

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dilepaskan dari berbagai bidang, semua aspek kehidupan menggunakan komunikasi sebagai penyampaian pesan baik menggunakan cara verbal maupun nonverbal. Bidang keilmuan komunikasi tidak hanya sampai pada definisi seperti itu saja, ada sub-sub keilmuan yang terbagi menjadi beberapa bagian lebih mendalam yang mempelajari kaidah-kaidah mengenai komunikasi. Salah satu sub keilmuan komunikasi adalah membahas tentang kajian ilmu komunikasi organisasi.

Terjadinya proses komunikasi organisasi dalam keberkaitan dan kebergantungan satu sama lain adalah salah satu upaya untuk bersama mencapai tujuan organisasi. Apabila terjadi miskomunikasi, maka itu akan mempengaruhi proses untuk mencapai tujuan tersebut, sehingga diperlukan koordinasi serta kerjasama organisasi yang baik agar komunikasi di dalam organisasi tercapai maksimal dan kinerja karyawan atau *employee* menghasilkan motivasi keuntungan bagi organisasi atau perusahaan. Selain kerjasama yang baik, dalam sebuah organisasi hendaknya menciptakan situasi lingkungan kerja yang baik, adanya dukungan, partisipasi, kepercayaan, keterusterangan, komitmen yang diberikan, keamanan yang baik, apresiasi, tanggung jawab serta tujuan untuk menghasilkan kinerja yang tinggi merupakan hal-hal yang masuk dalam aspek dalam iklim komunikasi organisasi.

Salah satu fenomena kasus akan tidak sehatnya lingkungan kerja di perusahaan yang pernah mencuat ke publik ialah kasus perundungan dan pelecehan pegawai KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) pada tahun 2021 lalu, dalam kasus tersebut, Komnas HAM menyebutkan bahwa KPI gagal dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aman¹. Tentunya setiap permasalahan dalam lingkungan kerja perusahaan memiliki masalah yang

¹ Nahda R, 2021, Komnas HAM: KPI Gagal Ciptakan Lingkungan Kerja Yang Sehat dan Aman, detiknews, <https://news.detik.com/berita/d-5832113/komnas-ham-kpi-gagal-ciptakan-lingkungan-kerja-yang-sehat-dan-aman>

berbeda-beda, selain permasalahan yang berat seperti perundungan dan pelecehan, ada yang namanya isu *burnout*, yaitu kondisi dimana seorang pekerja merasa lelah secara fisik, emosional dan mental dari pekerjaannya, yang mana kondisi tersebut dapat mengakibatkan berbagai masalah negatif yang muncul, salah satunya adalah *workload* atau jelasnya adalah situasi dimana seseorang merasakan beban kerja yang dapat membuat stres. Hal seperti ini banyak terjadi pemicunya, salah satunya seperti bekerja pada kondisi lingkungan kerja yang tidak nyaman.

Pada tahun 2022, Deloitte Global melakukan penelitian mengenai banyaknya kaum milenial dan gen z (generasi z) yang mengundurkan diri dari pekerjaannya, penelitian ini melibatkan orang-orang secara global yang berasal dari warga kenegaraan yang berbeda-beda yakni United State Of Amerika, Eropa, Afrika dan sekitaran Asia Pasifik, dari hasil survey global yang dilakukan, sekitar 40% Gen z (rentang usia 19-24 tahun) dan generasi milenial (rentang usia 28-38 tahun) sebanyak 24 % meninggalkan pekerjaan mereka dalam kurun waktu dua tahun. Ada 46 % Gen z dan 45 % milenial yang disurvei menyebutkan bahwa memutuskan mengajukan pengunduran diri dari pekerjaan dikarenakan lingkungan kerja yang tidak baik.²

Mengetahui iklim organisasi merupakan hal yang penting bagi praktisi humas, karena salah satu tugas dari seorang praktisi humas adalah mengawasi secara internal maupun eksternal guna menjaga dan meningkatkan citra perusahaan atau organisasi, serta hal tersebut dapat mencegah adanya masalah yang terjadi dikemudian hari, selain itu tentunya memiliki lingkungan kerja yang sehat adalah keinginan bagi banyak orang yang bekerja dibawah sebuah organisasi.

Iklim organisasi terbagi menjadi iklim organisasi terbuka dan iklim organisasi tertutup, pada penjelasannya iklim organisasi terbuka ialah iklim organisasi yang menekankan adanya kepercayaan dan keterbukaan yang diberikan pemimpin untuk anggotanya, sedangkan iklim organisasi tertutup

² Deloitte Global, 2022, Striving For Balance Advocating For Change, Deloitte Global, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/human-capital/at-gen-z-millennial-survey-2022>

adalah lebih menekankan fungsi dalam organisasi, dan hanya berorientasi pada struktur organisasi beserta tugas-tugasnya.

Dari paparan fenomena yang pernah terjadi, serta survei yang dilakukan, diketahui, dimanapun sebuah organisasi berdiri, tidak pernah terlepas dari yang namanya iklim komunikasi organisasi. Di Indonesia ada banyak sekali perusahaan-perusahaan besar yang berdiri, semakin sukses dan tinggi sebuah perusahaan, semakin besar tekanan kerja yang diberikan, berbagai interaksi hubungan atau relasi yang terjadi di dalam sebuah organisasi akan mempengaruhi iklim organisasi, bagaimana iklim organisasi tersebut mampu untuk mewujudkan kondisi lingkungan kerja yang terjadi dalam sebuah perusahaan.

Selain kondisi iklim organisasi dan juga lingkungan kerja pada setiap perusahaan pasti berbeda-beda, setiap perusahaan juga memiliki *working culture* yang berbeda-beda.

Salah satu perusahaan yang juga pastinya tidak terlepas dari *working culture* serta iklim organisasinya adalah perusahaan yang berbasis media televisi, jika melihat pada perkembangannya, eksistensi perkembangan teknologi komunikasi salah satunya dimulai dengan adanya media cetak, sebelum pada akhirnya terciptalah sebuah internet sebagai teknologi yang hingga saat ini membawa sebuah perubahan besar pada dunia informasi dan komunikasi dunia. Hingga pada akhirnya media berupa elektronik yang menghasilkan gambar dan suara berupa televisi sebagai media penyampaian pesan dan informasi yang berpengaruh bagi khalayak besar. Tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan dan informasi melalui program tayangan berita, televisi juga memberikan tampilan hiburan dari berbagai macam program yang di hadirkan. Dibalik tersajinya acara serta program-program televisi yang diberikan kepada audiens, ada berbagai kerja keras yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan hasil konten terbaik.

Perusahaan televisi dikenal memiliki *working culture* dengan waktu pekerjaan yang dinamis dan fleksibel, namun dituntut untuk kerja cepat dan tanggap karena berhubungan dengan penyiaran informasi secara luas.

Temanggung TV merupakan perusahaan stasiun televisi lokal milik Pemerintah yang dibangun pada 2016, pengelolaannya sendiri berada dibawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Temanggung. Temanggung TV merupakan stasiun TV lokal yang memfokuskan tujuan untuk membagikan berita dan informasi serta konten hiburan di wilayah regional Kabupaten Temanggung.

Ada banyak program berita maupun hiburan yang dihadirkan oleh Temanggung TV. Baru dibangun pada 2016, Temanggung TV banyak merekrut karyawan, baik dari kalangan usia tua hingga muda, bekerja sama dalam satu tim untuk memberikan proses penyampaian berita dan informasi terbaik. Bekerja dalam industri pertelevisian, karyawan diuntut harus kreatif, inovatif dan cepat tanggap, selain ada faktor motivasi diri dalam bekerja dari ranah pribadi yang harus di jaga, faktor dari situasi lingkungan di tempat kerja juga menentukan bagaimana motivasi kerja berlangsung untuk menghasilkan kinerja karyawan yang maksimal.

Bagaimanapun sebuah organisasi tidak boleh bersikap abai terhadap situasi lingkungan kerja yang terjadi pada perusahaan, untuk menghasilkan hal yang baik, maka diperlukan tindakan yang baik pula, hal ini juga berguna untuk mencapai kinerja yang tinggi, dan untuk itu diperlukan pula motivasi kerja yang mana motivasi kerja juga dapat berpengaruh dari situasi lingkungan kerja di dalam sebuah perusahaan.

Munculnya fenomena mengenai iklim organisasi dan lingkungan kerja perusahaan, menarik perhatian peneliti untuk meneliti “Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Iklim Komunikasi Organisasi Di Temanggung TV” hal ini berdasarkan ketertarikan peneliti akan bagaimana iklim komunikasi perusahaan stasiun televisi lokal seperti Temanggung TV menciptakan iklim komunikasi organisasi untuk mempengaruhi motivasi kerja para karyawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah: Bagaimana Iklim Komunikasi Organisasi di Temanggung TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui iklim komunikasi organisasi yang terjadi di perusahaan Temanggung TV.

1.4 Manfaat Penelitian

4.1.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini di harapkan menjadi sarana referensi perkembangan ilmu pengetahuan serta menjadi sumber pengimplikasian ilmu yang telah di dapatkan selama masa perkuliahan.

4.1.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan menjadi literatur yang dapat memajukan ilmu pengetahuan dan kepedulian terhadap isu kesehatan mental yang dipengaruhi oleh iklim organisasi di berbagai perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Jenis Penelitian

Berpacu pada judul serta fenomena dan topik yang ingin diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif. Pendekatan kualitatif Menurut Bogdan dan Biklen merupakan salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati³. Penelitian ini berorientasi pada penggunaan pendeskripsian dalam uraiannya.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang sifatnya analisis, menggunakan skema deskriptif untuk mengurai analisis dari peristiwa atau masalah yang sedang di teliti oleh peneliti, studi deskriptif yang dilakukan menggunakan wawancara, dokumentasi serta pengamatan dan studi pustaka guna memperoleh hasil.

³ Pupu Saeful Rahmat, Penelitian Kualitatif, Jurnal EQUILIBRIUM, Vol. 5, No. 9, Januari-Juni 2009. Hlm. 2

1.5.2 Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian akan dilakukan di kantor Temanggung TV yang berlokasi di Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Dengan fokus penelitian mengenai iklim komunikasi organisasi di Temanggung TV. Masa penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti adalah dimulai pada rentang bulan September tahun 2022 hingga selesai.

1.5.3 Sumber Data

Patton Mengatakan, seperangkat pertanyaan yang diajukan oleh peneliti merupakan sumber utama data kualitatif, apakah yang mereka katakan diperoleh secara verbal melalui sebuah wawancara atau dalam bentuk tertulis (non verbal) melalui analisis dokumen, atau respon survey. Masih sebagaimana juga yang dijelaskan oleh Patton, bahwa data kasus kualitatif terdiri atas semua informasi yang seseorang miliki tentang kasus tersebut. data kasus mencakup seluruh data wawancara, data observasi, data dokumen, kesan-kesan, dan pertanyaan orang-orang lain tentang kasus tersebut.⁴

A. Data Primer

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara sebagai pengumpulan data utama. Peneliti akan mengajukan pertanyaan yang telah dibuat atau disusun, untuk kemudian di ajukan kepada narasumber yang telah diminta atau ditentukan. Adapun narasumber yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu pimpinan, dan masing-masing narasumber dari divisi yang telah dipilih. Selain wawancara, peneliti juga akan melakukan pengamatan pada Temanggung TV sebagai salah satu cara untuk menyimpulkan data dan hasil penelitian.

⁴ R. Ahmadi. Metodologi Penelitian Kualitatif, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media 2014) hlm 108-109

B. Data Sekunder

Selain menggunakan data primer, peneliti juga akan melakukan penelitian melalui bahan-bahan pendukung, seperti melakukan studi kepustakaan, dengan cara mencari referensi melalui buku-buku, jurnal ilmiah, informasi melalui website ataupun data berupa berkas langsung yang diberikan oleh Temanggung TV. Selain itu, peneliti juga akan mengumpulkan hasil dokumentasi sebagai bukti untuk penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

Menurut Yusuf, keberhasilan dalam pengumpulan data banyak ditentukan oleh kemampuan peneliti menghayati situasi sosial yang dijadikan fokus penelitian. Dalam metode pengumpulan data secara kualitatif, data yang diperoleh harus spesifik dan mendalam. Tujuan dari metode pengumpulan data adalah untuk mendapatkan hasil penelitian. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa wawancara, observasi, dokumentasi dan melakukan studi pustaka.⁵

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data berupa situasi tanya jawab antara pewawancara dan narasumber. Wawancara dilakukan dengan harapan bahwa hasil wawancara yang diperoleh dapat menyempurnakan data penelitian yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan wawancara mendalam untuk mengumpulkan informasi yang bertautan. Wawancara ini sendiri berisi pengalaman pribadi, kelakuan atau sikap, dan opini pribadi dari narasumber yang ditunjuk. Proses

⁵ Yusuf, A. M. (2014). *Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. (Jakarta: Kencana 2017) hlm. 372

wawancara akan berlangsung dengan peneliti yang akan menjelaskan secara singkat mengenai gambaran serta topik dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun berikut nama-nama yang telah dipilih oleh peneliti untuk dijadikan narasumber dalam penelitian ini adalah :

- Surjo Pranoto (Kepala Bidang Program)
- Hanna Putri Ardiyana (Penyiar/Presenter)
- Yogi Hendriawan (Editor)
- Tomi Adi Nugroho (Kameramen)
- Dona Stefianto (Teknisi Audio)
- Deny Prananda (Desain Grafis)

2. Observasi

Selain melakukan wawancara, dalam penelitian ini, peneliti juga harus melakukan observasi atau pengamatan terhadap objek penelitian yang telah dipilih. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipan dengan hanya berperan sebagai pengamat saja, melihat bagaimana situasi dan kegiatan di organisasi atau perusahaan sedang berlangsung. Pengamatan sangat penting bagi peneliti untuk menambah data penelitian.

3. Dokumentasi

Saat melakukan wawancara dan pengamatan, peneliti juga harus melakukan dokumentasi sebagai bukti, yang nantinya akan menjadi salah satu bukti yang memvalidasi penelitian ini. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa analisis dokumen-dokumen, foto-foto atau gambar seputar objek penelitian yaitu Temanggung TV.

4. Studi Pustaka

Selain melakukan penelitian dengan langsung terjun kelapangan, peneliti juga akan melakukan studi-studi

kepastakaan terhadap penelitian yang diteliti. Peneliti akan mencari referensi melalui buku, jurnal-jurnal ilmiah, informasi dari internet yang berhubungan dengan kebutuhan penelitian ini.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono, merupakan sebuah proses mencari dan menyusun secara terstruktur data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengintegrasikan data ke dalam berbagai kategori, kemudian menjabarkannya ke dalam elemen-elemen, melakukan paduan , menyusun ke dalam bentuk, memilih mana yang penting dan yang akan dikaji, lalu sampai pada tahap membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, dimana terdapat tiga teknik yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan simplifikasi atau penyederhanaan, mengkategorisasikan, melakukan pemusatan pada data yang dibutuhkan untuk memudahkan peneliti untuk mencapai tujuannya dalam penelitian, nantinya proses reduksi data yang telah terpilih akan membantu peneliti untuk menarik kesimpulan pada penelitian yang dilakukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data sendiri adalah bentuk upaya untuk menunjukkan serta menguraikan data yang di dapatkan. Penyajian data sendiri memiliki tujuan untuk data yang telah melalui proses reduksi oleh peneliti dapat terstruktur dengan baik, dan dapat di padukan dengan pola yang saling

⁶ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung : Alfabeta 2018), hlm. 482

berhubungan agar memudahkan untuk memahami data penelitian. Adapun bentuk penyajian data dapat disajikan dengan deskripsi naratif, kaitan dalam kelompok atau kategori, *flow chart* (diagram alur), bagan dan lain sebagainya.

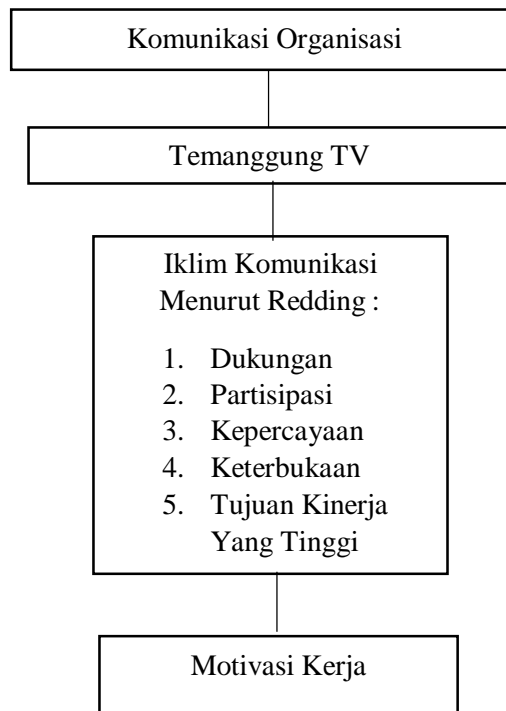
3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif. Penarikan kesimpulan ditarik berdasarkan invensi atau temuan serta melakukan kecocokan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui metode pengumpulan data yang telah direncanakan.

Menurut Sugiyono, kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah diterangkan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat temporer dan masih ada kemungkinan akan berkembang setelah peneliti melakukan penelitian yang berada dilapangan.⁷

⁷ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung : Alfabeta 2018), hlm. 252-253

1.6 Kerangka Konsep



1.7 Definisi Konsep

Untuk melakukan penelitian, diperlukan sebanyak-banyaknya referensi mengenai teori, pemahaman, serta pendapat para ahli yang akan dapat memberikan konteks pemahaman mengenai suatu topic atau isu dalam penelitian. Berikut adalah beberapa pendapat beberapa para ahli yang sesuai dengan isu dalam penelitian ini :

1.7.1 Komunikasi Organisasi

Joseph A. DeVito mengatakan bahwa, komunikasi organisasi merupakan sebuah usaha pengiriman dan penerimaan pesan baik dalam kelompok formal maupun informal organisasi. dalam pengertian ini dapat disimpulkan bahwa subjek pelaku komunikasi organisasi, dapat berupa kelompok yang bersifat informal di dalam suatu organisasi

tertentu. itu berarti komunikasi organisasi terjadi di dalam organisasi itu sendiri dan bukan di luar organisasi tersebut.⁸

Manusia dalam hubungannya tidak dapat terlepas dari yang namanya organisasi. Komunikasi Organisasi sendiri di definisikan sebagai bentuk alterasi pesan-pesan dalam unit yang telah dikategorisasikan. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dan dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya. Komunikasi organisasi terjadi kapan pun juga setidaknya-tidaknya terdapat satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi yang menafsirkan suatu pertunjukan pesan. Adapun beberapa fungsi dalam komunikasi organisasi adalah sebagai fungsi *informative*, fungsi pengendalian, fungsi *persuasive* serta fungsi *integrative*.

1.7.2 Iklim Komunikasi

Payne dan Paugh mengatakan iklim komunikasi organisasi merupakan suatu konsep yang merefleksikan isi serta kekuatan dari nilai-nilai umum, sikap, norma, tingkah laku dan perasaan anggota terhadap suatu sistem social.⁹ Iklim organisasi ditentukan dari bagaimana cara iklim komunikasi berlangsung, hal ini dapat menciptakan sebuah relasi antar manusia yang beragam dalam organisasi.

Perspektif teoritis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan gagasan-gagasan yang dikemukakan oleh Redding, Redding mengatakan, iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mengakui atau mempercayai mereka dan memberi mereka kebebasan dalam mengambil resiko, mendorong mereka dan memberi mereka tanggung

⁸ Robert Tua Siregar, dkk. Komunikasi Organisasi (Bandung: Widina Bhakti Persada 2021) hlm 62

⁹ Arni Muhammad. Komunikasi Organisasi (Jakarta: PT. Bumi Aksara 2017) hlm 83

jawab dalam mengerjakan tugas-tugas mereka dan menyediakan informasi yang terbuka dan cukup tentang organisasi, mendengarkan dengan penuh afeksi serta memperoleh informasi yang dapat dipercaya dan terus terang dari anggota organisasi, secara aktif memberi penyuluhan kepada para anggota organisasi sehingga mereka dapat melihat bahwa keterlibatan mereka penting bagi keputusan-keputusan dalam organisasi dan menaruh perhatian pada pekerjaan yang bermutu tinggi dan memberi tantangan.

Redding menggagaskan dimensi-dimensi yang menjadi acuan untuk mendapatkan hasil dalam penelitian ini. Dimensi-dimensi tersebut terbagi menjadi lima dimensi yaitu dukungan, partisipasi, kepercayaan, keterbukaan dan keterusterangan, tujuan kinerja yang tinggi.¹⁰ Peneliti memilih Redding sebagai acuan dikarenakan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Redding sangat relevan atau sesuai dengan topik permasalahan yang diteliti.

1.7.3 Motivasi Kerja

Upaya untuk meningkatkan semangat kerja tidak terlepas dari motivasi. Motivasi yang berarti dorongan atau sebuah usaha yang menjadi daya penggerak. Motivasi kerja adalah suatu dorongan secara psikologis kepada seseorang yang menentukan arah dari perilaku dalam organisasi dan tingkat usaha serta gigih dalam menghadapi suatu masalah. Motivasi kerja begitu penting untuk yang ingin bertahan di suatu pekerjaan, berfungsi memberikan dorongan untuk terus memajukan karier yang lebih tinggi, tanpa motivasi sebuah pekerjaan tidaklah mudah untuk dicapai. Orang yang sukses adalah orang yang memiliki motivasi kerja yang tinggi. Motivasi kerja yang dimiliki seseorang tentunya berbeda-beda dan juga berubah-ubah. Motivasi dilaksanakan bukan dari atasan saja, tetapi juga dari diri

¹⁰ Arni Muhammad. Komunikasi Organisasi (Jakarta : PT. Bumi Aksara 2017) hlm. 85

sendiri yang mana motivasi tersebut diartikan sebagai keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan untuk melaksanakan kegiatan tertentu guna mencapai tujuan yang diharapkan.

Cara meningkatkan motivasi kerja bagi karyawan dapat dilakukan seperti dengan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan aman, memberikan pelatihan untuk pengembangan diri, mengadakan kegiatan outing atau kegiatan santai diluar perusahaan, memberikan upah sesuai dengan beban kerja dan keahlian, memberikan jenjang karir yang jelas pada karyawan, memberikan apresiasi, serta memberikan perhatian bisa berupa dukungan kepada karyawan.

Menurut Winardi, terdapat tiga aspek utama yang menjadi pendorong motivasi kerja seorang karyawan¹¹, yaitu:

1. Keinginan, ketika seseorang memiliki keinginan maka motivasinya terpacu untuk melakukan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai yang diinginkannya.
2. Kebutuhan, seseorang memiliki motivasi yang tinggi bila seseorang butuh. Ketika seseorang membutuhkan sesuatu misalnya gaji, kompensasi maka pekerjaan akan terpacu untuk melakukan pekerjaannya dengan baik.
3. Rasa aman, seseorang akan berusaha melakukan sesuatu juga disebabkan ketakutan saat orang tersebut tidak melakukan sesuatu sehingga alasan motivasi muncul karena ketika seseorang melakukan sesuatu dirinya merasa aman.

¹¹ Winardi, 2001. Motivasi & Pemotivasian dalam Manajemen. (Jakarta: Raja Grafindo Persada) hlm. 51