Rasa percaya meningkatkan kommunikasi interpersonal, emeperjelaspengirian dan penerimaan informasi, serta memperluas peluang komunikan untuk mencapai maksud dan tujuannya.

Tanpa percaya, maka tidak akan ada pengertian. Tidak ada pengertian dapat menimbulkan kegagalan komunikasi

- b. Bersikap positif ; Sikap positif adalah sikap defensif dalam komunikasi. Individu yang bersikap defensif bila tidak diterima dan menerima, tidak jujur dan tidak berempati, dalam hal ini menyebabkan gagalnya komunikasi interpersonal. Menurut Gibb (dalam Rahmat, 2000) ada enam perilaku yang dapat menimbulkan sikap defensif, yaitu ; deskriptif, orientasi masalah, spontanitas, empati, persamaan, serta provisionalisme (kesediaan untuk meninjau kembali pendapat sendiri) hal ini sering disebut dengan iklim positif.
- c. Bersikap terbuka (*open mindedness*) sangat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Untuk memahami sikap terbuka, seorang individu harus mengidentifikasi terlebih dahulu karakteristik orang dogmatis orang yang cenderung tertutup.

Dari uraian diatas dapat kita simpulkan bahwa aspek-aspek yang terdapat pada Komunikasi interpersonal adalah; percaya (*trust*), bersikap positif dan bersikap terbuka (*open mindedness*). Dengan demikian kita akan dapat menciptakan komunikasi interpersonal yang baik dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.

5. Fungsi Komunikasi interpersonal sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan respon/ umpan balik. Hal ini sebagai salah satu tanda efektivitas proses komunikasi. Bayangkan bagaimana kalau tidak ada umpan balik, saat Anda berkomunikasi dengan orang lain. Bagaimana kalau Anda sms ke orang lain tetapi tidak dibalas?
2. Untuk melakukan antisipasi setelah mengevaluasi respon/ umpan balik. Contohnya, setelah apa yang akan kita lakukan setelah mengetahui lawan bicara kita kurang nyaman diajak berbincang.
3. Untuk melakukan kontrol terhadap lingkungan sosial, yaitu kita dapat melakukan modifikasi perilaku orang lain dengan cara persuasi. Misalnya, iklan yang arahnya membujuk orang lain.

4. Ciri-ciri Komunikasi interpersonal

Liliweri (1991) mengatakan ciri-ciri komunikasi interpersonal yaitu:

- a. Komunikasi interpersonal melibatkan didalamnya perilaku verbal maupun non verbal. Jika diperhatikan dengan sungguh-sungguh maka, setiap hari sebenarnya orang dalam berkomunikasi interpersonal telah melaksanakan pengiriman pesan-pesan yang bersifat verbal maupun non verbal. Dalam komunikasi, tanda-tanda verbal diwakili dalam penyebutan kata-kata, pengungkapannya baik yang lisan maupun yang tertulis. Sedangkan tanda-tanda nonverbal terlihat dalam ekspresi wajah dan gerakan tangan

- b. Komunikasi interpersonal melibatkan perilaku yang spontan. Perilaku seperti ini dalam suatu komunikasi interpersonal dilakukan secara tiba-tiba, serta untuk menjawab suatu rangsangan dari luar tanpa berpikir terlebih dahulu. Misalnya seorang yang bersuku batak bertemu dengan kawan langsung berteriak “horas”. Perilaku yang digambarkan seperti ini merupakan reflek dari seseorang.
- c. Komunikasi interpersonal harus ditandai dengan adanya umpan balik seandainya seseorang berbicara dengan orang lain dan yang diharapkan adalah jawabannya sehingga dapat diketahui pikirannya, diketahui pikirannya, perasaannya, dan melaksanakan apa yang dimaksud, apabila harapan-harapan itu terpenuhi, maka dapat disimpulkan komunikasi interpersonal telah berhasil karena umpan balik-nya membuat kedua belah pihak saling mengerti.
- d. Komunikasi interpersonal menunjukkan adanya suatu tindakan: komunikasi interpersonal menghendaki kedua belah pihak harus sama-sama mempunyai kegiatan, aksi tertentu sehingga terciptanya tujuan komunikasi. hal ini berarti bahwa komunikasi interpersonal tidak memerlukan perhatian hanya pada sebab datangnya suatu pesan dan memperhatikan akibat dari suatu pesan saja, namun lebih dari itu harus memperhatikan keseluruhan proses komunikasi.



Dari uraian diatas dapat kita lihat bahwa ada 4 ciri-ciri komunikasi interpersonal yaitu ; komunikasi interpersonal melibatkan didalamnya perilaku verbal mau pun non verbal, komunikasi interpersonal melibatkan perilaku yang spontan,

komunikasi interpersonal harus ditandai dengan adanya umpan balik, komunikasi interpersonal menunjukkan adanya suatu tindakan.

7. Kebutuhan Komunikasi Interpersonal dalam Organisasi

Individu mempunyai kebutuhan sosial yang dipenuhinya melalui komunikasi interpersonal. William C. Schutz (1966) mengidentifikasi tiga macam kebutuhan dasar ini, yaitu kebutuhan akan kasih sayang, kebutuhan diikutsertakan, dan kebutuhan akan kekuasaan atau kontrol.

1. Kasih Sayang

Kebutuhan akan kasih sayang adalah kebutuhan untuk mempertimbangkan apakah diri kita disayangi atau disukai oleh orang lain. Orang yang telah memenuhi kebutuhan ini disebut personal oleh Schutz. Selanjutnya orang yang tidak sanggup memenuhi kebutuhan ini disebut kurang personal atau terlalu personal.

Orang yang menghindari dari keterlibatan emosional dikatakan kurang personal. Mereka tidak membiarkan orang lain dekat dengan mereka. Mereka dapat ramah pada siapa saja, tetapi keremahannya seringkali hanya di luar saja dan mereka sebenarnya tidak berteman dengan siapa saja. Mereka mengembangkan persahabatan, tetapi persahabatannya tidak mencapai tingkat personal.

Individu yang terlampau personal bertentangan dengan yang kurang personal, orang-orang ini selalu memerlukan atau membutuhkan kasih sayang. Mereka sering melakukan hal ekstrem untuk meyakini diri mereka dari penerimaan orang lain. Mereka akan mencari persetujuan dengan berkomunikasi secara ekstrem. Mereka

merasa cemburu bila orang lain berbicara kepada temannya, bahkan berusaha menghalangi teman mereka untuk mendapatkan teman baru, dengan memberikan komentar negatif tentang perspektif teman baru. Orang-orang yang terlalu personal dalam posisi tanggung jawab dapat menimbulkan masalah bagi organisasi.

Akan tetapi, orang-orang yang kurang personal dan terlampau personal perlu dipahami. Tindakan menghindar tidak akan membantu mereka.

Individu yang telah memenuhi kebutuhan mereka akan kasih sayang disebut personal. Orang ini memiliki pemikiran yang lurus dan sanggup menghadapi hampir semua orang dengan siapa mereka mengadakan kontak. Orang-orang ini disukai, tetapi mereka tidak menganggap bahwa disukai oleh tiap orang penting untuk kebahagiaan.

2. Diikutsertakan

Kebutuhan diikutsertakan berarti kebutuhan untuk merasa berarti dan diperhitungkan. Menurut Schutz, orang-orang yang tidak berhasil memenuhi kebutuhan ini dinamakan kurang sosial atau terlalu sosial.

Orang yang kurang sosial seringkali adalah orang cerdas yang merasa kesepian, lebih suka mengerjakan sesuatu sendiri atau dalam kelompok yang sangat besar sehingga mereka dapat bersembunyi dalam keramaian. Orang-orang ini sulit untuk memberikan sumbangan informasi secara lisan terhadap seseorang dan umumnya menghindari mengatakan sesuatu karena takut bahwa mereka akan kurang diperhatikan.

Lawan dari orang yang kurang sosial adalah individu yang terlampau sosial yang tidak dapat distop dari keterlibatan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam

organisasi, orang-orang yang suka berbicara ini diinginkan oleh orang lain agar diam sejenak, mereka dinamakan besar mulut.

Individu yang telah memuaskan kebutuhan mereka dalam penghargaan ini dinamakan orang yang sosial. Orang ini sanggup menangani situasi dengan atau tanpa orang lain.

3. Kontrol

Kontrol adalah kebutuhan yang timbul karena rasa tanggung jawab dan kepemimpinan. Hampir semua kita mempunyai beberapa kebutuhan mengontrol orang lain atau lingkungan sekeliling kita, tetapi kekuatan dan cara menyatakan kebutuhan ini berbeda-beda. Terdapat tiga tipe berbeda:

- a. *Abdikrat*, beberapa orang yang kepribadiannya sangat patuh pada orang lain. Mereka tidak percaya atau sedikit percaya pada diri mereka dan sering menganggap diri mereka tidak sanggup mengerjakan sesuatu. Individu ini kurang berani mengambil resiko dan umumnya tidak pernah membuat keputusan mereka sendiri. Orang ini perlu banyak diberi penguatan (*reinforcement*) agar melihat diri mereka sebagai manusia yang berguna dan mempunyai kemampuan.
- b. *Autokrat*, individu yang tidak pernah merasa cukup mengontrol. Individu ini selalu mencoba mendominasi orang lain. Mereka selalu ingin mengambil alih pembuatan keputusan dari kelompok, mereka kurang berbicara bagaimana keputusan itu seharusnya. Orang ini mempunyai kebutuhan yang kuat akan kekuasaan bila mereka tidak diberikan posisi yang mengontrol atau kekuasaan dalam organisasi. Seringkali mereka berfikiran sempit dan melihat hanya dari posisi mereka sebagai sesuatu yang betul atau benar, mempunyai sedikit rasa

menghargai orang lain atau prihatin hanya pada pekerjaan yang dilakukan dan mengabaikan efeknya pada orang lain.

- c. *Demokrat*, individu yang kebutuhan kontrolnya terpuaskan. Orang-orang ini merasa senang apakah mereka mempunyai posisi kepemimpinan atau tidak. Mereka tidak melebih-lebihkan atau kurang bila berperanan sebagai pimpinan. Mereka berfikiran luas dan ingin mendengar serta menerima saran orang lain untuk kemajuan organisasi. Orang-orang *democrat* sangat cocok untuk tipe kepemimpinan teori Y. individu ini menyukai dapat menyelesaikan pekerjaan, tetapi tidak mengorbankan orang lain.

BAB III

PEMBAHASAN

Motivasi sebuah kondisi psikis dimana seseorang merasa terdorong untuk melakukan sesuatu. Menurut Suryabrata (1982) merupakan suatu keadaan dari kondisi psikis yang dapat mendorong individu untuk melakukan suatu aktifitas tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi merupakan daya pendorong bagi individu untuk dapat memenuhi kebutuhan yang dirasakannya, dan setelah kebutuhan tersebut dirasa sudah dicapai, maka akan terjadi kenyamanan dalam diri individu.

Motivasi kerja yang baik yang ditampilkan karyawan akan berdampak positif terhadap peningkatan produktifitas perusahaan. Motivasi diartikan sebagai adalah sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja, oleh sebab itu motivasi kerja dalam psikologi biasanya disebut sebagai sesuatu yang menimbulkan semangat kerja. Kuat dan lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya prestasi yang dicapai (Anoraga, 1992).

Betapa pentingnya motivasi kerja pada karyawan untuk sebuah hasil yang baik agar dapat dicapai. Mempertahankan motivasi kerja agar dapat tetap ada pada setiap karyawan merupakan sebuah hal yang harus dilakukan. Jika tidak, maka sudah barang tentu adanya kondisi yang tidak menguntungkan dirasakan oleh pihak manajemen. Karyawan merupakan sumber daya manusia yang merupakan asset perusahaan bagi pembangunan dan pengembangan perusahaan harus tetap mendapatkan perhatian yang baik oleh pihak manajemen.

Terkait dengan hal tersebut diatas, dalam upaya menimbulkan motivasi dan mempertahankan motivasi kerja yang ada pada setiap karyawan, sudah barang tentu diperlukannya sebuah cara, dan cara yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan komunikasi kepada masing-masing karyawan.

Dengan berkomunikasi kepada masing-masing karyawan akan dapat memberikan informasi menyangkut keadaan diri dan pekerjaan yang dialami setiap karyawan. Komunikasi sangat mutlak dilakukan dalam hal memberikan motivasi kepada masing-masing karyawan, karena hanya dengan komunikasilah penyampaian pesan dapat diberikan kepada karyawan.

Hal ini diperkuat dengan adanya factor supervise yang baik dalam suatu pekerjaan, memberikan pengarahan, membimbing kerja para karyawan, agar dapat melaksanakan kerja dengan baik tanpa membuat kesalahan. Posisi supervise dalam hal ini diartikan pemimpin sangat dekat dengan para karyawan, dan selalu menghadapi para karyawan dalam melaksanakan tugas sehari-hari. Bila supervise yang dekat dengan para karyawan ini menguasai liku-liku pekerjaan dan penuh dengan sifat-sifat kepemimpinan, maka suasana kerja akan bergairah dan bersemangat (Sutrisno, 2009)

Memberikan penghargaan, membimbing para karyawan tentunya menggunakan sebuah komunikasi yang baik. Sebuah komunikasi yang dibangun untuk melakukan hubungan, menghadapi para karyawan sehari-hari dengan menggunakan komunikasi, tentunya, komunikasi yang dilakukan bukan sekedar

komunikasi biasa saja, namun sebuah komunikasi yang dapat menciptakan kebergairahan dan semangat kerja para karyawan.

Dunia perusahaan yang syarat akan kerja yang membutuhkan kesinergisan antar karyawan, antar bidang-bidang yang ada dan ini juga dibutuhkan komunikasi yang baik. Dalam hal komunikasi yang diterapkan adalah komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal memiliki pengaruh dalam hal memotivasi individu. Sebagaimana yang dipaparkan oleh sebuah teori yang menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal menjalankan empat fungsi utama diantaranya adalah motivasi sebagai mana yang diungkapkan oleh teori yang dikemukakan oleh Scott dan Mitchell (dalam Richard D. Irwin, 1976). bahwa komunikasi menjalankan empat fungsi utama di dalam kelompok atau organisasi yaitu;

- 1 Pengendalian ;

Komunikasi berfungsi mengendalikan perilaku anggota dengan beberapa cara. Setiap organisasi mempunyai hierarki wewenang dan garis panduan formal yang harus dipatuhi oleh karyawan

- 2 Motivasi,

Komunikasi memperkuat motivasi dengan menjelaskan ke para karyawan apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka bekerja, dan apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja yang di bawah standar.

- 3 Pengungkapan emosi,

Bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka merupakan sumber pertama untuk interaksi sosial. Komunikasi yang terjadi di dalam kelompok itu

merupakan mekanisme fundamental di mana para anggota menunjukkan kekecewaan dan kepuasan. Oleh karena itu, komunikasi memfasilitasi pelepasan ungkapan emosi perasaan dan pemenuhan kebutuhan sosial.

4 Informasi.

Fungsi terakhir komunikasi berhubungan dengan perannya dalam mempermudah pengambilan keputusan. Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan melalui penyampaian data guna mengenal dan mengevaluasi pilihan-pilihan alternative.

BAB IV

KESIMPULAN

Dari uraian diatas maka kita dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Motivasi merupakan daya pendorong bagi individu untuk dapat memenuhi kebutuhan yang dirasakannya, dan setelah kebutuhan tersebut dirasa sudah dicapai, maka akan terjadi kenyamanan dalam diri individu. Dalam upaya menimbulkan motivasi dan mempertahankan motivasi kerja yang ada pada setiap karyawan, sudah barang tentu diperlukannya sebuah cara, dan cara yang ditawarkan dalam tulisan ini adalah dengan melakukan komunikasi kepada masing-masing karyawan.
2. Individu mempunyai kebutuhan sosial yang dipenuhinya melalui komunikasi interpersonal. William C. Schutz (1966) mengidentifikasikan tiga macam kebutuhan dasar ini, yaitu kebutuhan akan kasih sayang, kebutuhan diikutsertakan, dan kebutuhan akan kekuasaan atau kontrol.
3. Bahwa adanya hubungan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja, dimana menurut uraian diatas ternyata komunikasi interpersonal dapat memberikan motivasi kepada para karyawan dalam upaya menciptakan motivasi atau mempertahankan motivasi kerja yang ada pada diri setiap karyawan tersebut terkait dengan supervisi yang dilakukan pemimpin kepada para karyawannya.

Daftra Pustaka

- Anoraga, Panji, (1992), Psikologi Kerja, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta
- As'ad, Moh., (1991). Psikologi Industri. Ed 4, Yogyakarta: Liberti
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Gilmer. B. V. H 1986. "Industrial Psychology". New york. Mcgraw-hill Book company.
- Hanafi, A (1984). "Memahami komuniaksi antar manusia". Penerbit Usaha Nasional Surabaya.
- Liliweri, A (1991). "Komuniaksi Antar Pribadi". Bandung citra aditya bakti.
- Meautia, C. 1991. "Hubungan Masa Kerja Dengan Prestasi Kerja Karyawan Batik PT. Danar Hadi Solo". Skripsi. Tdk diterbitkan. Fak.Psikologi UMA.
- Martin Handoko, (1992). Motivasi Daya Penggerak Tingkah Laku, Jakarta: Rineka Cipta
- Muchdarsyah Sinungan. (2000). Produktivitas Apa dan Bagaimana. Jakarta : Bumi Aksara
- Rakhmat, J (1991). "Psikologi Komunikasi" Edisi revisi. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____, 1997. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Erlangga
- Rousydiy, L (1989). "Dasar-dasar retorika komunikasi dan informasi". Penerbit Rihbow, Medan
- Robbins, SP (2003), Organization Behavior, Jakarta PT. Indek Kelompok Gramedia
- Supratiknya, A (1995) "Komunikasi Antar Pribadi. Tinjauan Psikologi". Yogyakarta, diterbitkan dalam kerjasama dengan Univ. Sanata Darma.

Suryabrata, Sumadi (1982). Psikologi Kepribadaian. Jakarta : Rajawali Press

Sastrohadiwiryo, Siswanto, 2001, Manajemen Tenaga Kerja Indonesia,. Jakarta:Bumi Aksara

Sutrisno, Edy. 2009. **Manajemen Sumber Daya Manusia**. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Kencana, Jakarta

Winardi, (2001). Pemotivasian dalam Manajemen. Jakarta : Raja Grafindo Persada