

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Komunikasi Interpersonal

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Daryanto komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium) (Daryanto, 2014, p. 23).

Menurut Deddy Mulyana dalam buku judul Komunikasi Interpersonal mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. Sedangkan menurut Agus M. Hardjana mengatakan, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula (Suranto, 2011, p. 3).

Menurut Devito, komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerima pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Suranto, 2011, p. 4).

Komunikasi interpersonal merupakan jembatan antara karyawan dengan sesama karyawan maupun karyawan dengan pimpinan. Bila kondisi untuk

hubungan interpersonal yang baik hadir, akan menimbulkan respon-respon positif terhadap pimpinan, sikap tanggap atas kebutuhan-kebutuhan pribadi dan organisasi, kepekaan terhadap perasaan pegawai, dan kesediaan untuk berbagi informasi (Siregar & Hardjo, 2013, p. 13).

Dari pengertian komunikasi interpersonal menurut para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal mendefinisikan interaksi ataupun pertukaran informasi secara tatap muka diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya.

2.1.1.2 Konsep Dasar Komunikasi Interpersonal

Berikut ini merupakan konsep dasar komunikasi interpersonal menurut Suranto dalam bukunya Komunikasi Interpersonal (Suranto, 2011, p. 5).

a. Komponen-komponen komunikasi interpersonal

Secara sederhana dapat dikemukakan suatu asumsi bahwa proses komunikasi interpersonal akan terjadi apabila ada pengirim menyampaikan informasi berupa lambing verbal maupun nonverbal kepada penerima dengan menggunakan medium suatu manusia (*human voice*), maupun dengan medium tulisan. Berdasarkan asumsi ini maka dapat dikatakan bahwa dalam proses komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen komunikasi yang secara integrative saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri.

1) Sumber/ komunikator

Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain. Kebutuhan ini dapat berupa keinginan

untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain. Dalam konteks komunikasi interpersonal komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.

2) *Encoding*

Encoding adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.

3) Pesan

Merupakan hasil *encoding*. Pesan adalah seperangkat simbol- simbol baik verbal maupun non verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain. Dalam aktivitas komunikasi, pesan merupakan unsur yang sangat penting. Pesan itulah disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasi oleh komunikan.

4) Saluran

Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum. Dalam konteks komunikasi interpersonal, penggunaan saluran atau media semata-mata karena situasi dan kondisi tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka.

5) Penerima/ komunikan

Adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain

menerima pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan balik. Berdasarkan umpan balik dari komunikan inilah seorang komunikator akan dapat mengetahui keefektifan komunikasi yang telah dilakukan, apakah makna pesan dapat dipahami secara bersama oleh kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan.

6) *Decoding*

Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macammacam data dalam bentuk “mentah”, berupa kata-kata dan simbol- simbol yang harus diubah kedalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna. Secara bertahap dimulai dari proses sensasi, yaitu proses di mana indera menangkap stimuli.

7) Respon

Yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif. Respon positif apabila sesuai dengan yang dikehendaki komunikator. Netral berarti respon itu tidak menerima ataupun menolak keinginan komunikator. Dikatakan respon negatif apabila tanggapan yang diberikan bertentangan dengan yang diinginkan oleh komunikator.

8) Gangguan (*noise*)

Gangguan atau *noise* atau *barier* beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. *Noise* dapat terjadi di dalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi. *Noise* merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat

fisik dan phsikis.

9) Konteks komunikasi

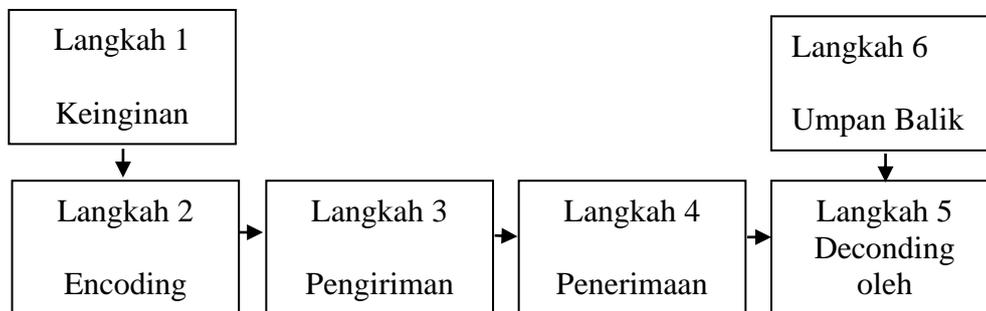
Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu, dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkrit dan nyata tempat terjadinya komunikasi, seperti ruangan, halaman dan jalanan. Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya: pagi, siang, sore, malam. Konteks nilai, meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi, seperti: adat istiadat, situasi rumah, norma pergaulan, etika, tata krama, dan sebagainya.

Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Orang yang saling berkomunikasi tersebut adalah sumber dan penerima. Sumber melakukan *encoding* untuk menciptakan dan memformulasikan menggunakan saluran. Penerima melakukan *decoding* untuk memahami pesan, dan selanjutnya menyampaikan respon atau umpan balik. Tidak dapat dihindarkan bahwa proses komunikasi senantiasa terkait dengan konteks tertentu, misalnya konteks waktu. Hambatan dapat terjadi pada sumber, *encoding*, pesan, saluran, *decoding*, maupun pada diri penerima.

b. Proses komunikasi interpersonal

Proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Ini berarti terdapat langkahlangkah atau tahap-tahap dalam mengadakan suatu komunikasi. Proses dalam hal ini sebagai proses yang menghubungkan pengirim dengan penerima pesan. Selain itu, Suranto A.W juga menggambarkan proses komunikasi interpersonal terdiri dari enam langkah

sebagaimana gambar di bawah ini.



Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Interpersonal

1. Keinginan berkomunikasi Seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berkomunikasi dengan orang lain.
2. *Encoding* oleh komunikator *Encoding* merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya.
3. Pengiriman pesan Pengiriman pesan menggunakan saluran komunikasi
4. Penerimaan pesan Pesan yang dikirim komunikator telah diterima oleh komunikan
5. Decoding oleh komunikan Decoding adalah proses memahami pesan.
6. Umpan balik Dengan umpan balik, komunikator dapat dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi.

Dari penggambaran proses komunikasi interpersonal di atas dapat dijelaskan bahwa ketika seseorang ingin berkomunikasi (komunikator) untuk menyampaikan gagasan yang dimilikinya kepada orang lain (komunikan) dengan cara berupa encoding yaitu gagasan tadi diungkapkan dengan simbol-simbol maupun kata-kata agar komunikator merasa yakin dengan pesan yang ingin disampaiannya. Pengungkapan gagasan tadi lalu dikirimkan ke orang lain

dengan menggunakan saluran komunikasi. Setelah pesan dikirim, pesan pun diterima oleh komunikan. Komunikan pun melakukan sebuah decoding yaitu usaha untuk memahami pesan yang telah diterimanya tadi. Setelah menerima pesan dan memahami, komunikan dapat memberikan sebuah respon maupun umpan balik (feedback). Adanya umpan balik ini dapat menjadi sebuah evaluasi bagi komunikator apakah komunikasi yang dilakukan sudah efektif atau belum.

c. Ciri-ciri komunikasi interpersonal

Berikut ini merupakan ciri-ciri komunikasi interpersonal.

1. Arus pesan dua arah

Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

2. Suasana nonformal

Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Berarti apabila komunikasi terjadi di sebuah instansi berarti komunikasi yang terjadi tidak berlangsung kaku berpegang pada hierarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan.

3. Umpan balik segera

Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara tatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera.

4. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat

Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antarindividu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik fisik maupun psikologis. Psikologis maksudnya menunjukkan keintiman hubungan antarindividu.

5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.

d. Tujuan komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu action oriented, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa diantaranya dipaparkan berikut ini.

1. Mengungkapkan Perhatian Kepada Orang Lain

Salah satu tujuan komunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar rekan komunikasi, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal banyak dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk

menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi tertutup, dingin dan acuh. Apabila diamati lagi, orang yang berkomunikasi dengan tujuan sekedar mengungkapkan perhatian kepada orang lain, bahkan terkesannya “hanya basa-basi”.

2. Menemukan Diri Sendiri

Seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain. Pribahasa mengatakan “Gajah dipelupuk mata tidak tampak”, artinya seseorang tidak mudah melihat kesalahan dan kekurangan pada diri sendiri, namun mudah menemukan pada orang lain. Bila seseorang terlibat komunikasi interpersonal dengan orang lain, maka terjadi proses belajar tentang diri maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk berbicara tentang apa yang disukai dan apa yang dibenci.

3. Menemukan Dunia Luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan actual. Misalnya komunikasi interpersonal dengan seorang dokter mengantarkan seseorang untuk mendapatkan informasi tentang penyakit dan penanganannya. Sehingga dengan komunikasi interpersonal diperoleh informasi. Informasi tersebut dapat dikenali dan ditemukan keadaan dunia luar yang sebelumnya belum diketahui.

4. Membangun dan Memelihara Hubungan yang Harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Manusia tidak dapat hidup sendiri, perlu bekerja sama dengan orang lain. Semakin banyak teman yang dapat diajak bekerjasama, maka semakin lancar pelaksanaan kegiatan dalam hidup sehari-hari. Sebaliknya apabila ada seorang saja sebagai musuh, kemungkinan akan menjadi kendala. Oleh karena itu setiap orang telah menggunakan banyak waktu untuk komunikasi interpersonal yang diabdikan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain.

5. Mempengaruhi Sikap dan Tingkah Laku

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media) dalam prinsip komunikasi, setiap pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab komunikasi pada dasarnya adalah sebuah fenomena atau sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan member makna tertentu terhadap kemungkinan terjadi perubahan sikap.

6. Mencari Kesenangan atau sekedar Menghabiskan Waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal hanya sekedar mencari kesenangan atau hiburan. Berbicara dengan teman mengenai acara perayaan ulang tahun, berdiskusi mengenai olahraga, bertukar cerita-cerita

lucu merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan waktu. Disamping itu juga dapat mendatangkan kesenangan.

7. Menghilangkan Kerugian Akibat Salah Komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*mis communication*) dan salah interpretasi yang terjadi antara sumber dan penerima pesan.

8. Memberi Bantuan (konseling)

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesi mereka untuk mengarahkan kliennya. Dalam kehidupan sehari-hari, dikalangan masyarakat dengan mudah diperoleh contoh yang menunjukkan fakta bahwa komunikasi interpersonal dapat dipakai sebagai pemberian bantuan bagi orang lain yang memerlukan.

2.1.1.3 Indikator-indikator Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito dalam buku Komunikasi Interpersonal, mengemukakan lima sikap positif yang perlu dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal. Lima sikap positif tersebut meliputi:

1) Keterbukaan (*openness*)

Keterbukaan ialah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Dengan keterbukaan ini, maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah, dan dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.

2) Empati (*empathy*)

Empati ialah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya

menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain, melalui kaca mata orang lain.

3) Sikap mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Artinya masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka.

4) Sikap positif (*positiveness*)

Sikap positif ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap, maksudnya adalah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku, artinya bahwa tindakan yang dipilih adalah relevan dengan tujuan komunikasi interpersonal, yaitu secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalinnya kerjasama.

5) Kesetaraan (*equality*)

Kesetaraan ialah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Kita harus bisa menempatkan diri setara dengan orang lain, menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda, tidak memaksakan kehendak, komunikasi dua arah, dan suasana komunikasi.

Kelima sikap tersebut apabila bisa selalu dijaga dan diperhatikan maka hubungan komunikasi interpersonal akan berlangsung dengan efektif dan terjaga

dalam jangka waktu yang lama. Serta juga akan selalu memberikan hasil yang positif.

2.1.2 Motivasi

2.1.2.1 Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata Latin *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi ini hanya diberikan kepada manusia, khususnya kepada para bawahan atau pengikut. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan (Hasibuan, 2014, p. 92).

Motivasi kerja merupakan dorongan kepada karyawan untuk melaksanakan pekerjaannya untuk menumbuhkan semangat kerja dalam mencapai tujuan organisasi (Astuti & Iskandar, 2015, p. 1234).

Menurut Robert Heller dalam judul buku perilaku dalam organisasi menyatakan bahwa motivasi adalah keinginan untuk bertindak. Setiap orang dapat termotivasi oleh beberapa kekuatan yang berbeda. Di perkerjaan, kita perlu memengaruhi bawahan untuk menyeleraskan motivasinya dengan kebutuhan organisasi. Sedangkan menurut Newstorm motivasi kerja adalah hasil dari kumpulan kekuatan internal dan eksternal yang menyebabkan perkerja memilih jalan bertindak yang sesuai dan menggunakan perilaku tertentu. Idealnya, perilaku ini akan diarahkan pada pencapaian tujuan organisasi (Wibowo, 2013, p. 109–110).

Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi

dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Dan menurut Moskowitz motivasi secara umum didefinisikan sebagai inisiatif dan pengarahannya tingkah laku dan pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran tingkah laku (Hasibuan, 2014, p. 95–96).

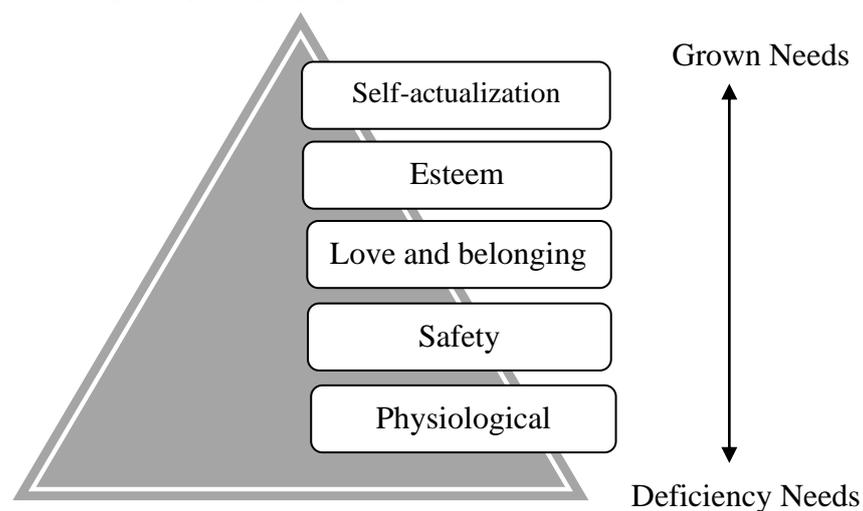
2.1.2.2 Teori Motivasi

Di bawah ini disajikan beberapa teori motivasi dari beberapa ahli yang menarik untuk dikaji.

1. Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow

Menurut Abraham Maslow, ada lima jenjang kebutuhan yang tersusun dalam suatu hierarki, yaitu (Edison, Anwar, & Komariyah, 2016, p. 174).

- a. *Physiologis needs* (Kebutuhan Fisiologis). Yang termasuk kelompok ini adalah kebutuhan paling dasar, seperti mendapatkan makanan, air, udara, istirahat dan hubungan seksual. Kebutuhan dasar ini muncul lebih dulu sebelum keinginan pada jenjang kedua, yaitu kebutuhan akan rasa aman.



Gambar 2.1 Hierarki Kebutuhan Maslow

- b. *Safety needs* atau *security needs*. Kebutuhan akan rasa aman mencakup

semua kebutuhan terhadap lingkungan yang aman dan terlindung, baik secara fisik maupun emosi, serta bebas dari ancaman termasuk lingkungan yang tertib dan kemerdekaan dan tindak kekerasan. Dalam lingkup dunia kerja, kebutuhan ini terefleksikan menjadi keamanan kerja, pungutan liar, dan jenis pekerjaan yang aman, jaminan hari tua, dan kebutuhan masa pension nanti.

- c. *Affection needs* atau *love needs* atau *belonging needs*. Kebutuhan untuk disukai (rasa memiliki, sosial dan cinta) merupakan kebutuhan yang lebih tinggi, setelah terpenuhi kebutuhan dasar fisik dan rasa amannya.
- d. *Esteem needs*. Kebutuhan harga diri. Pada tingkat ini, individu memiliki kebutuhan untuk berprestasi dan mendapat pengakuan serta penghargaan dari orang lain.
- e. *Self-actualization needs*. Kebutuhan pengembangan diri atau aktualisasi diri. Ini merupakan kebutuhan pada hierarki tertinggi, yaitu memenuhi diri sendiri dengan memaksimalkan keahlian dan potensi yang ada.

2. *ERG Theory (Existence Relatedness, Growth)* dari Alderfer

Teori ERG merupakan refleksi dari nama tiga dasar kebutuhan, yaitu (Purnomo, 2016).

a. *Existence needs*.

Kebutuhan ini berhubungan dengan fisik dari eksistensi pegawai, seperti makan, minum, pakaian, bernapas, gaji, keamanan kondisi kerja, *fringe benefits*.

b. *Relatedness needs.*

Kebutuhan interpersonal, yaitu kepuasan dalam berinteraksi dalam lingkungan kerja.

c. *Growthneeds.*

Kebutuhan untuk mengembangkan dan meningkatkan pribadi. Hal ini berhubungan dengan kemampuan dan kecakapan pegawai.

3. Teori Dua Faktor Herzberg

Salah satu teori awal tentang motivasi pekerjaan adalah teori *motivator-hygiene*. Yang pertama *motivator* yang dikatakan memberikan pekerja dengan kepuasan kerja, seperti pengakuan akan berusaha dan hasilnya, membuat mereka lebih efisien. Akan tetapi, dia mengetahui produktivitas. Faktor kesehatan (*hygiene*) yang menghasilkan ketidakpuasan angkatan kerja. Meningkatkan faktor kesehatan dapat mengurangi atau menghilangkan ketidakpuasan.

Menurut Herzberg, faktor-faktor yang menghasilkan kepuasan kerja terpisah dan berbeda dari faktor-faktor yang menimbulkan ketidakpuasan kerja. Oleh karena itu, manajer yang berusaha menghilangkan faktor-faktor yang menimbulkan ketidakpuasan kerja mungkin menghadirkan kenyamanan, namun belum tentu motivasi. Mereka akan membuat angkatan kerja merasa nyaman, bukan memotivasi. Sebagai hasilnya, kondisi-kondisi yang melingkungi pekerjaan, seperti kualitas pengawasan, imbalan kerja, kebijaksanaan perusahaan, kondisi fisik pekerjaan, hubungan dengan individu lain, dan keamanan pekerjaan, digolongkan oleh Herzberg sebagai faktor-faktor *hygiene* (Edison et al., 2016, p. 178).

4. Teori McClelland

Pada dasarnya motif seseorang ditentukan oleh tiga kebutuhan, yaitu :

- a. Kebutuhan berprestasi
- b. Kebutuhan berafiliasi
- c. Kebutuhan berkuasa

McClelland mengemukakan bahwa, jika kebutuhan seseorang sangat kuat, dampaknya ialah motivasi orang tersebut untuk menggunakan perilaku yang mengarah ke pemuasan kebutuhannya (Edison et al., 2016, p. 180).

5. Teori X dan Y dari Douglas Mc.Gregor

Douglas Mc. Gregor adalah seorang psikolog sosial Amerika yang memimpin suatu varietas proyek riset dalam hal motivasi dan tingkah laku umum dari para anggota organisasi. Mc. Gregor terkenal dengan teori X dan teori Y-nya, dalam bukunya *The Human Side of Enterprise* (Segi Manusiawi Perusahaan) (Hasibuan, 2014, p. 123).

Teori X

- a) Rata-rata karyawan itu malas dan tidak suka bekerja.
- b) Umumnya karyawan tidak terlalu terambisi mencapai prestasi yang optimal dan selalu menghindarkan tanggung jawabnya dengan cara mengkambinghitamkan orang lain.
- c) Karyawan lebih suka dibimbing, diperintah dan diawasi dalam melaksanakan pekerjaannya.
- d) Karyawan lebih mementingkan dirinya sendiri dan tidak memperdulikan tujuan organisasi.

Menurut teori X ini untuk memotivasi harus dilakukan dengan cara yang ketat, dipaksa dan diarahkan supaya mereka mau bekerja secara sungguh-sungguh. Jenis motivasi yang diterapkan adalah cenderung pada motivasi yang negative yakni dengan menerapkan hukuman yang tegas.

Tipe kepemimpinan teori X adalah otoriter sedang gaya kepemimpinannya berorientasi pada prestasi kerja.

Teori Y

- a) Rata-rata karyawan rajin dan menganggap sesungguhnya bekerja sama wajarnya dengan bermain-main dan beristirahat.
- b) Lazimnya karyawan dapat memikul tanggung jawab dan berambisi untuk maju dalam mencapai prestasi keras yang optimal.
- c) Karyawan selalu berusaha mencapai sasaran organisasi dan mengembangkan dirinya untuk mencapai sasaran itu.

Menurut teori Y ini untuk memotivasi karyawan hendaknya dilakukan dengan cara peningkatan partisipasi karyawan, kerja sama dan keterikan pada keputusan. Jenis motivasi yang diterapkan adalah motivasi positif, sedang tipe kepemimpinan adalah kepemimpinan partisipasi.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Motivasi

Menurut Hasibuan mengatakan bawah jenis-jenis motivasi adalah sebagai berikut (Hasibuan, 2014, p. 99).

1. Motivasi Positif Motivasi positif maksudnya manajer memotivasi (merangsang) bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi di atas prestasi standar. Dengan motivasi positif, semangat

kerja bawahan akan 10 meningkat karena umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.

2. Motivasi Negatif Motivasi negatif maksudnya manajer memotivasi bawahan dengan standar mereka akan mendapat hukuman. Dengan motivasi negatif ini semangat bekerja bawahan dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

2.1.2.4 Indikator-Indikator Motivasi

Menurut Maslow dalam buku sumber daya manusia, kebutuhan dan kepuasan pekerja identik dengan kebutuhan biologis dan psikologis. Dasar teori ini adalah bahwa manusia merupakan makhluk yang keinginannya tak terbatas, alat motivasinya adalah kepuasan yang belum terpenuhi serta kebutuhannya berjenjang. Atas dasar asumsi di atas, kebutuhan manusia adalah sebagai berikut (Sunyoto, 2012, p. 194).

1. Kebutuhan fisiologis (*Physiological-need*)

Kebutuhan Fisiologis Kebutuhan fisiologis merupakan hirarki kebutuhan manusia yang paling dasar yang merupakan kebutuhan untuk dapat hidup seperti makan, minum, perumahan, oksigen, tidur dan sebagainya.

2. Kebutuhan rasa aman (*Safety-need*)

Apabila kebutuhan fisiologis relatif sudah terpuaskan, maka muncul kebutuhan yang kedua yaitu kebutuhan akan rasa aman. Kebutuhan akan rasa aman ini meliputi keamanan akan perlindungan dari bahaya kecelakaan kerja, jaminan akan kelangsungan pekerjaannya dan jaminan

akan hari tuanya pada saat mereka tidak lagi bekerja.

3. *Kebutuhan sosial (Social-need)*

Jika kebutuhan fisiologis dan rasa aman telah terpuaskan secara minimal, maka akan muncul kebutuhan sosial, yaitu kebutuhan untuk persahabatan, afiliasi dan interaksi yang lebih erat dengan orang lain. Dalam organisasi akan berkaitan dengan kebutuhan akan adanya kelompok kerja yang kompak, supervisi yang baik, rekreasi bersama dan sebagainya.

4. *Kebutuhan penghargaan (Esteem-need)*

Kebutuhan ini meliputi kebutuhan keinginan untuk dihormati, dihargai atas prestasi seseorang, pengakuan atas kemampuan dan keahlian seseorang serta efektifitas kerja seseorang.

5. *Kebutuhan aktualisasi diri (Self-actualization need)*

Aktualisasi diri merupakan hirarki kebutuhan dari Maslow yang paling tinggi. Aktualisasi diri berkaitan dengan proses pengembangan potensi yang sesungguhnya dari seseorang.

2.1.3 Kepuasan Kerja

Menurut Robbins & Coulter dalam buku judul sumber daya manusia, menyebutkan bahwa kepuasan kerja merupakan sikap umum seseorang terhadap pekerjaannya. Sedangkan pendapat Vroom kepuasan kerja adalah reaksi dari para pekerja terhadap peran yang mereka mainkan dalam pekerjaan mereka (Edison et al., 2016, p. 213).

Menurut Robbin dan Judge dalam buku judul perilaku dalam organisasi memberikan definisi kepuasan kerja sebagai perasaan positif tentang pekerjaan

sebagai hasil evaluasi dari karakteristiknya. (Wibowo, 2013, p. 131).

Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan di mana para karyawan memandang pekerjaannya (Sunyoto, 2012, p. 210).

Menurut Sunyoto kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan dimana para karyawan memandang pekerjaannya (Astuti & Iskandar, 2015, p. 1235).

Menurut Anogara kepuasan kerja merupakan penilaian dari pekerja, yaitu seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan memuaskan kebutuhannya (Siregar & Hardjo, 2013, p. 12).

2.1.3.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Kerja

Menurut Sutrisno faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja sebagai berikut (Astuti & Iskandar, 2015, p. 1235)

1. Faktor psikologis, merupakan faktor yang berhubungan dengan kejiwaan karyawan, yang meliputi minat, ketenteraman dalam kerja, sikap terhadap kerja, bakat, dan keterampilan.
2. Faktor sosial, merupakan faktor yang berhubungan dengan interaksi sosial antar karyawan maupun karyawan dengan atasan.
3. Faktor fisik, merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik karyawan, meliputi jenis pekerjaan, pengaturan waktu dan waktu istirahat, perlengkapan kerja, keadaan ruangan, suhu, penerangan, pertukaran udara, kondisi kesehatan karyawan, umur, dan sebagainya.
4. Faktor finansial, merupakan faktor yang berhubungan dengan jaminan serta

kesejahteraan karyawan, yang meliputi sistem dan besarnya gaji, jaminan sosial, macam-macam tunjangan, fasilitas yang diberikan, promosi, dan sebagainya.

2.1.3.2 Indikator-indikator Kepuasan Kerja

Menurut Gibson, Ivancevich, dan Donnely dalam buku judul Manajemen Sumber Daya Manusia dimensi kepuasan kerja adalah sebagai berikut (Edison et al., 2016, p. 216).

1. Upah
Jumlah upah yang diterima dan dianggap upah yang wajar
2. Pekerjaan
Keadaan di mana tugas pekerjaan dianggap menarik, memberikan kesempatan untuk belajar dan bertanggung jawab.
3. Kesempatan promosi
Tersedia kesempatan untuk maju
4. Penyelia
Kemampuan penyelia untuk menunjukkan minat dan perhatian terhadap karyawan
5. Rekan sekerja
Keadaan dimana rekan sekerja menunjukkan sikap bersahabat dan mendorong.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dipaparkan untuk menjadi sebuah referensi dan

perbandingan untuk penelitian ini, berikut adalah penelitian mengenai kepuasan kerja.

Hera Dzaki Astuti dan Dadang Iskandar "Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Chitose Internasional Tbk.)" dengan menggunakan metode deskriptif dan kausal. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Untuk menganalisis data tersebut dibantu menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 59,3% dan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Secara parsial, motivasi berprestasi dan motivasi berafiliasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan (Astuti & Iskandar, 2015).

Sri Rahayu "Komunikasi Interpersonal Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Budaya Kerja Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Dan Dampaknya Pada Kepuasan Kerja Guru Sekolah Menengah Pertama" jenis penelitian kuantitatif korelasional. Pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Pengumpulan data menggunakan metode angket. Teknik analisis data dengan analisis jalur. Hasil penelitian, 1) Komunikasi interpersonal, kepemimpinan kepala sekolah dan budaya kerja organisasi mempunyai kontribusi secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan kerja secara tidak langsung melalui motivasi kerja guru; 2) Komunikasi interpersonal, kepemimpinan kepala sekolah dan budaya kerja organisasi berkontribusi secara langsung terhadap motivasi kerja;

dan 3) Motivasi kerja berkontribusi secara langsung terhadap kepuasan kerja guru (Rahayu, 2017).

Chairiah Yulianti Siregar dan Suryani Hardjo "Hubungan Komunikasi Interpersonal Dan Persepsi Pengembangan Karir Dengan Kepuasan Kerja" Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan 127 orang kemudian terpilih sebagai sampel. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan analisa dokumentasi data karyawan, skala komunikasi interpersonal, skala persepsi pengembangan karir, dan skala kepuasan kerja. Data yang terkumpul kemudian dianalisa dengan menggunakan uji korelasi Pearson product moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan persepsi terhadap pengembangan karir dengan kepuasan kerja karyawan. Secara bersama-sama, variabel komunikasi interpersonal dan persepsi terhadap pengembangan karir berkontribusi terhadap kepuasan kerja sebanyak 13,9% (Siregar & Hardjo, 2013).

Ni Luh Gede Poniasih dan A.A.Sagung Kartika Dewi " Pengaruh Motivasi Kerja, Komunikasi Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan" Lokasi penelitian PT Indonesia Power UBP Bali, sampel 150 orang karyawan dengan metode simple random sampling. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner, dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel motivasi kerja, komunikasi dan stres kerja secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik analisis yang lebih akurat, serta menambahkan variabel lain yang lebih berkontribusi dengan

masalah yang terjadi seperti hubungan kerja (Poniasih & Dewi, 2015).

Djuma Purnomo ” Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Politeknik Lp3I Bandung” Penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menilai motivasi dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan, jumlah pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan kerja dan kepuasan kerja berdampak pada kinerja karyawan. Perlu ada sebuah variabel pengukuran keempat dalam penelitian ini di Politeknik LP3I Bandung, yang nota bene didirikan untuk memberantas keberadaan pengangguran di Indonesia. Pengukuran yang dituangkan dalam penelitian ini, dilakukan oleh verifikasi metode deskriptif dengan teknik cluster sampling proporsional random sampling. Berdasarkan penelitian, menunjukkan bahwa ada pengaruh motivasi 78,8% terhadap kepuasan kerja, ada pengaruh kompetensi 20,8% terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja mempengaruhi kinerja (Purnomo, 2016).

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

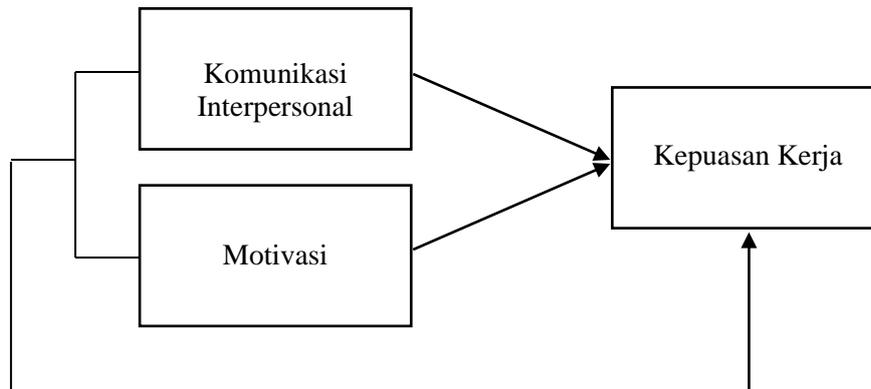
No	Peneliti/ ISSN	Judul	Variabel	Hasil
1	Hera Dzaki Astuti dan Dadang Iskandar/ 2355-9357	Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Chitose Internasional Tbk.)	Dimensi motivasi dan kepuasan kerja karyawan	1. Motivasi berprestasi dan motivasi berafiliasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.
2	Sri Rahayu/ 1907-4034	Komunikasi Interpersonal Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Budaya Kerja Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Dan Dampaknya Pada Kepuasan Kerja Guru Sekolah Menengah Pertama	Dimensi Komunikasi interpersonal, kepemimpinan, budaya kerja organisasi, motivasi kerja dan kepuasan kerja guru	1. Komunikasi interpersonal, kepemimpinan kepala sekolah dan budaya kerja organisasi mempunyai kontribusi secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan kerja secara tidak langsung melalui motivasi 2. Komunikasi interpersonal, kepemimpinan kepala sekolah dan budaya kerja organisasi berkontribusi secara langsung terhadap motivasi kerja 3. Motivasi kerja berkontribusi secara langsung terhadap kepuasan kerja guru
3	Chairiah Yulianti Siregar dan Suryani Hardjo/ 2085-6601	Hubungan Komunikasi Interpersonal Dan Persepsi Pengembangan Karir Dengan Kepuasan Kerja	Dimensi komunikasi interpersonal, persepsi pengembangan karir, kepuasan kerja	1. Hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan persepsi terhadap pengembangan karir dengan kepuasan kerja karyawan. 2. Secara bersama-sama, variabel komunikasi interpersonal dan persepsi terhadap pengembangan karir berkontribusi terhadap kepuasan kerja sebanyak 13,9%

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Lanjutan

No	Peneliti/ ISSN	Judul	Variabel	Hasil
4	Ni Luh Gede Poniasih dan A.A.Sagung Kartika Dewi/ 2302-8912	Pengaruh Motivasi Kerja, Komunikasi Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan	Dimensi Motivasi Kerja, Komunikasi Dan Stres Kerja Kepuasan Kerja Karyawan	1. motivasi kerja, komunikasi dan stres kerja secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan
5	Djuma Purnomo/ 2252-9993	Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Politeknik Lp31 Bandung	Dimensi Motivasi Kompetensi Kerja Kepuasan Kerja Kinerja Karyawan	1. pengaruh motivasi 78,8% terhadap kepuasan kerja, ada pengaruh kompetensi 20,8% terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja mempengaruhi kinerja 84,4%.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan untuk mempermudah suatu proses penelitian. Dalam kerangka pemikiran dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijabarkan dalam suatu model dimana variabel komunikasi interpersonal dan motivasi merupakan variabel bebas (X) dan kepuasan kerja karyawan merupakan variabel terikat (Y). Dari uraian di atas, maka hubungan itu dapat dilihat dalam gambar berikut.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2012, p. 93). Oleh karena itu, rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawabannya belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai penelitian, belum jawaban yang empirik.

H1: Komunikasi Interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT Lautan Sejati.

H2: Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT Lautan Sejati.

H3: Komunikasi Interpersonal dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.