

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

Berdasarkan masalah penelitian, maka dalam kerangka teori disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

1. Komunikasi organisasi
2. Fungsi komunikasi organisasi
3. Iklim komunikasi organisasi
4. Motivasi
5. Pengaruh iklim komunikasi dan motivasi kerja.

2.1.1. Komunikasi Organisasi

Merujuk ke beberapa definisi komunikasi organisasi, terdapat banyak pandangan para ahli. Oleh karena itu, peneliti hanya mengutip beberapa pendapat sebagai berikut:

Menurut Vardiansyah (2004:32-33) “Komunikasi organisasi terjadi di dalam organisasi maupun antarorganisasi, bersifat formal maupun informal. Semakin formal sifatnya, semakin terstruktur pesan yang disampaikan. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi: komunikasi ke atas, ke bawah, maupun horizontal. Sedangkan komunikasi informal adalah yang terjadi di luar struktur organisasi. Karenanya, komunikasi organisasi melibatkan komunikasi kelompok, komunikasi antarpribadi, dan terkadang komunikasi publik juga muncul di dalamnya.”

Menurut Goldhaber dalam Muhammad (2001:67) “*Organizational communications is the process of creating and exchanging messages within a network of independent relationship to cope with enviromental uncertainty.*” (Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah).

Berdasarkan definisi di atas mengandung tujuh konsep yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian. Proses disini merupakan penjelasan dari adanya gejala-gejala yang tercipta dan

penukaran informasi yang berjalan terus-menerus, sehingga dapat disebut sebuah proses. Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan seseorang. Jaringan disini merupakan beberapa bagian yang berada di dalam suatu struktur dalam suatu organisasi. Saling ketergantungan merupakan bukti bahwa setiap bagian dapat saling mempengaruhi dan tidak dapat dipisahkan. Hubungan disini merupakan interaksi antara dua orang atau lebih dalam suatu organisasi yang dilakukan untuk memperlancar proses komunikasi organisasi tersebut. Lingkungan dalam hal ini bisa merupakan lingkungan internal maupun eksternal. Ketidakpastian adalah adanya lingkungan yang tidak tetap dan selalu berubah-ubah dalam suatu organisasi, sehingga dibutuhkan komunikasi dalam mengatasi ketidakpastian informasi yang ada di suatu organisasi.

Sedangkan menurut Nova (2009:241) “Komunikasi organisasi dapat di definisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu.”

Berdasarkan definisi tersebut terdapat dua unsur yaitu pertunjukan dan penafsiran pesan, diantara unit-unit komunikasi. Pertunjukan pesan berarti terjadi pengiriman pesan yang dilakukan komunikator dan penafsiran pesan berarti penerimaan pesan oleh komunikan yang telah diolah dan memiliki arti. Diantara unit-unit komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang terjadi dalam organisasi melibatkan anggota-anggota yang ada di organisasi tersebut.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya menurut Wiryanto dan Romli (2014:2) “Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.”

Berdasarkan organisasi di atas terdapat tiga unsur yaitu pengiriman dan penerimaan pesan, formal dan informal. Pengiriman pesan dalam definisi ini menunjukkan komunikasi yaitu bersifat sirkuler (berputar), masing-masing komunikator dan komunikan dapat bertukar peranan. Komunikasi dalam organisasi dapat berlangsung formal menurut tugas dan fungsi individu sesuai jabatannya dalam struktur organisasi. Komunikasi dalam organisasi juga dapat berlangsung informal yang mengalir di luar rantai struktural organisasi.

Berdasarkan ketiga definisi di atas terdapat persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat dari masing-masing unsur yang terkandung di dalamnya. Dalam definisi komunikasi organisasi menurut Nova dan Goldhaber sama-sama terdapat unsur pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam organisasi. Nova memfokuskan komunikasi organisasi diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu komunikasi tertentu. Sama halnya dengan Goldhaber

yang menekankan komunikasi organisasi dalam jaringan dan hubungan yang saling ketergantungan satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. Perbedaan hanya terdapat pada pendapat Wiryanto yang lebih menekankan komunikasi organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

Berdasarkan ketiga definisi para ahli tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan yang dilakukan diantara unit-unit organisasi yang ada di dalam suatu jaringan. Hubungan yang saling ketergantungan untuk mengatasi lingkungan formal (kegiatan resmi seperti penugasan yang diberikan pimpinan kepada karyawan) maupun lingkungan informal (kegiatan tidak resmi seperti *human relations* yang menimbulkan hubungan dekat dan akrab diantara setiap anggota) yang selalu mengalami perkembangan dan saling menyesuaikan.

Dikaitkan dengan penelitian ini komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk untuk mempererat hubungan antar sesama anggota organisasi hal ini untuk mencegah ketidakpastian dan kesalahpahaman diantara anggota satu dan yang lainnya.

2.1.2. Fungsi Komunikasi Organisasi

Merujuk ke perpustakaan, terdapat keragaman fungsi komunikasi organisasi. Menurut Thayer dalam Hardjana (2003:138-141) terdapat empat fungsi komunikasi organisasi. Fungsi-fungsi tersebut meliputi fungsi informasi, fungsi perintah dan instruksi, fungsi pengaruh dan persuasi, dan fungsi integrasi. Sedangkan menurut Masmuh (2008:74-77) ada tujuh fungsi meliputi fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemasyarakatan atau pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi perintah, fungsi *relational*, dan fungsi manajemen ambigu. Penjelasannya sebagai berikut:

1. Fungsi informasi

Fungsi utama informasi adalah untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan bagi individu melalui adaptasi. Sebagai anggota organisasi setiap karyawan membutuhkan informasi. Thayer dalam Hardjana (2003:138-141).

Berdasarkan definisi di atas terdapat unsur ketidakpastian, yang dimaksud ketidakpastian seperti tugas yang harus dikerjakan, dengan siapa harus bekerja sama untuk melakukan tugas tersebut. Hal tersebut harus di informasikan dengan jelas.

2. Fungsi perintah

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Thayer dalam Hardjana (2003:138-141). Begitu juga yang dikemukakan oleh Masmuh (2008:74-77).

Penjelasan tersebut memiliki lima unsur yaitu membicarakan, menerima, menafsirkan, bertindak, perintah. Membicarakan artinya memberikan kesan kepada orang lain. Menafsirkan disini berarti pesan yang telah diterima kemudian diberikan untuk dipahami apa maksudnya. Bertindak adalah melakukan kegiatan yang dimaksud setelah menafsirkan pesan tersebut. Perintah disini artinya setiap orang dalam organisasi melakukan kegiatan sesuai dengan perintah yang diberikan kepadanya.

3. Fungsi pengaruh dan persuasi

Komunikasi yang memiliki kewenangan dan posisi dalam struktur hierarkis. Melalui pengaruh dan persuasi manajemen dengan posisi yang tinggi dan memiliki kewenangan dapat mengendalikan informasi dan perilaku karyawan. Thayer dalam Hardjana (2003:138-141).

Berdasarkan penjelasan di atas fungsi pengaruh dan persuasi terkait dengan regulasi atau pengaturan. Dalam mengatur organisasi kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan, maka banyak atasan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah.

4. Fungsi integrasi

Komunikasi organisasi yang membuat hubungan seluruh anggota organisasi menjadi harmonis dalam kerjasama dan kesepakatan tentang tujuan organisasi. Thayer dalam Hardjana (2003:138-141).

Berdasarkan definisi di atas integrasi terkait dengan komunikasi formal regional yang sekaligus bersifat sosial dan relasional, integrasi antar segenap karyawan menjadi serasi dan berpengaruh kepada kepuasan kerja dan motivasi kerja yang tinggi.

5. Fungsi produksi dan pengaturan

Komunikasi yang terutama berhubungan dengan penyelesaian pekerjaan dan membantu organisasi mencapai tujuan produksi (produk, jasa, dsb.) berorientasi pengaturan dan produksi. Masmuh (2008:74-77).

Penjelasan tersebut memiliki dua unsur yaitu penyesuaian diri dan perubahan lingkungan. Penyesuaian diri berarti organisasi melakukan penyesuaian terhadap lingkungan yang terus berkembang, organisasi tidak statis (diam) melainkan dinamis (bergerak) sesuai kebutuhan lingkungan. Perubahan lingkungan dalam hal ini contohnya seperti perubahan terhadap teknologi pendukung dalam pengoperasionalisasian jalannya kegiatan organisasi.

6. Fungsi pasyarakatatan atau pemeliharaan

Aktifitas-aktifitas komunikasi yang menyangkut harga diri para anggota organisasi, imbalan dan motivasi pegawai, hubungan antar pribadi mereka dalam organisasi. Masmuh (2008:74-77).

Penjelasan tersebut memiliki lima unsur yaitu aktifitas-aktifitas komunikasi, menyangkut harga diri anggota, imbalan, motivasi pegawai, hubungan antar pribadi.aktifitas-aktifitas komunikasi merupakan adanya berbagai kegiatan penyampaian pesan antar manusia dalam organisasi tersebut. Menyangkut harga diri anggota maksudnya adalah kegiatan-kegiatan penyampaian pesan dilakukan oleh semua anggota organisasi sebagai penghubung dalam memperoleh informasi dengan jelas dan menyelesaikan pekerjaan sesuai yang diharapkan organisasi karena hal ini menyangkut harga diri anggota sebagai individu yang profesional dan bertanggung jawab dalam pekerjaannya. Imbalan disini adalah profesionalisme dan tanggung jawab dan anggota pun menginginkan imbalan yang sebanding dengan apa yang sudah dikerjakan, maka motivasi mereka pun akan terus meningkat karena merasa pekerjaan yang mereka lakukan dihargai. Hubungan antar pribadi dalam organisasi pada akhirnya dapat terjalin dan terpelihara.

7. Fungsi tugas

Aktifitas-aktifitas komunikasi yang berkenan dengan pelaksanaan tugas-tugas organisasi oleh anggota organisasi Masmuh (2008:74-77).

Penjelasan tersebut memiliki tiga unsur yaitu aktifitas komunikasi, pelaksanaan tugas, anggota organisasi. Aktifitas komunikasi berarti kegiatan penyampaian pesan antar manusia. Pelaksanaan tugas berarti komunikasi yang dilakukan berkaitan dengan pekerjaan (tugas-tugas) dalam organisasi. Anggota organisasi maksudnya pekerjaan tersebut adalah pekerjaan masing-masing anggota organisasi mulai dari atasan sampai bawahan.

8. Fungsi *relational*

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif dan hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Masmuh (2008:74-77).

Penjelasan tersebut memiliki dua unsur yaitu menciptakan dan mempertahankan hubungan personal, anggota organisasi lain. Menciptakan dan mempertahankan hubungan personal berarti komunikasi dalam organisasi berperan dalam memulai dan membentuk hubungan pribadi sebagai individu, bukan hanya membentuk tapi juga memelihara dan mencapai kepuasan kedua belah pihak. Anggota organisasi lain disini berarti hubungan tersebut terbentuk diantara anggota organisasi yang memiliki kebutuhan masing-masing dan kebutuhan dapat dipenuhi oleh anggota lain.

9. Fungsi manajemen ambigu

Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi. Masmuh (2008:74-77).

Penjelasan tersebut memiliki dua unsur yaitu mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan organisasi. Mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan maksudnya adalah dalam organisasi pasti terdapat ketidakjelasan mengenai perkembangan organisasi.

Berdasarkan kedua pendapat ahli ada persamaan yaitu di fungsi perintah. Namun Thayer memfokuskan pada tiga fungsi lainnya yaitu informasi, pengaruh dan persuasi serta fungsi internal sedangkan Masmuh berfokus pada enam fungsi lainnya yaitu fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemasyarakatan atau pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi *relational* dan fungsi manajemen ambigu.

Berdasarkan kedua pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi memiliki banyak fungsi mulai dari fungsi informasi, fungsi perintah dan instruksi, fungsi pengaruh dan persuasi, fungsi integrasi, fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemasyarakatan atau pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi *relational* dan fungsi manajemen individu. Semua fungsi sama-sama memiliki peran penting dalam suatu organisasi.

Fungsi komunikasi yang berkaitan dengan penelitian ini adalah fungsi pemasyarakatan atau pemeliharaan, dalam fungsi ini peneliti ingin melihat aktifitas komunikasi yang ada di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk bagaimana pengaruh hubungan antar pribadi, imbalan dan harga diri setiap anggota dapat mempengaruhi motivasi kerja di perusahaan ini.

2.1.3. Iklim Komunikasi Organisasi

Iklim komunikasi organisasi merupakan hal yang penting yang harus dipahami setiap organisasi, karena iklim ini sangat berpengaruh besar pada kelangsungan kegiatan-kegiatan dalam suatu organisasi, mengetahui iklim komunikasi suatu organisasi dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap. Jika suasana kerja di suatu organisasi dapat membuat anggotanya menjadi nyaman maka tidak menutup kemungkinan tujuan yang diharapkan organisasi dapat tercapai dengan mudah.

Iklim komunikasi organisasi memiliki beragam definisi, antara lain:

Menurut Pace dan Faules (2001:147) iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan, konflik-konflik antar personal dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi berbeda meliputi persepsi-persepsi

mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi. Jadi iklim komunikasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi.

Unsur dari iklim komunikasi terdiri dari persepsi-persepsi yang berkembang dari interaksi antara sifat-sifat suatu organisasi terhadap individu. Iklim komunikasi sangat berpengaruh terhadap kehidupan individu, karena iklim komunikasi dalam sebuah organisasi dapat mempengaruhi cara hidup yang merupakan perasaan, keinginan, motivasi dan perkembangan yang terjadi dalam organisasi.

Muhammad (2001:85) mengatakan “Bahwa iklim komunikasi yang penuh persaudaraan menolong anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah-tamah dengan anggotanya yang lain. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif menjadikan anggota tidak dapat berkomunikasi secara terbuka dan penuh persaudaraan”.

Uraian tentang iklim komunikasi di atas mengemukakan pengertian bahwa dengan adanya iklim komunikasi yang baik dapat mewujudkan tujuan dari suatu organisasi. Dalam hal ini tentunya tidak terlepas dari adanya komunikasi yang terbuka yang dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja anggota organisasi.

Menurut pendapat Muhammad (2001:75) iklim komunikasi terdiri dari lima faktor, yaitu:

1. Dukungan
Dukungan yang terjadi karena anggota organisasi memandang hubungan dengan atasannya dapat membangun dan meningkatkan kesadaran akan arti penting dan makna yang berharga terhadap peran yang dilakukan.
2. Partisipasi pengambilan keputusan
Peran serta dalam proses pengambilan keputusan sehingga memberikan kesadaran sikap bahwa komunikasi ke atasan di dengar. Iklim ini menunjukkan adanya kebebasan karyawan untuk berkomunikasi secara vertikal.
3. Kepercayaan
Percaya diri dan kredibilitas terhadap sumber-sumber peran komunikasi menunjukkan bahwa pesan dan peristiwa komunikasi dapat dipercaya. Oleh karenanya dapat menyimpan rahasia.
4. Keterbukaan dan kejujuran
Dalam hubungannya dengan mengatakan dan juga mendengarkan pesan-pesan.
5. Perhatian terhadap hasil tujuan

Tujuan kinerja yang tinggi meliputi tingkat kejelasan tujuan kinerja yang dikomunikasikan kepada anggota.

Iklm komunikasi yang baik juga sangat berpengaruh pada para pekerja, baik itu sebagai motivasi untuk meningkatkan kinerjanya atau untuk pengembangan pribadi dan perilakunya karena dapat memberikan rasa percaya diri yang tinggi. Berkomunikasi didalam organisasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, baik itu dengan melalui media (tertulis, telepon) ataupun pertemuan langsung.

Menurut Pace dan Faules (2001:159) ada enam indikator yang terdapat dalam iklim komunikasi, yaitu:

1. Kepercayaan
Personel di semua tingkat harus berusaha keras untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang di dalamnya terdapat kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan dan tindakan.
2. Pembuatan keputusan bersama
Para pegawai di semua tingkat dalam organisasi harus diajak berkomunikasi dan berkonsultasi mengenai semua masalah dalam semua wilayah kebijakan organisasi, yang relevan dengan kedudukan mereka. Para pegawai di semua tingkat harus diberi kesempatan berkomunikasi dan berkonsultasi dengan manajemen di atas mereka agar berperan serta dalam proses pembuatan keputusan dan penentuan tujuan.
3. Kejujuran
Suasana umum yang diliputi kejujuran dan keterusterangan harus mewarnai hubungan-hubungan dalam organisasi, dan para pegawai mampu mengatakan “apa yang ada dalam pikiran mereka” tanpa mengindahkan apakah mereka berbicara kepada rekan sejawat, bawahan, atau atasan.
4. Mendengarkan dalam komunikasi ke atas
Personel di setiap tingkat dalam organisasi harus mendengarkan saran-saran atau laporan-laporan masalah yang dikemukakan personel di setiap tingkat bawahan dalam organisasi, secara berkesinambungan dan dengan pikiran terbuka. Informasi dari bawahan harus dipandang cukup penting untuk dilaksanakan kecuali ada petunjuk yang berlawanan.
5. Keterbukaan dalam komunikasi ke bawah
Kecuali untuk keperluan informasi rahasia, anggota organisasi harus relatif mudah memperoleh informasi yang berhubungan langsung dengan tugas mereka saat itu, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengkoordinasikan pekerjaan mereka dengan orang-orang atau bagian-bagian lainnya, dan yang berhubungan luas dengan perusahaan, organisasinya, para pemimpin, dan rencana-rencana.

6. Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Personel di semua tingkat dalam organisasi harus menunjukkan suatu komitmen terhadap tujuan-tujuan berkinerja tinggi, produktifitas tinggi, kualitas tinggi, biaya rendah, demikian pula menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

Jadi berdasarkan referensi mengenai pengertian yang dikemukakan oleh para ahli, maka penulis mengambil suatu kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan iklim komunikasi adalah suatu gambaran yang ada didalam pikiran seseorang berdasarkan sesuatu yang dirasakan, didengar juga dilihatnya mengenai segala hal yang terjadi didalam organisasi. Penulis memilih untuk menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Pace dan Faules sebagai bahan penelitian dikarenakan penulis melihat bahwa teori yang dikemukakan oleh Pace dan Faules dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Organisasi (2001) lebih lengkap, jadi dapat lebih memudahkan penulis dalam mencari data-data yang berkaitan dengan iklim komunikasi dalam suatu organisasi. Dikaitkan dengan masalah penelitian, iklim komunikasi di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Koordinator wilayah Saketi adalah keadaan di dalam suatu lingkungan internal organisasi yang berisi adanya kepercayaan, kejujuran, keterlibatan setiap anggota dalam pengambilan keputusan, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mau mendengarkan dalam komunikasi ke atas dan juga adanya perhatian kepada tujuan-tujuan berkinerja tinggi.

2.1.4. Motivasi

Motivasi dalam bekerja merupakan hal yang sangat penting bagi tinggi rendahnya produktifitas perusahaan. Tanpa adanya motivasi dari para karyawan untuk bekerja sama bagi kepentingan perusahaan, maka tujuan perusahaan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila terdapat motivasi yang tinggi dari para karyawan, maka hal ini merupakan suatu jaminan dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Menurut McClelland dalam Anoraga dan Suyati (1995) ada tiga macam motif atau kebutuhan yang relevan dengan situasi kerja, yaitu:

1. *The Need for Achievement (nAch)*, yaitu kebutuhan untuk berprestasi, untuk mencapai sukses.
2. *The Need for Power (nPow)*, kebutuhan untuk dapat memerintah orang lain, untuk berkuasa.
3. *The Need for Affiliation (nAff)*, kebutuhan akan kawan, hubungan akrab antar pribadi.

Menurut McClelland dalam As'ad (2004) ketiga kebutuhan tersebut munculnya sangat dipengaruhi oleh situasi yang sangat spesifik. Apabila individu tersebut didorong oleh tiga kebutuhan maka tingkah lakunya akan menampilkan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Tingkah laku individu yang didorong oleh kebutuhan berprestasi yang tinggi (*nAch*) akan nampak sebagai berikut:
 - Berusaha melakukan sesuatu dengan cara-cara yang baru dan kreatif
 - Mencari *feedback* (umpan balik) tentang perbuatannya
 - Memilih resiko yang moderat (sedang) di dalam perbuatannya. Dengan Memilih resiko yang sedang berarti masih ada peluang untuk berprestasi yang lebih tinggi
 - Mengambil tanggung jawab pribadi atas perbuatan-perbuatannya
2. Tingkah laku individu yang didorong oleh untuk berkuasa yang tinggi (*nPow*) akan nampak sebagai berikut:
 - Berusaha menolong orang lain walaupun pertolongan itu tidak diminta
 - Sangat aktif dalam menentukan arah kegiatan dari organisasi dimana ia berada
 - Mengumpulkan barang barang atau menjadi anggota suatu perkumpulan yang dapat mencerminkan prestise
 - Sangat peka terhadap struktur pengaruh antar pribadi dari kelompok atau organisasi.
3. Tingkah laku individu yang didorong oleh kebutuhan untuk bersahabat (*nAff*) akan nampak sebagai berikut:
 - Lebih memperhatikan segi hubungan pribadi yang ada dalam pekerjaannya, daripada segi tugas-tugas yang ada pada pekerjaan itu
 - Melakukan pekerjaannya lebih efektif apabila bekerjasama bersama orang lain dalam suasana yang lebih kooperatif
 - Mencari persetujuan atau kesepakatan dari orang lain
 - Lebih suka bekerja dengan orang lain daripada bekerja sendiri.

Karyawan yang memiliki *nAch* tinggi lebih senang menghadapi tantangan untuk berprestasi daripada imbalannya. Perilaku diarahkan ke tujuan dengan kesukaran menengah. Karyawan yang memiliki *nPow* tinggi, punya semangat kompetisi lebih pada jabatan daripada prestasi. Ia adalah tipe seorang yang senang apabila diberi jabatan yang dapat memerintah orang lain. Sedangkan pada karyawan yang memiliki *nAff* tinggi, kurang kompetitif. Mereka lebih senang berkawan, kooperatif dan hubungan antar personal yang akrab. Kebutuhan-kebutuhan yang bervariasi ini akan muncul sangat dipengaruhi oleh situasi yang sangat spesifik.

Menurut Robbins dan Judge dalam Sofyandi dan Garniwa (2007:99) motivasi adalah sebagai proses mengarahkan dan ketekunan setiap individu dengan tingkat intensitas yang tinggi untuk meningkatkan suatu usaha dalam mencapai tujuan.

Berdasarkan definisi di atas terdapat tiga unsur. Unsur-unsurnya adalah mengarahkan, ketekunan, dan intensitas. Yang dimaksud dengan mengarahkan adalah jika seseorang bekerja keras maka orang tersebut pasti mempunyai arah dan tujuan, motivasi tersebut bisa mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuan perusahaan maupun tujuan pribadi. Ketekunan merupakan proses pendukung yang harus dilakukan jika seseorang ingin tercapainya tujuan yang sudah direncanakan, tujuan tidak akan tercapai jika tidak dilakukan secara gigih dan sungguh-sungguh. Yang dimaksud dengan intensitas adalah setiap kegiatan dilakukan dengan cara terus menerus dengan intensitas yang tinggi agar tercapainya tujuan yang sudah direncanakan. Maka tiga unsur ini mempunyai kaitan antara satu dan lainnya seseorang tidak akan bisa mencapai tujuan perusahaan ataupun tujuan pribadi jika tidak mengarahkan kepada tujuan tersebut, tujuan tersebut juga tidak akan terlaksana jika tidak dilakukan secara tekun, dan dalam intensitas yang tinggi.

Definisi di atas juga sejalan dengan Hasibuan dalam Romli (2014:73). Motivasi adalah pemberian daya gerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja secara efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.

Berdasarkan definisi di atas terdapat dua unsur yaitu pemberian daya gerak untuk menciptakan kegairahan kerja serta mau bekerja sama dan bekerja secara efektif. Yang dimaksud dengan pemberian daya gerak untuk menciptakan kegairahan kerja adalah jika seseorang diberi arahan untuk bekerja secara giat agar tercapainya tujuan baik itu tujuan perusahaan maupun tujuan pribadi maka orang tersebut akan bersemangat dalam melakukan pekerjaan, pemberian daya gerak untuk tercapainya tujuan perusahaan bisa berupa jaminan pekerjaan seperti adanya kenaikan jabatan, *reward* atau bonus yang akan diberikan perusahaan untuk orang tersebut, secara tidak langsung hal ini bisa menjadi pendorong agar mereka lebih bersemangat dalam mencapai tujuan perusahaan. Mau bekerja sama merupakan hal penting yang harus dimiliki setiap anggota organisasi agar mereka bekerja secara efektif. Bekerja sama akan dilakukan setiap anggota jika mereka merasa tujuan perusahaan merupakan hal penting bagi mereka, penting atau tidaknya dapat dipengaruhi dari kondisi lingkungan kerja seperti adanya hubungan baik antara atasan dan bawahan maupun sesama rekan kerja, ataupun adanya supervisi yang baik seperti kehadiran atasan yang bisa membantu menyelesaikan masalah yang sedang terjadi. Dengan adanya suasana nyaman dalam bekerja maka tanpa harus dipaksa mereka akan senantiasa memotivasi

dirinya sendiri agar terus bekerja keras dan bekerja secara efektif agar tercapainya tujuan perusahaan.

Berdasarkan kedua definisi di atas terdapat persamaan pendapat antara Robbins dan Judge serta pendapat Hasibuan yang sama-sama berpendapat bahwa motivasi sebagai pendorong seseorang untuk lebih bersemangat dalam bekerja untuk tercapainya suatu tujuan. Robbins lebih memfokuskan pada prosesnya yaitu pemberian arahan, ketekunan serta intensitas yang tinggi sedangkan Hasibuan lebih berfokus pada pencapaian kepuasan.

Berdasarkan pendapat-pendapat ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa motivasi adalah sesuatu yang dapat mengarahkan seseorang agar mau bekerja sama dan bekerja secara efektif untuk tujuan perusahaan ataupun kepentingan pribadi dengan cara bekerja secara tekun dan bekerja gigih secara terus menerus, motivasi dapat timbul dengan adanya jaminan pekerjaan, kondisi lingkungan yang baik serta supervisi yang baik.

Dikaitkan dengan masalah penelitian, motivasi di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk adalah sesuatu yang dapat mengarahkan seseorang agar mau bekerja sama dan bekerja secara efektif untuk tujuan perusahaan ataupun kepentingan pribadi dengan cara bekerja secara tekun dan bekerja gigih secara terus menerus, motivasi dapat timbul dengan adanya jaminan pekerjaan, kondisi lingkungan yang baik di PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.

2.1.5. Pengaruh Iklim Komunikasi dengan Motivasi Kerja

Menurut Redding dalam Pace dan Faules (2001:149) iklim dari organisasi adalah lebih krusial daripada keterampilan atau teknik berkomunikasi dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Hal ini sesuai dengan pendapat Skinner yang mengatakan bahwa penguatan yang positif membantu mengembangkan respon yang diinginkan. Nord juga mengemukakan bahwa penguatan yang positif lebih memungkinkan mempengaruhi hubungan yang bersifat organisasi yang lebih menyenangkan daripada tidak menyenangkan.

Dalam penelitian ini penulis hanya menjelaskan teori ERG, alasan pemilihan teori ini karena penulis menganggap mewakili semua kebutuhan yang ingin dipenuhi manusia yang menyebabkan timbulnya motivasi kerja.

Clayton Alderfer mengemukakan teori ERG (Ruliana, 2014:119) yang merupakan kepanjangan dari “*Existence, Relatedness, Growth.*” Teori ini merumuskan suatu model penggolongan kebutuhan segaris dengan bukti-bukti empiris. Ada tiga kelompok inti dari kebutuhan-kebutuhan, yaitu:

1. Kebutuhan akan keberadaan (*existence need*)

Suatu kebutuhan akan tetap bisa hidup.

2. Kebutuhan berhubungan (*relatedness need*)
Suatu kebutuhan untuk menjalin hubungan sesamanya, melakukan hubungan sosial dan bekerja sama dengan orang lain.
3. Kebutuhan untuk berkembang (*growth need*)
Suatu kebutuhan yang berhubungan dengan keinginan intristik dari seseorang untuk mengembangkan dirinya.

Tabel 2.1. Teori ERG Aldefer

	Tingkat Kebutuhan	Deskripsi
<p style="text-align: center;">Highest level needs</p> <p style="text-align: center;">↑</p> <p style="text-align: center;">Lowest level needs</p>	<i>Growth needs</i>	Kebutuhan untuk pertumbuhan pribadi, kreatifitas dan produktifitas.
	<i>Relatedness needs</i>	Kebutuhan untuk memiliki hubungan yang baik dengan seseorang, berbagi perasaan dan memiliki komunikasi dua arah.
	<i>Existence needs</i>	Kebutuhan dasar seseorang seperti kebutuhan akan makanan, air, pakaian, perlindungan, dan lingkungan yang aman.

Dalam hal ini peneliti hanya memfokuskan pada kebutuhan berhubungan (*relatedness need*), dikaitkan dengan masalah penelitian peneliti ingin melihat karyawannya berdasarkan kebutuhan berhubungan, dimana suasana berorganisasi sangat bergantung dengan hubungan yang terjalin sesama anggotanya baik itu dengan atasan maupun dengan sesama rekan kerja. Dengan adanya hubungan yang baik maka anggota organisasi akan menjadi nyaman dan semangat kerja mereka pun akan meningkat sehingga tujuan yang ditetapkan di perusahaan tersebut bukan lagi hal berat yang harus mereka lakukan melainkan tujuan perusahaan menjadi tujuan pribadi mereka dimana jika tujuan itu tercapai maka tujuan pribadi mereka pun akan terpenuhi. Sebaliknya jika hubungan dengan sesama anggota negatif dan tidak ada komunikasi yang baik maka mereka tidak akan termotivasi dan menjadi malas dalam bekerja, karena mereka tidak menganggap tujuan organisasi sebagai tujuan yang harus mereka capai.

2.1.6. Penelitian Terdahulu

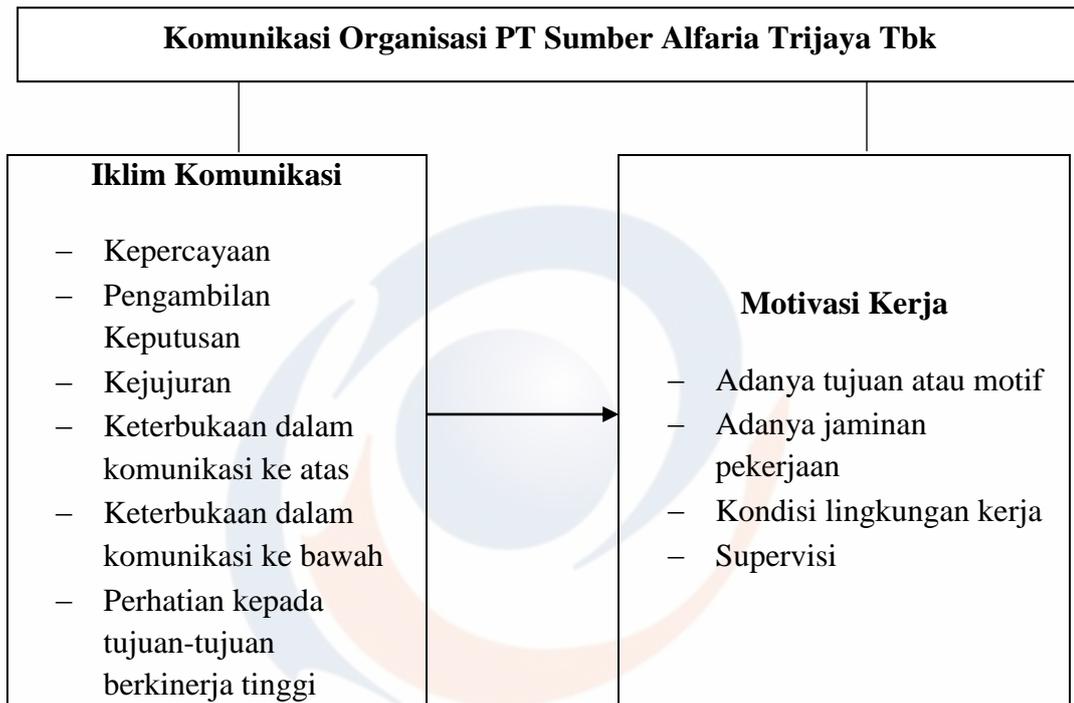
Tabel 2.2. Peneliti Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Lembaga/ Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mery Meilita	Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Transaksi Energi PT PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat Area Sanggau)	Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta/ 2014	Metode Korelasional	Untuk membuktikan adanya pengaruh iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja karyawan PT PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat.	Ada pengaruh yang positif dan signifikan dalam Iklim Komunikasi dan Kepuasan Kerja terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT PLN (Persero) Wilayah Kalimantan Barat Area Sanggau
2	Salmi Hengki	Iklim Komunikasi dan Kepuasan Kerja (Studi Korelasional tentang Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT CIMB Niaga Auto Finance Cabang Medan II)	Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara/ 2013	Metode Korelasional	Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Iklim Komunikasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. CIMB Niaga Auto Finance cabang Medan II.	Terdapat hubungan antara Iklim Komunikasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT CIMB Niaga Auto Finance Cabang Medan II

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka penelitian dari penelitian pengaruh iklim komunikasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk terhadap motivasi kerja karyawannya sebagai berikut:

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pemikiran



2.3. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis statistik dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_a : Ada pengaruh antara iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Koordinator Wilayah Saketi.

H_0 : Tidak ada pengaruh antara iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Koordinator Wilayah Saketi.