



**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI MANAJER DALAM MENINGKATKAN
MOTIVASI KARYAWAN PADA DIVISI REPORTER @aboutTNG**

SKRIPSI

CAROLINA SHERLY AGATA

20200400005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2024**



**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI MANAJER DALAM MENINGKATKAN
MOTIVASI KARYAWAN PADA DIVISI REPORTER @aboutTNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

CAROLINA SHERLY AGATA

20200400005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2024



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan
Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @aboutTNG
Nama : Carolina Sherly Agata
NIM : 20200400005
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas Akhir ini telah disetujui pada tanggal 10 Juli 2024.

Disetujui,

Dosen Pembimbing,

Kaprodi,

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
NIDN : 0401018307

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.IKom
NIDN : 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa :

Nama : Carolina Sherly Agata

NIM : 20200400005

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan
Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @aboutTNG

Dinyatakan Layak Untuk Mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 10 Juli 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Dosen Pembimbing,

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.Ikom
NIDN : 0310048205

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
NIDN : 0401018307



LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Carolina Sherly Agata
NIM : 20200400005
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @aboutTNG

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan di terima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk mendapatkan gelar satra satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Dewan Penguji

Ketua Sidang : **Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum**
NIDN : 0418128601
Penguji I : **Hot Saut Halomoan, S.Pd., M.Hum**
NIDN : 0320046101
Penguji III : **Suryadi Wardiana, S.Ikom., M.Ikom**
NIDN : 0411118205

Tanda Tangan

()
()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum

NIDN: 0418128601
FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @aboutTNG” merupakan asli karya saya sendiri;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali dari pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan pada kepustakaan;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila penyimpangan di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Tangerang, 10 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Carolina Sherly Agata

NIM: 20200400005

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan bagi Tuhan Yang Maha Esa atas berkatNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @aboutTNG” sesuai dengan waktu yang ditetapkan.

Skripsi ini dibuat sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma. Dalam pembuatan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu, mengarahkan, membimbing, serta memberikan dukungan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan penulisan dengan baik dan tepat.

Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak yang telah mendukung, yaitu sebagai berikut :

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.IKom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma
4. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing
5. Para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
6. Ka.TU dan Staf Administrasi Fakultas Sosial dan Humaniora.
7. Kedua Orang Tua dan Adik, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa serta nasihat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Richard Sukitha Minanto, S.Ds selaku Manajer Operasional AboutTNG dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melaksanakan penelitian.

9. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi, angkatan 2020, yang saling mendukung satu sama lainnya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, karena masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik

Tangerang, 10 Juli 2024

Penulis



ABSTRAK

AboutTNG merupakan salah satu industri media yang memiliki eksistensi besar sebagai media yang dikenal oleh masyarakat Tangerang hingga luar daerah dalam menyebarkan informasi seputar Tangerang Raya. Keberhasilan AboutTNG tentu tidak luput dari peran seorang Manajer dalam memberikan motivasi kerja kepada bawahannya. Gaya komunikasi yang diterapkan oleh Manajer menjadi landasan utama untuk memberikan perintah dan arahan kepada divisi Reporter. Ketika seorang pemimpin mampu menerapkan gaya komunikasi yang tepat, maka akan membantu menjaga hubungan serta komunikasi yang baik dengan bawahannya, sehingga dapat menghasilkan lingkungan kerja yang lebih nyaman. Namun, beberapa saat lalu kualitas konten berita AboutTNG sempat mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh divisi Reporter yang terus mengalami pergantian serta kurangnya pertemuan secara langsung sehingga membatasi interaksi dan komunikasi antar anggota. Manajer mampu bertanggungjawab untuk mengembalikan serta mempertahankan kembali konten berita AboutTNG. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi, komunikasi organisasi, gaya komunikasi pimpinan dan motivasi. Dalam Penelitian ini, Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan melakukan Teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid, Penulis melakukan triangulasi sumber dari data yang sudah diperoleh. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Manajer AboutTNG menerapkan empat jenis gaya komunikasi, yaitu *Equalitarian Style*, *Structuring Style*, *Dynamic Style*, dan *Relinquishing Style*. Keempat gaya komunikasi ini terlihat dapat terlihat ketika Manajer AboutTNG selalu mengutamakan adanya komunikasi dua arah dengan bawahannya. Manajer juga selalu memberikan tugas dengan jelas dan terstruktur. Dari keempat gaya komunikasi yang diterapkan oleh Manajer AboutTNG dapat meningkatkan motivasi divisi Reporter.

Kata Kunci : *Pemimpin, Gaya Komunikasi, Motivasi*

ABSTRACT

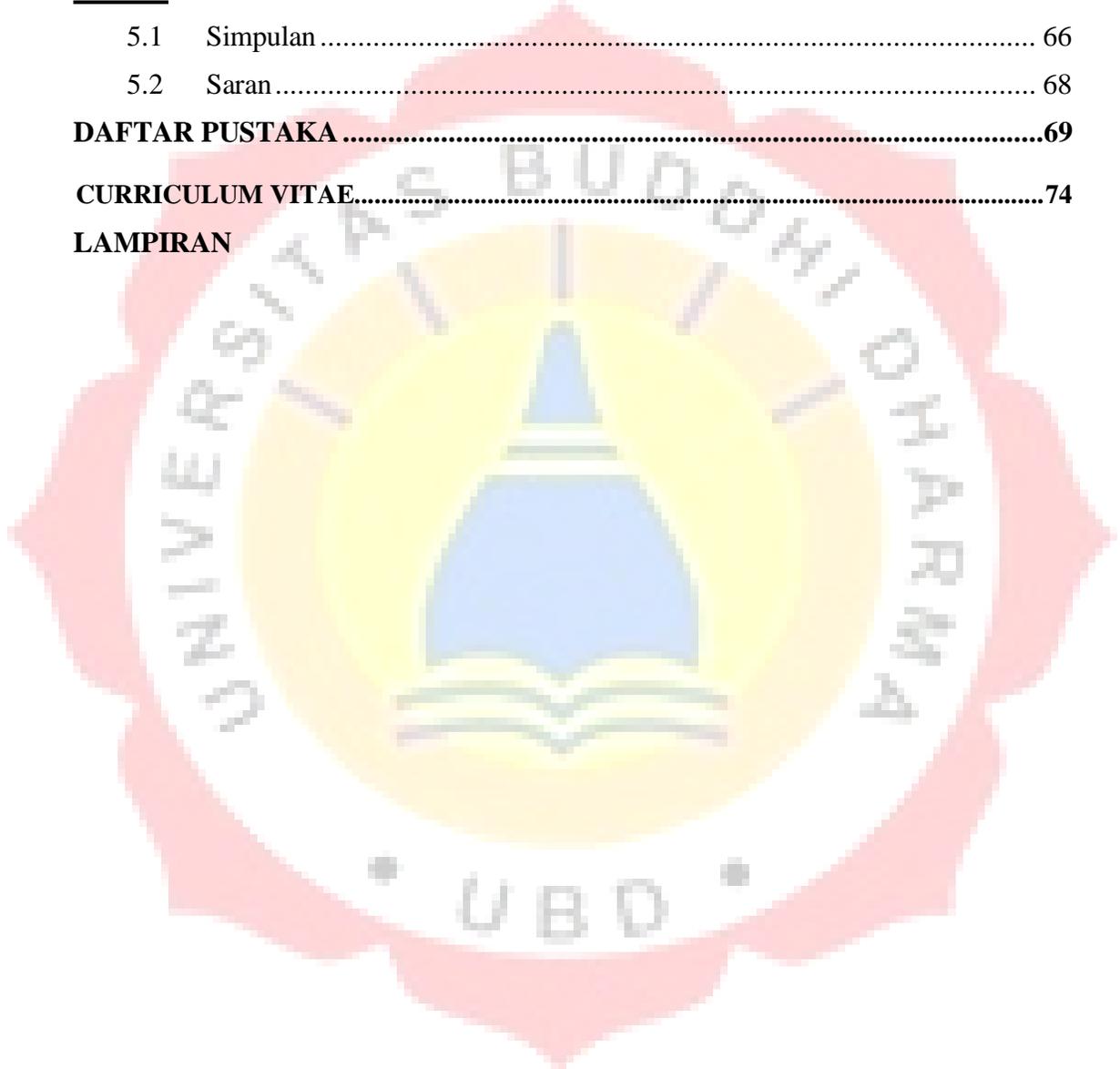
AboutTNG is one of the media industries with a significant presence as a media known by the people of Tangerang and even outside the region in disseminating information about Tangerang Raya. AboutTNG's success is certainly inseparable from the role of a Manager in providing work motivation to subordinates. The communication style implemented by the Manager becomes the primary foundation for giving orders and directions to the Reporter division. When a leader is able to apply the right communication style, it will help maintain good relationships and communication with subordinates, thus creating a more comfortable work environment. However, some time ago, the quality of AboutTNG's news content experienced a decline. This was caused by the Reporter division experiencing continuous turnover and a lack of face-to-face meetings, thus limiting interaction and communication among members. The Manager was able to take responsibility for restoring and maintaining the quality of AboutTNG's news content. This research uses communication theory, organizational communication, leadership communication style, and motivation. In this research, the writer uses a descriptive research method by conducting data collection techniques through interviews, observations, and documentation. To obtain valid research results, the writer conducts source triangulation of the data that has been obtained. The results of this study state that the AboutTNG Manager applies four types of communication styles, namely Equalitarian Style, Structuring Style, Dynamic Style, and Relinquishing Style. These four communication styles can be seen when the AboutTNG Manager always prioritizes two-way communication with subordinates. The Manager also always gives tasks clearly and structured. Of the four communication styles implemented by the AboutTNG Manager, it can increase the motivation of the Reporter division.

Keywords: *Leader, Communication Style, Motivation.*

DAFTAR ISI

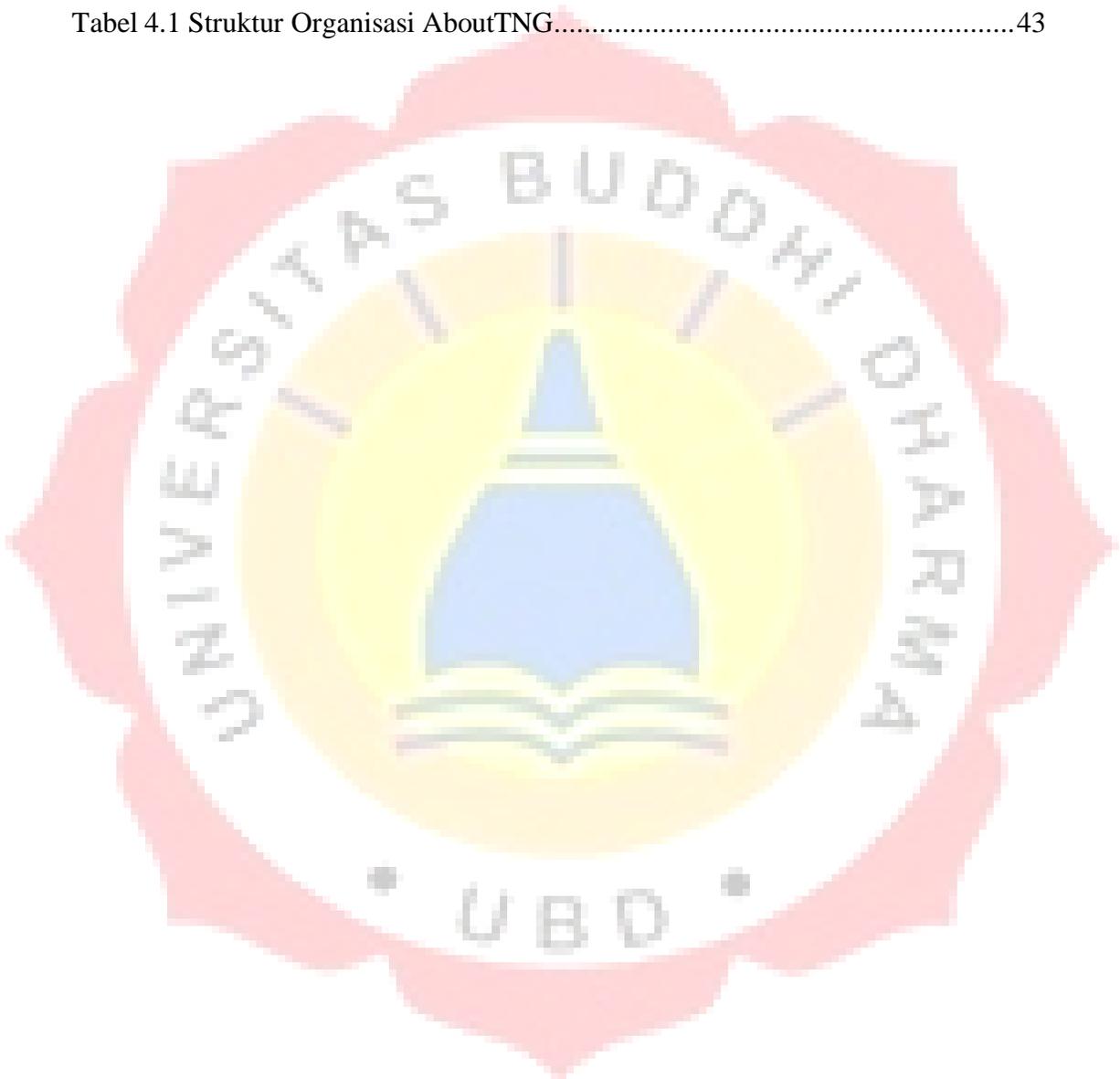
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>.....	7
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Teoretis	13
<u>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</u>.....	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Subjek/Objek Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	38
3.7 Validitas Data.....	38

<u>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</u>	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.3 Pembahasan.....	45
<u>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</u>	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
CURRICULUM VITAE	74
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran	5
Tabel 3.1 Identitas Informan.....	34
Tabel 4.1 Struktur Organisasi AboutTNG.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo <i>Instagram</i>	29
Gambar 2.1 Logo AboutTNG.....	40
Gambar 2.1 Manajer AbouTNG	42



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat terlepas dari komunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup sendiri dan sangat memerlukan sosialisasi dengan orang lain. Melalui komunikasi manusia bisa saling bertukar informasi, pikiran, dan perasaan. Menurut Effendy (2003:4) Komunikasi secara etimologis berasal dari kata latin “Communicatio”. Istilah ini bersumber dari perkataan “Communis” yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Komunikasi tentunya dapat terjadi ketika terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Karena dalam berkomunikasi seseorang pasti memiliki motif dan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Baik itu untuk kebutuhan pribadi maupun kepentingan bersama.

Selain untuk memperoleh informasi, menurut Rudolf mengemukakan bahwa komunikasi memiliki dua fungsi, yaitu fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan. Kedua fungsi ini saling berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan. Karena melalui komunikasi yang efektif, manusia dapat membangun hubungan baik dengan siapapun. Komunikasi juga berfungsi alat untuk berdiskusi antar individu dalam menentukan sebuah keputusan.

Dalam sebuah organisasi, komunikasi dapat menjadi alat untuk menjalin hubungan antar anggota didalamnya. Baik antara atasan dengan bawahan maupun sebaliknya. Komunikasi yang terjadi di lingkungan organisasi bertujuan untuk menyampaikan pesan agar dapat dipahami dan diharapkan adanya umpan balik. Karena didalam sebuah organisasi terdiri dari sekumpulan individu dengan peran serta kemampuan yang berbeda-beda dan telah memiliki sistem, aturan, serta struktur tersendiri sebagai tempat mewujudkan target yang sama.

Untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai dalam sebuah organisasi, tentunya tidak terlepas dari peran penting seorang pemimpin yang dapat membangun hubungan yang sehat dengan anggota lainnya. Dalam sebuah organisasi, pemimpin tentunya menjadi komunikator utama yang menjadi acuan bagi para pegawainya.

Gaya komunikasi seorang pemimpin dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas kerja bawahannya. Gaya komunikasi menjadi cara bagaimana mengkomunikasikan instruksi atau tugas yang jelas dan mudah dipahami oleh bawahannya. Gaya komunikasi yang digunakan seorang pemimpin dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap dan perilaku para anggota organisasi yang dipimpinnya. Namun, setiap pemimpin tentunya akan memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda dan terkadang dapat berubah tergantung pada situasi dan kondisi yang sedang terjadi. Ketika seseorang sedang dalam kondisi sedih, gembira ataupun marah maka akan berbeda juga gaya komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada bawahannya. Selain itu, kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan juga tergantung pada maksud dan harapan seperti apa yang diinginkan antara pengirim dan penerima.

Gaya komunikasi seorang pemimpin sangat berpengaruh besar membantu pengelolaan organisasi serta meningkatkan motivasi karyawan terutama pada organisasi yang bergerak dinamis seperti industri media. Motivasi sangat diperlukan karyawan dalam melaksanakan bekerja. Ketika karyawan memiliki motivasi yang tinggi, maka akan mempengaruhi kinerja karyawan baik dari segi kualitas maupun kualitas. Menurut Pace & Faules (2001:27), kinerja sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh produktifitas dan efektivitas dari para pegawai dan atasannya, dimana produktifitas dan efektivitas tersebut di pengaruhi juga oleh keberhasilan komunikasi internal kalangan para pegawai yang akhirnya dapat tercipta motivasi kerja yang tinggi, sehingga dapat memenuhi target Perusahaan.

Di era digital seperti saat ini, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri media. Lahirnya *New Media* telah memberikan banyak perubahan mengenai bagaimana masyarakat dapat saling berkomunikasi, bersosialisasi, hingga bekerja. Salah satu bentuk dari *New Media* adalah media sosial. Munculnya media sosial telah merevolusi cara orang untuk mengonsumsi informasi dan berita. Dengan adanya media sosial, membuat pertukaran pesan dan informasi menjadi sangat mudah dilakukan oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Bahkan masyarakat dapat memperoleh informasi nasional maupun internasional hanya dalam hitungan detik melalui media sosial. Kemudahan dan kecepatan dalam mengakses informasi melalui media sosial mendorong mayoritas masyarakat Indonesia untuk beralih dari media konvensional ke media sosial.

AboutTNG menjadi salah satu *platform* berita yang memanfaatkan media sosial *Instagram*. Sejak 12 November 2014, AboutTNG aktif menyajikan berita seputar Tangerang Raya melalui berbagai media online, yaitu Instagram, Facebook, TikTok, YouTube dan Website abouttng.com. Platform berita tersebut membagikan beragam berita dan informasi, mulai dari hard news hingga soft news yang terdiri dari berita kisah, kuliner, event, dan wisata. AboutTNG juga telah mengalami perkembangan yang cukup pesat hingga saat ini, AboutTNG telah memiliki 1,1 juta pengikut dengan 51,1 ribu postingan.

Namun, kedudukan divisi reporter yang terus mengalami pergantian menjadi faktor yang mempengaruhi penurunan kualitas konten berita yang terjadi saat pergantian Reporter baru. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa komentar negatif yang diberikan oleh *netizen* terhadap postingan konten berita di akun *Instagram* @aboutTNG. Kurangnya pertemuan langsung juga menjadi faktor lain yang membuat komunikasi dan interaksi antara tim reporter dengan atasan menjadi terbatas. Perkembangan media juga mengubah cara kerja Reporter dan organisasi media. Reporter dituntut harus mampu bekerja dengan cepat dan akurat untuk menghasilkan konten berita yang menarik dan informatif bagi *audiens online*. Selain itu, organisasi media juga harus bisa beradaptasi dengan teknologi baru dan

mengembangkan strategi yang tepat untuk dapat bersaing di era digital.

Untuk itu, peran dan gaya komunikasi Manajer AboutTNG sangat berpengaruh dalam menghadapi situasi seperti ini. Hal ini yang menjadi tantangan besar bagi Manajer untuk meningkatkan dan mempertahankan eksistensi serta kualitas konten berita dengan meningkatkan motivasi kerja divisi Reporter AboutTNG.

Hal ini tentunya menjadi salah satu alasan bagi peneliti untuk mencari tahu gaya komunikasi apa yang telah ditetapkan oleh pimpinan AboutTNG sehingga mampu membimbing seluruh tim karyawan untuk memproduksi konten berita yang berkualitas.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, Penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh gaya komunikasi Manager AboutTNG. Maka dari itu, Penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengajukan judul **“Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @AboutTNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana Gaya Komunikasi yang diterapkan oleh Manajer AboutTNG Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter dalam proses produksi konten berita?”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa gaya komunikasi yang diterapkan oleh Manajer AboutTNG dalam memimpin Divisi Reporter.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi Manajer
3. Untuk mengetahui faktor yang mendukung meningkatnya motivasi pada Divisi Reporter.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di implementasikan oleh Penulis dan juga instansi sebagai subjek penelitian, serta menambah kebaruan ranah ilmu Komunikasi khususnya pada Gaya Komunikasi Manajer, Media Baru dan Media Sosial.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat tentang Gaya Komunikasi Manajer Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan khususnya Divisi Reporter yang berpengaruh besar dalam proses produksi konten berita di Media Sosial *Instagram @aboutTNG*.

1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah bagan konseptual yang mencakup tentang hubungan teori dengan berbagai faktor yang menjadi sebuah masalah dalam penelitian. Dalam sebuah penelitian, kerangka pemikiran merupakan landasan penting yang mendukung proses penelitian. Penjelasan yang disusun melalui kerangka pemikiran dapat membantu penulis untuk menjelaskan pokok permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang, landasan teori, dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penulis telah menuangkan dalam bagan sebagai berikut ini:

**BAGAIMANAKAH ANALISIS GAYA KOMUNIKASI
MANAJER DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DIVISI
REPORTER @aboutTNG**

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui gaya komunikasi yang diterapkan oleh Manajer AboutTNG dalam memimpin Divisi Reporter.
2. Untuk mengetahui faktor gaya komunikasi
3. Untuk mengetahui motivasi karyawan

1. Gaya Komunikasi yang diterapkan oleh Manajer AboutTNG dalam memimpin Divisi Reporter
2. Cara Manajer meningkatkan motivasi karyawan
3. Hambatan Manajer dalam meningkatkan motivasi karyawan

Teori :

1. Gaya Komunikasi
2. *New Media* (Media Baru)
3. Media sosial
4. *Instagram*
5. Motivasi

**Analisis Gaya Komunikasi Manajer Dalam
Meningkatkan Motivasi Divisi Reporter @AboutTNG**

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis mencari penelitian terdahulu yang relevan sebagai referensi untuk membantu penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Berdasarkan kebutuhan tersebut, penulis telah menemukan beberapa penelitian terdahulu berupa Jurnal dan Skripsi.

Di bawah ini adalah penelitian terdahulu berupa jurnal, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Jurnal yang ditulis oleh Chien Ni, Roswita Oktavianti (2022) Universitas Tarumanagara Jakarta dengan judul "**Gaya Komunikasi Pimpinan dalam Memotivasi Karyawan di Perusahaan Consumer Goods**". Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan mengadopsi teori gaya komunikasi dari Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss.

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan di Divisi Learning & development pada PT XYZ mengarah pada gaya komunikasi *The Equalitarian Style*. Pimpinan menggunakan gaya komunikasi *Equalitarian Style* dalam memotivasi karyawan dengan cara memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengungkapkan pendapat, saran dan solusi, memberikan *reward* berupa pujian, mengajak karyawan untuk ikut andil dalam pengambilan keputusan sehingga karyawan merasa dianggap dan menjadi lebih termotivasi lagi untuk bekerja.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek gaya komunikasi pimpinan PT. Consumer Goods dan objeknya adalah pimpinan PT. Consumer Goods

Kedua, Jurnal yang ditulis oleh Zuanda Pratama Harahap, dkk (2021) Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi dengan judul **“Analisis Motivasi Kerja Karyawan di CV. Fawas Jaya Medan”**. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif untuk menganalisa motivasi kerja karyawan CV. Fawas Jaya Medan dengan mengadopsi teori Motivasi yang dikemukakan oleh Hasibuan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja di CV. Fawas Jaya Medan masih belum seimbang. Hal ini dapat dilihat dari perusahaan yang tidak memberikan motivasi langsung kepada karyawan, seperti, tidak adanya pemberian pujian, penghargaan, apresiasi kepada karyawan yang telah bekerja dengan baik, dan juga kesempatan kepada karyawan untuk ikut serta dalam memajukan perusahaan. Meskipun demikian, perusahaan telah memberikan motivasi tidak langsung dengan baik, yang dapat di lihat dari pemberian fasilitas seperti meja, kursi dan peralatan kantor yang baik kepada karyawan, serta lingkungan kerja yang nyaman dan tenang.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek, objek, dan teori. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek karyawan CV. Fawas Jaya Medan dan objeknya adalah motivasi kerja karyawan CV. Fawas Jaya Medan.

Ketiga, Jurnal yang ditulis oleh Servista Bukit, Eka Yanti Tarigan, Yuni Novianti (2023) dengan judul **“Gaya Komunikasi *The Equalitarian Style* dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik”**. Kegiatan komunikasi sangat berkaitan erat dengan profesi guru. Sebagai fasilitator dalam dunia pembelajaran, guru dituntut untuk mampu menerapkan gaya komunikasi yang tepat. Penulis memilih gaya komunikasi *The Equalitarian Style* yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Penulis berharap dengan penerapkn gaya komunikasi ini dapat membantu dalam pembentukan karakter peserta didik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengadopsi teori gaya komunikasi *The Equalitarian Style*. Pentingnya penerapan gaya komunikasi dalam dunia pembelajaran menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitian ini.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi *The Equalitarian Style* merupakan salah satu jenis gaya komunikasi yang sangat cocok untuk dikuasai oleh guru. Menurut penulis, gaya komunikasi ini dapat membantu guru dalam membangun komunikasi dua arah antara sehingga siswa merasa nyaman dan lebih aktif untuk berargumen dalam proses pembelajaran. Selain itu, melalui gaya komunikasi ini dapat membangun rasa kepedulian, empati, dan kerjakeras yang dapat dijadikan contoh oleh siswa dari gurunya.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek gaya komunikasi yang diterapkan oleh seorang guru dengan objek penelitiannya adalah guru.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Monica Indriya Pramesti (2023) Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan judul “**Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah**”. Di era saat ini berdakwah tidak hanya bisa dilakukan secara tatap muka di masjid saja, tetapi sudah bias dilakukan dimana saja melalui siaran di media sosial seperti Youtube. Salah satu tokoh agama yang memanfaatkan platform Youtube sebagai media penyampaian dakwah adalah Ustadz Adi Hidayat. Beliau dikenal sebagai Ustadz yang piawai dalam menyampaikan dakwah, karena beliau mampu menjelaskan dengan tutur Bahasa yang sopan dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisa isi. Penulis menggunakan teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Kreitner dan Knicki untuk menganalisa gaya komunikasi yang diterapkan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan dakwah melalui Youtube.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Ustadz Adi Hidayat menggunakan gaya komunikasi yang agresif. Gaya komunikasi ini dapat dilihat ketika Ustadz Adi Hidayat menyampaikan dakwah dengan mengabaikan perasaan orang lain dan tidak hanya berkomunikasi secara lisan saja, namun disertai dengan bahasa tubuh menunjuk dan menggebrak meja. Selain itu, Ustadz Adi Hidayat juga menerapkan gaya komunikasi tegas yang ditandai dengan beliau dapat membuat pertanyaan disertai

dengan pertimbangan, memiliki bahasa tubuh yang tenang, mampu mengungkapkan pikiran dan perasaan dengan jelas, serta mampu memberikan perintah secara langsung.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek gaya komunikasi Ustadz Adi Hidayat dan objeknya adalah Ustadz Adi Hidayat.

Kelima, Jurnal yang ditulis oleh Isti Novitasari dan Suwarti (2016), Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan judul **“Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah”**. Dalam kehidupan rumah tangga, hubungan antara menantu dengan mertua sering menjadi perbincangan hangat yang terkadang menimbulkan pro dan kontra. Banyak orang yang berpendapat bahwa hadirnya sosok mertua dalam kehidupan rumah tangga dapat menjadi sebuah sumber ketidakharmonisan. Tidak sedikit menantu yang memiliki problematika dengan mertuanya. Namun, hal ini tidak akan terjadi ketika dalam hubungan keluarga dapat membangun komunikasi yang baik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengadopsi teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Norton.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa informan 1 menggunakan dua jenis gaya komunikasi yaitu *attentive style* dan *friendly style*. Informan 2 menggunakan tujuh gaya komunikasi yaitu *animated expressive style*, *open style*, *relaxed style*, *attentive style*, *impression leaving style*, *friendly style*, dan *precise style*. Sedangkan informan 3 menggunakan lima jenis gaya komunikasi yaitu *animated expressive style*, *relaxed style*, *attentive style*, *impression leaving style*, *friendly style*.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek gaya komunikasi mertua dan objeknya adalah mertua perempuan.

Selanjutnya, penulis menemukan beberapa penelitian yang relevan berupa Skripsi yaitu sebagai berikut :

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Imelda Sapitri (2022), Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dengan Judul **“Gaya Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Di Kantor Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Provinsi Riau”**. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data deskriptif kualitatif dengan mengadopsi teori gaya komunikasi dari Tubbs dan Moss (2008).

Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa gaya komunikasi yang paling sering diterapkan oleh Pimpinan DISNAKER adalah gaya komunikasi the equalitarian style. Maka dengan gaya komunikasi dua arah efektif dalam menerapkan inovasi kantor.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek gaya komunikasi pimpinan DISNAKER Provinsi Riau dan objeknya adalah pimpinan DISNAKER Provinsi Riau

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Sayuti (2020) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **"Analisis Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo Saat Berpidato Melalui Unggahan di Media Sosial Youtube"**. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi dan mengadopsi teori gaya komunikasi dari Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Jokowi cenderung berkomunikasi dengan gaya komunikasi konteks tinggi (high konteks), ketika menyampaikan informasi dalam pidatonya Jokowi terlihat kerap menyembunyikan pesannya, dalam artian Jokowi lebih menekankan pesan implisit (tidak transparan) melalui bahasa nonverbal. Selain itu berdasarkan teori, Jokowi menggunakan dua gaya komunikasi saat berinteraksi, pertama gaya komunikasi *The Equalitarian Style*, makna dibalik gaya komunikasi ini Jokowi ingin membangun kesetaraan berkomunikasi antara dirinya dengan audiens yang hadir melalui sapaan dan pakaian yang dikenakan. Kedua, gaya

komunikasi *The Structuring Style*, adapun makna dibalik gaya komunikasi ini sebagai komunikator Jokowi berkeinginan untuk mempengaruhi publik melalui pesan politik yang sudah dikemas sedemikian rupa.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana pada penelitian tersebut penulis menggunakan subjek gaya komunikasi Presiden Joko Widodo dan objeknya adalah Presiden Joko Widodo.

Ketiga, Skripsi yang dilakukan oleh Fatma Ariffina (2023) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul "**Analisis Gaya Komunikasi Najwa Shihab Pada Program Shihab & Shihab**". Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dengan mengadopsi teori gaya komunikasi dari Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan Najwa Shihab mengarah pada tiga gaya komunikasi *The Equalitarian Style*, *The Relinquishing Style*, dan *The Structuring Style*. Gaya komunikasi *The Equalitarian Style*, dapat terlihat ketika Najwa Shihab berusaha untuk membangun kesetaraan komunikasi dengan narasumber maupun audiens. *The Relinquishing Style* diterlihat ketika Najwa Shihab selalu ingin memberikan ruang kepada narasumber untuk menyampaikan sudut pandang secara luas dan mendukung pandangannya. Dan *The Structuring Style* ditandai dengan Najwa Shihab mengutarakan pesan secara objektif dan terstruktur.

Perbedaan penelitian diatas dengan penulis adalah pada subjek dan objeknya. Dimana dalam penelitian ini penulis menggunakan subjek gaya komunikasi Najwa Shihab dan objeknya adalah Najwa Shihab.

2.2 Kerangka Teoretis

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi telah menjadi sebuah bagian penting dalam kehidupan manusia yang terlahir sebagai makhluk sosial. Tingkat kelekatan manusia dengan aktivitas komunikasi dapat dilihat dari seberapa sering manusia terlibat dalam aktivitas komunikasi mulai dari bangun tidur dipagi hari hingga tertidur lagi pada malam hari. Menurut Suranto (2018:8), kata komunikasi berasal dari Bahasa latin *communicare* yang artinya memberitahukan. Kata tersebut akhirnya berkembang dalam Bahasa Inggris *communication* yang artinya proses pertukaran informasi, konsep, ide, gagasan, perasaan antara dua orang atau lebih. Secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses pengiriman pesan atau simbol yang mengandung sebuah arti dari seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu.

2.2.1.1 Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (2003:8), komunikasi memiliki empat fungsi utama, yaitu :

1. Menyampaikan informasi

Dalam kegiatan komunikasi, tentunya manusia menginginkan adanya pertukaran informasi

2. Mendidik

Komunikasi juga dapat menjadi sarana untuk mendidik masyarakat. Karena melalui komunikasi masyarakat dapat saling bertukar ilmu pengetahuan, keterampilan, maupun ilmu positif lainnya yang dapat membangun pengetahuan masyarakat.

3. Menghibur

Selain menjadi sarana pendidikan, komunikasi juga dapat berfungsi menjadi sarana hiburan. Melalui komunikasi masyarakat dapat saling bertukar cerita lucu, menikmati film, maupun bercanda gurau dengan kerabat.

4. Mempengaruhi

Ketika seseorang mampu menerapkan komunikasi yang efektif, komunikasi dapat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan dan motivasi dalam melaksanakan pekerjaan.

2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Laswell dalam Tommy (2001:9), terdapat 5 unsur komunikasi yang mendukung berlangsungnya kegiatan komunikasi, yaitu:

a. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang bertindak untuk menyampaikan pesan. Dalam hal ini, dibutuhkan komunikator yang mampu menguasai cara penyampaian pesan yang baik. Karena ketika pesan dapat disampaikan dengan baik, maka komunikan dapat dengan mudah memahami isi pesan yang disampaikan. Selain itu, komunikan juga harus memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menentukan media komunikasi apa yang tepat untuk menyampaikan informasi kepada audiensnya.

b. Pesan

Pesan merupakan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan biasanya dapat berupa tulisan, gambar symbol, maupun lisan yang ditujukan untuk mempengaruhi orang yang menerimanya.

c. Media

Media merupakan wadah, sarana atau tempat yang dimanfaatkan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Terdapat beberapa jenis media yang dapat digunakan dalam menyalurkan pesan, seperti media cetak, media elektronik, dan media digital

d. Komunikan

Komunikan merupakan pihak yang bertugas untuk menerima pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator.

e. Pengaruh

Pengaruh merupakan sebuah efek yang timbul setelah komunikasi menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Efek itu dapat berupa perubahan pikiran, perilaku atau bahkan timbulnya sebuah respons baik itu positif maupun negatif.

2.2.2 Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi menjadi salah satu bagian penting yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin perusahaan. Karena setiap orang pasti memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Hal inilah yang menjadikan gaya komunikasi menjadi sebuah tanda atau identitas kepribadian seseorang.

Menurut Sendjaja (1996) dalam *website* KajianPustaka.com mendefinisikan gaya komunikasi sebagai perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan⁴

Meskipun terlihat tidak penting, namun pada kenyataannya gaya komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi. Terkadang gaya komunikasi akan jauh lebih penting dari pada topik yang ingin disampaikan. Dengan gaya komunikasi yang tepat, seorang karyawan juga dapat lebih mudah untuk memahami apa yang diinginkan oleh pemimpinnya.

Kurang piawainya seorang pemimpin dalam menyampaikan sebuah pesan akan sangat mempengaruhi penafsiran makna yang diterima oleh bawahannya. Selain itu, gaya komunikasi juga dapat membantu seseorang dalam meningkatkan karir dan hubungan baik antara pemimpin dan bawahannya. Ketika seorang pemimpin dapat menciptakan obrolan yang nyaman dalam sebuah organisasi, hal ini dapat semakin meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan dalam mencapai target yang diinginkan. Maka dari itu, seorang pemimpin dituntut untuk bisa menempatkan gaya komunikasi

yang tepat dalam memimpin sebuah organisasi. Ketika seorang pemimpin mampu menerapkan gaya komunikasi yang tepat, maka secara hal ini juga akan mempengaruhi bagaimana cara pandang karyawan dalam menilai pemimpinnya.

Namun, gaya komunikasi juga dapat berubah sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi yang sedang terjadi. Hal ini dinyatakan oleh Widjaja (2000) dalam mengemukakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan tipe seseorang, gaya komunikasi bukan tergantung ada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Gaya Komunikasi akan disampaikan berbeda-beda ketika dalam keadaan sedih, senang, ataupun marah. Semua itu bergerak secara dinamis dan sulit ditebak.⁵

2.2.2.1 Faktor-Faktor Gaya Komunikasi

Adapun faktor-faktor lain yang dikemukakan oleh Saphiere dalam jurnal Isti Novitasari (2016) yang berjudul “Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah” yang turut mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, antara lain:⁶

1. Kondisi fisik

Keadaan fisik seseorang turut mempengaruhi cara orang dalam berkomunikasi. Seperti ketika seseorang sedang dalam keadaan sakit namun harus tetap bekerja. Tentunya tanpa disadari mereka akan berbicara dengan intonasi dan raut muka yang kurang bersemangat.

2. Peran

Tidak hanya kondisi fisik saja, peran diri seseorang dapat mempengaruhi cara seseorang dalam berinteraksi. Setiap individu dengan peran yang berbeda-beda tentunya akan memiliki gaya komunikasi yang berbeda juga.

⁴ KajianPustaka.com, “Pengertian, Tipe, dan Jenis Gaya Komunikasi”, dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/07/pengertian-tipe-dan-jenis-gaya-komunikasi.html> (diakses tanggal 3 Mei 2024 pada pukul 23.35)

⁵ Isti Novitasari, “Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah”, Jurnal Online Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Vol.2 No. 1 (2016), 14 . (diakses pada 3 Mei 2024 pukul 15.20 WIB)

3. Konteks Histori

Di Indonesia terdiri dari suku dan ras yang bermacam-macam. Dan tentunya setiap orang mempercayai adat istiadat yang berbeda juga. Hal ini tentunya turut mempengaruhi bagaimana seorang memandang satu sama lain dan akan sangat mempengaruhi cara dalam berkomunikasi.

4. Kronologi

Perjalanan pengalaman masa lalu seseorang juga dapat mempengaruhi bagaimana caranya berkomunikasi. Misalnya, ketika dimasa sebelumnya seorang pemimpin pernah mengalami komunikasi yang tidak menyenangkan dengan salah satu bawahannya, maka ketika suatu saat akan melakukan interaksi lagi pastinya akan terdapat perbedaan gaya komunikasinya dengan orang tersebut.

5. Bahasa

Bahasa menjadi faktor paling utama yang sangat mempengaruhi gaya komunikasi seseorang. Setiap kota di Indonesia tentunya memiliki ragam bahasa yang berbeda-beda. Ketika terdapat perbedaan bahasa yang digunakan oleh pemimpin dengan bawahannya maka membuat anggota tim yang lain tidak akan mengerti akan pesan yang disampaikan oleh pimpinannya

6. Hubungan

Adanya hubungan baik yang tercipta antar anggota tim akan sangat mempengaruhi bagaimana seorang pemimpin menyampaikan pesan maupun perintah. Ketika seorang pemimpin mampu untuk membangun hubungan yang baik didalam sebuah organisasi maka akan terwujud gaya komunikasi yang positif juga.

7. Kendala

Metode seseorang dalam menyampaikan pesan juga dapat mempengaruhi bagaimana gaya komunikasi seseorang

⁶ Isti Novitasari, "Gaya Komunikasi Mertua Perempuan Dengan Menantu Perempuan Yang Tinggal Dalam Satu Rumah", Jurnal Online Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Vol.2 No. 1 (2016), 20. (diakses pada 3 Mei 2024 pukul 15.20 WIB)

2.2.2.2 Jenis-Jenis Gaya Komunikasi

Menurut Tubbs dan Moss (2008:17) terdapat enam gaya komunikasi, antara lain :

1. *The Controlling Style*

Pimpinan dengan gaya komunikasi ini cenderung bersifat mengendalikan. Hal ini ditandai dengan adanya kehendak untuk mengatur, mengontrol, dan membatasi pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan komunikator satu arah atau *one-way communications*. Karena pemimpin dengan gaya komunikasi ini lebih memfokuskan diri hanya untuk menyampaikan pesan saja dan tidak mengharapkan adanya *feedback* berupa kritik dan saran dari bawahannya. Kecuali jika kritik dan saran yang diberikan dapat digunakan untuk kepentingan pribadinya. Pemimpin sangat memanfaatkan wewenangnya untuk mempersuai bawahannya agar sesuai dengan apa yang diinginkan tanpa memperdulikan ada atau tidaknya tanggapan negatif dari bawahannya.

2. *The Equalitarian Style*

Pemimpin dengan komunikasi jenis ini cenderung lebih berfokus pada landasan kesamaan yang ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah atau biasa disebut *two way traffic of communication*. Pemimpin yang menggunakan gaya komunikasi ini memberikan kebebasan kepada bawahannya untuk saling bertukar pikiran dalam mengambil sebuah keputusan. Karena pemimpin sangat memiliki kepedulian yang tinggi dalam menjaga hubungan dan komunikasi baik dengan bawahannya.

3. *The Structuring Style*

Sesuai dengan namanya, pemimpin dengan gaya komunikasi ini cenderung lebih terstruktur. Dimana pemimpin lebih memanfaatkan penyampain pesan secara verbal baik tertulis maupun lisan untuk memantapkan perintah yang harus dilaksanakan oleh bawahannya. Gaya komunikasi ini bertujuan untuk

mempengaruhi bawahannya dengan berfokus pada struktur organisasi, penjadwalan tugas, dan tujuan organisasi yang sudah ditentukan sebelumnya

4. *The Dynamic Style*

Pemimpin dengan gaya komunikasi ini yang cenderung bersifat agresif dan berorientasi pada tindakan. Mereka akan berusaha untuk mempersuasi bawahannya agar bekerja dengan cepat, efektif, dan lebih baik setelah mereka memberikan arahnya. Gaya komunikasi seperti ini menjadi salah satu gaya komunikasi yang efektif dalam menangani sebuah persoalan yang terjadi dalam sebuah organisasi.

5. *The Relinquishing Style*

Pemimpin dengan gaya komunikasi ini cenderung lebih berfokus memberikan kesempatan untuk bawahannya bisa memberikan saran, pendapat ataupun gagasan dari pada keinginan untuk memberikan perintah meskipun pemimpin mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol bawahannya.

6. *The Withdrawal Style*

Pemimpin dengan gaya komunikasi ini cenderung bersikap tertutup dan tidak menginginkan adanya hubungan komunikasi yang baik dengan anggota organisasi. Hal ini dapat terjadi ketika seorang pemimpin mengalami sebuah persoalan dengan anggota lain yang berada dalam satu organisasi dan tidak menginginkan akan adanya penyelesaian masalah.

2.2.3 Motivasi

Dalam dunia kerja, motivasi menjadi bagian penting yang mendukung kinerja seorang karyawan dalam menjalankan pekerjaannya. Menurut Hasibuan (2007:143), Motivasi merupakan pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Selain itu, Uno (2010:10) menyatakan Motivasi adalah dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang

untuk mengadakan perubahan tingkah laku.

Dari beberapa pengertian motivasi yang telah diungkapkan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan sebuah dorongan dari dalam maupun luar diri seseorang yang mampu mempengaruhi semangat untuk mencapai tujuan tertentu.

2.2.3.1 Unsur-unsur Motivasi

Menurut Sagir dalam Sastrohadiwiryono (2003: 269-270) unsur-unsur yang mendukung munculnya motivasi kerja, antara lain:

1. Kinerja

Ketika seseorang memiliki semangat dan keinginan akan pemenuhan kebutuhan dalam berkerja, maka akan menjadi sumber kunci keberhasilan seseorang untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan.

2. Penghargaan

Pemberian penghargaan atas sebuah pencapaian tanpa disadari akan membangun rasa kepuasan batin tersendiri bagi seorang karyawan. Dengan demikian, karyawan akan merasa semakin terpacu untuk terus mempertahankan prestasi yang sudah didapatkan.

3. Tantangan

Munculnya sebuah tantangan dalam pekerjaan tentu akan menjadi salah satu unsur timbulnya sebuah motivasi dalam diri karyawan. Mereka menganggap tantangan yang dihadapi menjadi sebuah pemicu meningkatnya motivasi seseorang terhadap sasaran yang ingin dicapai.

4. Tanggungjawab

Munculnya rasa turut memiliki dalam suatu pekerjaan dapat menimbulkan rasa tanggungjawab atas keberhasilan sebuah perusahaan. Dimana karyawan akan berusaha bekerja semaksimal mungkin untuk bias mempertahankan kinerja perusahaan.

5. Pengembangan

Pengembangan diri seseorang juga menjadi salah satu unsur penting dalam meningkatkan motivasi karyawan. Ketika seorang karyawan memiliki keinginan besar untuk maju, maka karyawan akan terus berusaha memberikan pengalaman kerja yang baik.

6. Keterlibatan

Keterlibatan dalam pengambilan keputusan dapat menjadi unsur penting yang dapat mendukung tingkat motivasi kerja seseorang. Ketika seorang karyawan merasa sangat dihargai ide dan pendapatnya, maka tanpa disadari akan menimbulkan rasa ikut memiliki. Dengan demikian karyawan akan semakin termotivasi untuk melakukan pekerjaannya dengan sebaik mungkin.

7. Kesempatan

Ketika seseorang memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri dalam berkarir, cenderung akan membantu meningkatkan motivasi karyawan untuk berkerja dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk memberikan program tertentu yang dapat mendukung keterampilan dan kinerja karyawan.

2.2.3.2 Tujuan Motivasi

Menurut Hasibuan (2007:161), terdapat beberapa tujuan yang dapat diperoleh dari pemberian motivasi, yaitu:

- a. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan.
- b. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan.
- c. Meningkatkan kedisiplinan karyawan.
- d. Mempertahankan kestabilan perusahaan.
- e. Mengefektifkan pengadaan karyawan.
- f. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik.
- g. Meningkatkan loyalitas, kreatifitas dan partisipasi.

- h. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan.
- i. Meningkatkan rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas.
- j. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku.

2.2.3.3 Jenis-jenis motivasi

Menurut Hasibuan (2006:150), terdapat 2 jenis motivasi, yaitu:

1. Motivasi Positif

Seorang pimpinan yang menerapkan motivasi ini cenderung memberikan hadiah sebagai bentuk apresiasi atas prestasi yang telah dicapai. Dengan demikian, karyawan akan merasa senang dan akan mempengaruhi semangat kerjanya.

2. Motivasi Negatif

Seorang pemimpin yang menerapkan motivasi ini cenderung memberikan hukuman maupun teguran kepada karyawan yang melakukan kesalahan dalam bekerja.

2.2.4 New Media

Lahirnya media baru telah membawa banyak perubahan yang signifikan, terutama pada bagaimana masyarakat dalam menikmati berita. Hadirnya media baru memberikan banyak eksplorasi baru yang lebih luas, tidak terbatas, dan juga cepat. Masyarakat yang telah dimanjakan oleh kemudahan dan kemajuan teknologi perlahan mulai meninggalkan media informasi lama seperti media cetak dan elektronik. Karena mereka menganggap hadirnya media baru akan semakin mempermudah dalam memperoleh informasi dari mana saja dan kapan saja tanpa ada batasan waktu maupun jarak. Sehingga masyarakat dapat saling berinteraksi hanya melalui jejaring internet.

Rahmanita (2021:74) mendefinisikan *new media* sebagai media yang menggunakan internet berbasis teknologi *online*, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat maupun publik.

2.2.4.1 Karakteristik Media Baru

Menurut McQuail (2011:43) terdapat enam karakteristik *New Media*, yaitu:

a. Digital

Dalam *new media* semua data dan informasi akan dikonversikan dalam bentuk digital. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah membaca berita melalui media online tanpa harus repot-repot memegang koran lg untuk dibaca.

b. Interaktivitas

Hadirnya media baru juga turut mengubah arus informasi. Dimana melalui media konvensional hanya bisa satu arah, kini mengalami perubahan menjadi dua arah. Masyarakat akan semakin dipermudah untuk saling berinteraksi antara satu dengan yang lain. Dengan begitu masyarakat akan merasakan keterlibatan yang lebih kuat dari pada sebelumnya. Masyarakat bisa semakin memperluas relasi dan ilmu pengetahuan yang dapat dengan mudah diakses secara digital.

c. Hipertekstual

Media baru memberikan akses yang terbuka lebar kepada masyarakat untuk bisa menikmati banyak informasi dengan mudah. Terdapat juga fitur canggih yang dapat digunakan masyarakat untuk memperoleh informasi sesuai apa yang diinginkan.

d. Jaringan

Semua informasi yang terdapat di media baru akan mengalir melalui jejaring internet. Maka dari itu, informasi yang ada di media baru dapat diakses oleh siapapun secara bersamaan tanpa ada batasan waktu. Selain itu, juga masyarakat masih bisa membuka kembali berita yang sudah pernah dibaca bertahun-tahun lalu ketika masih merasa membutuhkan informasi tersebut.

e. Virtual

Media baru hadir dalam bentuk virtual. Dimana masyarakat hanya dapat melihatnya melalui jejaring internet saja tanpa menghadirkan bentuk fisik seperti majalah, koran, atau buku.

f. Simulasi

Perpaduan antara audio dan visual yang hadir di media baru dapat memberikan sensasi kepada panca indera masyarakat untuk dapat merasakan apa yang sebenarnya terjadi dalam informasi yang mereka lihat.

2.2.5 Media Sosial

Media Sosial merupakan salah satu produk yang lahir dari munculnya *new media*. Media sosial hadir dengan sejuta kemudahan yang disuguhkan. Sehingga banyak masyarakat yang dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa ada batasan jarak maupun waktu. Karena melalui media sosial masyarakat sangat dipermudah dalam memperoleh ataupun membagikan informasi kepada orang lain.

Nasrullah (2016:13) mendefinisikan media sosial sebagai medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

2.2.5.1 Fungsi Media Sosial

Sebagai sarana komunikasi, media sosial juga memiliki berbagai fungsi lainnya yang bisa dinikmati baik untuk individu maupun kelompok masyarakat, diantaranya seperti:⁷

1. Sarana bersosialisasi

Media sosial memiliki fungsi utama sebagai sarana untuk masyarakat dapat saling bersosialisasi. Berbeda dengan media komunikasi lainnya, media sosial tidak terdapat batasan waktu dan tempat.

2. Sarana pencari dan penyebar informasi

Melalui media sosial pengguna akan sangat dipermudah dalam mencari dan juga menyebarkan berbagai macam informasi. Karena media sosial hadir sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat luas. Untuk itu, penting sekali bagi para pengguna agar bisa memilah mana informasi yang benar

3. Sarana hiburan

Selain menjadi sarana informasi, masyarakat dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana hiburan. Banyaknya konten lucu dan menarik dapat menjadi sarana hiburan ketika melepas penat setelah beraktifitas.

4. Sarana penyalur hobi

Selain itu, media sosial juga dapat berfungsi menjadi sarana penyaluran hobi. Pengguna media sosial dapat menemukan berbagai komunitas *online* yang dapat dimanfaatkan menyalurkan hobi dan kreatifitas.

5. Sarana Pendidikan

Kemudahan dalam mengakses informasi semakin mendukung berlangsungnya dunia pembelajaran. Saat ini peserta didik tidak hanya belajar melalui buku saja, namun dapat menambah wawasan melalui konten edukatif yang disuguhkan di media sosial.

6. Mencari penghasilan

Di zaman yang semakin canggih seperti saat ini semakin menumbuhkan banyaknya lapangan pekerjaan. Tidak hanya di dunia nyata, saat ini masyarakat dapat memanfaatkan media maya seperti media sosial sebagai tempat mencari penghasilan. Masyarakat dapat mempromosikan berbagai bentuk barang maupun jasa melalui konten yang dibuat. Dengan begitu hal ini dapat semakin memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat untuk memperkenalkan barang atau jasa yang dijual.

⁷ <https://www.gramedia.com/literasi/manfaat-media-sosial/> (diakses tanggal 15 Mei 2024 pada pukul 15.00 WIB)

2.2.5.2 Karakteristik Media Sosial

Ada tujuh karakteristik yang dimiliki oleh media sosial, antara lain: (Nasrullah, 2017:16)

1) Jaringan

Berbeda dengan media lainnya, media sosial sangat bergantung pada internet. Dimana internet dapat memudahkan proses komunikasi antara individu satu dengan lainnya yang mungkin memiliki tujuan yang sama sehingga dapat membentuk sebuah jaringan sosial.

2) Informasi

Media sosial hadir sebagai sumber informasi. Media sosial dapat menyuguhkan berbagai jenis informasi yang dapat dinikmati oleh para penggunanya. Informasi yang disuguhkan dalam media sosial biasanya berbentuk konten berupa foto maupun video.

3) Arsip

Kemampuan mengarsip informasi juga menjadi karakteristik unik yang dimiliki oleh media sosial. Melalui media sosial, para pengguna dapat dengan bebas menyimpan informasi yang menurutnya penting dan dapat diakses kembali kapanpun mereka mau.

4) Interaksi

Adanya interaksi dalam sebuah media juga menjadi pembeda antara media lama dan media baru. Dimana melalui media lama, biasanya pengguna hanya dapat menjadi khalayak yang pasif tanpa ada interaksi satu dengan yang lain. Berbeda halnya dengan media sosial, para pengguna bisa saling berinteraksi satu sama lain tanpa adanya batasan waktu dan jarak. Para pengguna media sosial dapat dengan bebas mengekspresikan pendapat yang bisa langsung disampaikan melalui kolom komentar ataupun pesan singkat.

5) Simulasi sosial

Hadirnya media sosial banyak dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk menjadi wadah dalam membangun komunitas secara online. Kehidupan sosial yang biasa ditemui dalam kehidupan sehari-hari, kini dapat ditemui juga di dunia maya.

6) Konten oleh pengguna

Didalam media sosial para pengguna tidak hanya memperoleh informasi saja, namun dapat berpartisipasi untuk menyampaikan informasi berupa konten.

2.2.5.3 Jenis-Jenis Media Sosial

Terdapat tujuh jenis media sosial, diantaranya: (Nasrullah, 2014:14)

1. *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi mengenai mengunggah aktivitas keseharian maupun karya tulis yang dibuat oleh penggunanya untuk bisa dinikmati oleh para pengunjung *website*.

2. *Microblogging*

Jenis media sosial yang merujuk pada kehadiran Twitter, dimana penggunanya dapat membagikan informasi berupa teks dengan kapasitas hanya 140 karakter.

3. *Facebook*

Facebook merupakan media sosial yang dipakai oleh penggunanya untuk saling berkomunikasi dan mengirim pesan berupa teks, video, maupun foto. Selain itu, platform ini juga sering dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berjualan online melalui fitur *Market Place* yang disediakan.

4. *Twitter*

Twitter merupakan jenis media sosial layanan microblog daring yang memungkinkan para penggunanya untuk mengirim, menerima dan membaca pesan yang berbasis teks dengan jumlah 140 karakter.

5. *Instagram*

Instagram merupakan jenis media sosial yang memfokuskan diri untuk berbagi foto dan *video*. Namun seiring berkembangnya waktu, *Instagram* terus memperbaharui diri dengan menambah fitur-fitur menarik. Saat ini *Instagram* dapat melakukan *live video*, membuat *Reels*, dan IGTV.

6. LINE

LINE merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk mengirim pesan berupa teks, gambar, maupun *video*. Platform ini, tidak hanya dapat digunakan di *smartphone* saja, namun dapat digunakan *computer* maupun tablet yang terhubung ke jaringan internet.

7. *WhatsApp*

WhatsApp merupakan aplikasi yang digunakan untuk mengirim pesan berupa teks, gambar, *video*, *file*, dan pesan suara. Platform ini juga didukung dengan fitur *video call* dan panggilan grup yang dapat mempermudah penggunaannya jika ingin mengadakan rapat kecil bersama dengan rekan kerja maupun untuk melepas rindu dengan kerabat. Selain itu, *WhatsApp* juga memiliki fitur untuk membuat status. Fitur ini dapat dimanfaatkan penggunaannya untuk membagikan *video* dan juga foto mengenai aktivitas kesehariannya.

2.2.6 *Instagram*

Instagram merupakan sebuah platform yang dimanfaatkan masyarakat untuk mengunggah informasi yang dapat disertai dengan foto dan juga *video*. Di kutip dari website Kompas.com, *Instagram* pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010, disebuah perusahaan bernama Burbn, Inc, yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang merupakan lulusan dari Stanford University di Amerika Serikat.



Gambar 2.1 Logo Instagram

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Instagram_logo_2022.svg

Instagram hadir dengan inovasi baru sebagai media sosial yang berbasis foto dan juga video. Hanya memerlukan waktu sehari setelah peluncuran, *Instagram* berhasil memperoleh jumlah pengguna sebanyak 25.000. Namun, keduanya merasa jika aplikasi ini memiliki kemiripan dengan aplikasi yang telah populer sebelumnya. Dengan begitu akhirnya keduanya memutuskan untuk mengembangkannya dengan menambahkan adanya fitur *like* dan *comment*. Selain itu, mereka juga mengembangkan versi android sehingga dapat mempermudah orang untuk mengunduh aplikasi tersebut.⁸

Berbagai fitur menarik yang dimiliki oleh *Instagram* menjadi salah satu alasan platform ini semakin digemari oleh banyak masyarakat hingga saat ini. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh *Instagram* adalah platform ini berfokus untuk menyuguhkan visual kepada khalayak. Dengan begitu, masyarakat dapat dengan nyaman memperoleh informasi yang telah disertai oleh gambar maupun video. Tidak sekedar bisa memperoleh informasi saja, masyarakat juga bisa berperan aktif membagikan informasi berupa konten yang dapat dinikmati oleh orang lain. Selain itu, saat ini Instagram juga sudah memiliki fitur baru seperti IGTV, *Reels*, dan *Stories* yang membuat *Instagram* menjadi lebih dinamis dan interaktif. Namun, dibalik fitur-fitur menariknya, Instagram juga memiliki dampak negatif bagi para penggunanya.

⁸ Kompas.com, "Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya" dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all> (diakses pada tanggal 24 Mei 2024 pada pukul 23.16 WIB)

2.2.7 Reporter

Di era globalisasi seperti saat ini, seorang Reporter dituntut untuk dapat beradaptasi dengan teknologi yang ada. Perkembangan teknologi telah memberikan banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Tidak hanya pada pemenuhan sandang, pangan, dan papan saja, namun juga kepentingan pemenuhan kebutuhan informasi. Kemajuan teknologi komunikasi telah mengubah bagaimana cara seseorang memperoleh informasi. Hadirnya media sosial, telah menjadi media alternatif yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses berbagai macam konten berita tanpa ada Batasan waktu dan juga jarak. Dalam pembuatan konten dibutuhkan ide dan kreativitas yang tinggi untuk menciptakan konten yang menarik sehingga banyak orang yang tertarik untuk membacanya.

Reporter merupakan seseorang yang bertugas dalam melakukan proses peliputan, penulisan, hingga penyajian konten berita yang akan diunggah melalui media. Hadirnya konten berita yang berkualitas tentu tidak luput dari peran penting seorang Reporter. dalam proses pembuatan konten berita di media sosial *Instagram* AboutTNG. Seorang reporter dituntut untuk bisa berkerja dengan profesional, cepat, dan tanggap dengan peristiwa yang terjadi.

Untuk menjadi seorang Reporter yang kompeten, terdapat beberapa *skill* yang wajib dikuasai. Dikutip dari website DailySocial.id, terdapat 6 *skill* yang harus dimiliki oleh seorang Reporter, antara lain :⁹

1. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi

Menjadi seorang reporter harus memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Karena pekerjaan seorang reporter adalah untuk mencari tahu fakta dari sebuah kejadian dengan sejelas mungkin. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang jelas dan memiliki nilai berita.

⁹ DailySocial.id, “ Reporter: Pengertian, Tugas dan Tanggung Jawabnya, Skill, Hingga Jenjang Karir dan Gajinya” dari <https://dailysocial.id/post/reporter-adalah> (diakses pada tanggal 24 Mei 2024 pukul 22.40 WIB)

2. Mampu bersikap objektif

Selain itu, sebagai seorang reporter juga harus bisa bersikap objektif tanpa memihak kepihak manapun. Seorang reporter harus bisa bersikap netral agar berita yang dibuat dapat dipercayai oleh masyarakat keakuratannya.

3. Mampu berkomunikasi dengan baik

Dalam tugasnya, seorang reporter akan banyak melakukan interaksi dengan berbagai macam karakter orang. Untuk itu dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik dalam menjalin hubungan baik dengan sesama rekan kerja, narasumber, maupun masyarakat.

4. Berpikir kritis

Reporter harus mampu untuk berpikir kritis dalam menentukan fenomena yang mengenai sebuah fenomena yang akan diliput. Seorang Reporter Dapat menentukan mana yang bisa dijadikan sebuah berita menarik dan mana yang tidak.

5. Pemahaman jurnalistik yang baik

Sebagai seorang reporter penting halnya untuk memahami bagaimana etika jurnalistik yang benar yang sesuai dengan tata hukum pers yang telah ditetapkan.

6. Mampu manajemen waktu

Sebagai seorang reporter tentunya akan sangat disibukan oleh banyaknya kegiatan liputan dan juga kepentingan pribadi. Untuk itu seorang reporter harus pandai dalam mengatur waktu.

Selain peran penting seorang Reporter, terwujudnya konten berita yang berkualitas juga sangat bergantung pada tingkat kematangan proses persiapan liputan.

Berikut ini merupakan alur proses peliputan konten berita yang dilakukan oleh Reporter AboutTNG sebelum melakukan kegiatan liputan :

1. Perencanaan konten

Pada tahap ini, Manajer dan Reporter akan melakukan perencanaan mengenai konten yang akan disajikan untuk khalayak. Manajer akan memberikan perintah kepada divisi Reporter untuk mencari konten yang dibutuhkan sesuai dengan *deadline* yang sudah ditentukan. Reporter diberikan kebebasan untuk

mencari ide konten yang dibutuhkan lalu didiskusikan bersama dengan Manajer melalui grup *Whatsapp* untuk mempertimbangkan nilai berita yang terkandung dari bahan konten tersebut.

2. Peliputan konten

Ketika Manajer sudah setuju dengan ide konten yang diajukan, Reporter akan melakukan peliputan. Reporter akan terjun langsung ke lokasi peliputan untuk menggali informasi dengan melakukan wawancara kepada narasumber yang bersangkutan. Setelah itu, reporter juga akan melakukan dokumentasi sebagai data penguat dari hasil wawancara dengan narasumber.

3. Penulisan hasil liputan

Langkah selanjutnya adalah proses penulisan hasil liputan. Dimana seorang Reporter akan menyusun fakta dan data yang telah dikumpulkan menjadi satu kesatuan berita yang utuh.

4. Pengeditan konten

Setelah selesai ditulis, Reporter akan mengumpulkan naskah berita yang sudah dibuat kepada Manajer untuk dilakukan penyuntingan kata maupun kalimat ketika terdapat kesalahan dalam penulisan.

5. Publikasi konten

Langkah terakhir dalam proses pembuatan konten adalah publikasi. Pada tahap ini Reporter akan mempublikasikan konten berita yang sudah dibuat kealam akun Instagram @AboutTNG.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, Penulis memilih pendekatan penelitian Kualitatif untuk menggambarkan dan menganalisis data dari penelitian ini. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2017: 5), metode ini dapat mewujudkan data deskriptif berupa perkataan yang tertulis secara lisan maupun tulisan dari banyak pihak serta perilaku yang dapat dibidik. Pada dasarnya pendekatan penelitian kualitatif ialah suatu metode yang bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan secara terperinci fenomena atau keadaan yang sedang terjadi.

Selain itu, menurut Creswel dalam Sugiyono, (2023:14), pendekatan kualitatif berarti proses dalam eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah social atau masalah kemanusiaan. Pada dasarnya, metode penelitian ini berfokus pada pengumpulan data deskriptif yang menggambarkan karakteristik, perilaku atau konteks suatu subjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, Penulis berusaha untuk memahami realitas sosial dari sudut pandang partisipan dengan menggunakan data deskriptif yang kaya dan kontekstual.

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif, untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam mengenai Analisis Gaya Komunikasi yang diterapkan oleh Manajer dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Pada Divisi Reporter @AboutTNG. Penulis menganalisa gaya komunikasi dari Manajer AboutTNG dengan melakukan wawancara serta observasi langsung kepada Manajer dan divisi Reporter.

Dengan adanya analisis gaya komunikasi Manajer yang dilakukan oleh Penulis, memberikan dampak kepada AboutTNG yang saat ini semakin memperbaiki kualitas dari konten berita yang diproduksi.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2023:9), metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan pendekatan yang didasari pada filsafat postpositivisme dan digunakan ketika ingin menganalisis kondisi objek alamiah. Dalam pendekatan ini, Penulis dianggap sebagai instrument utama dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data memiliki sifat kualitatif atau induktif, dan hasil penelitiannya mengedepankan makna dibandingkan dengan generalisasi. Penelitian ini bersifat deskriptif karena memaparkan dan menjelaskan data tentang fenomena, keadaan, sikap, maupun pandangan, serta perbedaan fakta dan situasi.

3.3 Subjek/Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek adalah pihak yang dapat memberikan informasi kepada penulis mengenai fenomena yang akan diteliti. Berikut ini merupakan daftar informan yang penulis tentukan sebagai subjek dalam penelitian ini, antara lain:

No.	Nama Informan	Usia	Keterangan
1.	Richard Sukhita Minanto	30 tahun	Manajer @AboutTNG
2.	Donny Rapu Ambarita	24 tahun	Tim Reportase <i>Hard News</i>
3.	Owen Proditus	21 tahun	Tim Reportase Kuliner
4.	Michelle Maria Anjanette	22 tahun	Tim Reportase Kisah
5	Catalina Septiani	22 tahun	Tim Reportase <i>Event</i> dan Wisata

Tabel 3.1 Identitas Informan

3.3.2 Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian, atau apa yang menjadi fokus di dalam suatu penelitian. Objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, atau barang yang akan diteliti. Peneliti menetapkan objek penelitian

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian dapat juga disebut dengan istilah variabel penelitian.¹⁰

Objek dari penelitian ini adalah Gaya Komunikasi Manajer AboutTNG yang berperan penting dalam mengkoordinasikan Tim selama proses produksi konten.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, tekni pengumpulan data merupakan langkah paling utama yang memegang kendali. Dimana Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tujuan untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi mendalam terkait fenomena yang ingin diteliti, dan nanti akan diolah menjadi sebuah hasil penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat penulis dua jenis data yang akan dikumpulkan, yaitu data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:193) data primer adalah data yang diperoleh penulis secara langsung dari sumber utama dengan melakukan observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini Penulis memperoleh data primer dari hasil wawancara dan observasi dengan Manajer dan divisi Reporter.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:193) data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua kedua yang biasanya berupa dokumen pendukung penelitian. Data penelitian ini Penulis memperoleh data sekunder dari artikel AboutTNG mengenai informasi umum perusahaan sebagai data pendukung dalam penelitian.

¹⁰ <https://www.gramedia.com/literasi/objek-penelitian/> (diakses 10 Juli 2024, 12:23 WIB)

Sugiyono (2023:63), menyatakan terdapat 4 teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner.

Namun, dalam penelitian ini Penulis hanya menggunakan terknik pengumpula data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan melibatkan adanya interaksi dua arah antara penulis dengan informan dalam penelitian ini. Melalui metode ini penulis akan memberikan beberapa pertanyaan kepada informan untuk mengulas data yang nantinya akan dideskripsikan secara rinci oleh penulis.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap fenomena yang ingin diteliti. Terdapat dua jenis observasi yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian, yaitu observasi partisipan dengan penulis akan terjun langsung untuk berinteraksi dalam fenomena yang ingin diteliti dan observasi non-partisipan dengan peneliti hanya mengamati fenomena yang hendak diteliti tanpa terlibat langsung didalamnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Pada teknik ini data yang diambil dapat berupa gambar, tulisan, ataupun karya-karya tertentu. Teknik dokumentasi ini sesungguhnya merupakan pendukung untuk data yang diperoleh penulis ketika telah melakukan wawancara dan observasi pada objek penelitian. Sugiyono (2023:240).

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2023:133), menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan Secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Menurut Miles dan Huberman terdapat 4 aktivitas dalam analisis data, yaitu:

1. Pengumpulan data

Dalam sebuah penelitian, pengumpulan data merupakan aktivitas yang utama. peneliti akan melakukan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari ketiga cara ini penulis akan berusaha untuk mengumpulkan data sedetail mungkin mengenai fenomena yang akan diteliti.

2. Reduksi Data

Setelah melakukan pengumpulan data lapangan, penulis akan menganalisa data dengan mereduksi data tersebut. Menurut Sugiyono (2023:135) reduksi data berarti memilih, merangkum, dan memfokuskan pada hal penting. Reduksi data dilakukan dengan tujuan mempermudah penulis dalam memperoleh informasi yang valid dan gambaran yang jelas untuk melanjutkan keproses selanjutnya

3. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi, menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2023:137), menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, yang paling banyak dipakai untuk menjelaskan data penelitian kualitatif adalah teks naratif. Langkah ini dilakukan dengan tujuan untuk memaparkan data secara ringkas dan berkesinambungan agar dapat mempermudah penulis dalam penarikan kesimpulan. Penyajian data biasanya dapat berupa gambar, grafik, maupun tabel.

4. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dari kegiatan analisis data adalah penarikan kesimpulan. Kegiatan ini dapat dilakukan ketika penulis telah menggambarkan hasil analisa secara utuh. Namun, sebuah kesimpulan tidak sepenuhnya dapat menjawab

rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif sifatnya masih sementara dan akan terus mengalami perkembangan seiring dengan proses penelitian yang dilakukan penulis selama di lapangan.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan dilakukan ditempat tinggal penulis- Perum Taman Walet Blok SE 03 No. 09, RT.002/RW.009, Sindangsari, Pasarkemis, Tangerang, Banten.

3.6.2 Waktu Penelitian

Sebelumnya Penulis telah melakukan observasi dengan menjadi bagian divisi Reporter saat Kuliah Kerja Praktik / Magang, pada 3 Juni–3 Agustus 2023. Penulis melakukan wawancara kepada Manajer dan Divisi Reporter pada 21 Juni-23 Juni 2024.

3.7 Validitas Data

Validitas data adalah sebuah alat ukur data yang digunakan oleh penulis untuk memastikan bahwa tidak terdapat perbedaan antara kenyataan yang terjadi dilapangan dengan yang dilaporkan oleh penulis. Menurut Sugiyono (2023:181), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh penulis. Validitas dapat dilakukan untuk menafsirkan keabsahan dalam penelitian. Namun, realitas data dalam penelitian kualitatif dapat dikatakan jamak karena semua dapat berubah tergantung pada kondisi objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, Penulis melakukan validitas data dengan menggunakan triangulasi data. Menurut Sugiyono (2023: 83) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan beberapa data dan sumber yang telah ada. Sebuah data dapat dikatakan valid ketika ditemukan adanya kesamaan pendapat dari pertanyaan yang digunakan. Oleh karena itu, terdapat tiga jenis triangulasi data yang dapat digunakan untuk pengecekan data, yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas dengan melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui wawancara, observasi, arsip, atau dokumentasi.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi data yang digunakan untuk menguji kredibilitas dengan melakukan pengecekan data dari sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi ini digunakan untuk menguji kredibilitas dengan melakukan pengecekan data tergantung pada perbedaan waktu saat wawancara dan observasi. Triangulasi ini pada dasarnya memakan waktu yang cukup lama, karena Penulis harus melakukan pengecekan data berulang kali dari hasil wawancara dan observasi yang diambil dengan waktu yang berbeda hingga menemukan sebuah hasil yang valid.

Oleh karena itu, triangulasi jenis ini tidak disarankan untuk digunakan oleh orang yang memiliki waktu yang sedikit untuk melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, Penulis menggunakan triangulasi sumber data untuk melihat derajat kesamaan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dengan beberapa informan, dan dokumentasi.