

PERANAN POLA KOMUNIKASI PIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN PADA WAROENGBERITA.COM

THE ROLE OF LEAD COMMUNICATION PATTERNS ON EMPLOYEES' JOB MOTIVATION IN WAROENGNEWS.COM

ERWIN JAYA DAELI,¹, JUNAIDI², CUT ALMA NURAFLAH³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Dharmawangsa
Jl. Kl. Yos Sudarso NO.224 Medam
*Email:erwindaeli08735@gmail.com

ABSTRAK

Tujuannya untuk mengetahui bagaimana peranan pola komunikasi pimpinan terhadap motivasi kerja karyawan pada Waroengberita.com, untuk mengetahui hambatan peran pola komunikasi kepemimpinan terhadap motivasi karyawan Waroengberita.com. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kantor Media Waroengberita.com yang beralamat Jl. Sultan Agung No. 7 Kota Medan, Sumatera Utara. Dalam pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan menurut Miles dan Hibermen antara lain pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yang dilakuka melalui wawancara, pengamatan dan dokumentasi yaitu, pimpinan pada Waroengberita.com kurangnya berkomunikasi dalam memberikan motivasi dan arahan kepada karyawan dikarenakan adanya keperluan pimpinan diluar kota, sehingga karyawan kurang disiplin dalam melakukan pekerjaan atau terhadap aturan yang telah ditetapkan pada Waroengberita.com. Sementara itu terdapat beberapa karyawan yang melakukan perkerjaan dengan baik di karenakan adanya sanksi yang telah di berlakukan pada Waroengberita.com.

Kata Kunci : *Proses Komunikasi, Pola Komunikasi, Devenisi Peran, Pimpinan, Motivasi, Karyawan.*

A.PENDAHULUAN

Perusahaan akan berupaya menciptakan hubungan kerja yang harmonis antara manajemen dan karyawan. Namun, sebagai pemilik bisnis, Anda harus mampu memberikan pengaruh yang signifikan dan memotivasi karyawan Anda untuk bekerja keras agar mendapatkan hasil yang ideal. Manajer harus efektif dalam memotivasi, mengevaluasi, dan mengarahkan karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Secara umum, model komunikasi yang digunakan dalam bisnis adalah komunikasi interpersonal, yang dapat digunakan oleh siapa saja dalam suatu departemen, subdivisi/departemen suatu perusahaan, atau antagonisme antar manajer. Pencapaian tujuan bisnis Anda jika dapat dicapai melalui kerja sama antara manajer dan karyawan, atau melalui cara lain. Jika lini depan tidak menerima informasi dari manajemen secara tepat waktu, hal itu dapat mengakibatkan kesalahpahaman/miskomunikasi, yang membuat pekerjaan jauh lebih sulit.

Keberhasilan Manajer dalam Mengurangi Miskomunikasi Salah satu manfaat yang paling signifikan adalah peningkatan komunikasi. Kemampuan seorang manajer untuk bekerja membantu orang lain mengkomunikasikan ide, proposal, dan desain, serta meminimalkan masalah komunikasi, sangatlah berharga. Di tempat kerja, komunikasi antar organisasi, bisnis, dan negara sangat penting, terutama dalam meningkatkan produktivitas manusia. Selain itu, staf merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan karyawan yang sukses, produktif, dan berdedikasi yang ingin melakukan yang terbaik untuk perusahaan.

Komunikasi di antara rekan kerja sangat penting tidak hanya untuk meningkatkan motivasi di tempat kerja, tetapi juga untuk menumbuhkan lingkungan kerja yang positif. Pemimpin dapat memotivasi bawahannya dengan memahami pola komunikasi. Mulyana mendefinisikan motivasi sebagai “kemampuan memotivasi diri sendiri untuk bekerja”. Perlu diketahui bahwa setiap orang memiliki berbagai aktivitas dalam kesehariannya.

Salah satu fungsi ini memanifestasikan dirinya dalam apa yang dikenal sebagai generator kerja. Jika seseorang kurang motivasi, dia akan berjuang untuk menyelesaikan tugas yang ada. Demikian pula di tempat kerja, motivasi merupakan faktor penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Memahami motivasi, baik di tempat kerja maupun di rumah, dapat membantu orang meningkatkan kinerjanya. Menurut ini, manajer harus memotivasi karyawan dengan melembagakan budaya organisasi dan mengubah praktik kerja agar karyawan lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras, sehingga menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi. Motivasi harus dikembangkan sedemikian rupa sehingga mudah dipahami dan dikomunikasikan kepada siswa; jika tidak, setiap siswa akan termotivasi secara berbeda. Karyawan adalah fondasi dari semua bisnis. Untuk berhasil, sebuah perusahaan harus mampu mengidentifikasi karyawan atau pekerja yang cocok, serta mematuhi standar etika.

Pemilihan karyawan yang meliputi kualitas, pendidikan, pengalaman, dan keahlian merupakan nilai-nilai yang dicapai sesuai dengan keinginan organisasi.

PT Distribusi Aplikasi Djaya adalah pemilik dari Waroeng Berita.com. Waroengberita.com adalah *platform* berita/aplikasi yang mengumpulkan konten dari situs web lain dengan berbagai topik yang menarik dan menginspirasi pembaca (penonton). Waroengbaru di dirikan oleh seorang sutradara/penerbit yang terobsesi dengan alur kerja editing. Pengelola/pemimpin redaksi ditangani oleh tiga orang: satu manajer dan empat pekerja. Sementara proses komunikasi di Waroengberita.com terus berlanjut, masih ada gesekan antara redaktur dan penulis; tidak ada komunikasi yang sinkron antara keduanya, karena editor tidak mampu memotivasi dan mengembangkan penulis.

Karyawan tidak disarankan jika karyawan dan atasan terus-terusan membentak, baik karena manajemen terbebani kebutuhan di luar kantor atau bagian redaksi terbebani. Karyawan, membuat pekerja kurang semangat tak termotivasi untuk tepat waktu bekerja. Meningkatkan motivasi karyawan melalui pembinaan hubungan positif antara karyawan dan rekan kerja. Membangun hubungan saling percaya dengan orang lain adalah alat yang ampuh bagi anggota. Pemimpin organisasi harus memahami pentingnya komunikasi di dalam organisasi atau bisnisnya dan mampu mengatur waktu baik di dalam maupun di luar kantor.

Dalam hal ini, manajer harus dapat berkomunikasi dengan baik dan berkomunikasi dengan bawahannya agar tidak terjadi pengertian antara atasan dengan bawahan atau bawahan dengan atasan, hal ini dilakukan untuk melaksanakan kerjasama yang baik dalam perusahaan atau organisasi. Waroengberita.com prihatin dengan gangguan komunikasi karena Rendahnya motivasi karyawan mengakibatkan tidak tercapainya tujuan kerja yang akan menjadi bencana jika tidak segera ditemukan solusinya. Dalam hal ini, alasan tindakan cepat seorang supervisor adalah memberikan saran yang baik kepada karyawan melalui komunikasi. Situasi di mana karyawan bekerja kurang efisien dan efektif untuk mencapai tujuannya adalah karena kurangnya model komunikasi manajemen yang dapat meningkatkan motivasi karyawan, menurut Waroengberita.com.

Hal ini harus diulangi agar komunikasi Waroengberita.Com dapat berlanjut. Dengan cara ini, itu memfasilitasi pencapaian kesuksesan. Selain motivasi karyawan, salah satu aspek terpenting dari sistem manajemen perusahaan adalah manajemen. Kepemimpinan adalah proses dimana seseorang menjadi pemimpin melalui tindakan terus menerus untuk mempengaruhi pengikutnya untuk mempengaruhi pengikutnya

untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Manajemen juga penting untuk meningkatkan produktivitas perusahaan seiring pertumbuhannya.

Selain itu, pimpinan organisasi atau perusahaan harus selalu menyediakan waktu untuk interaksi pribadi (berbagi) dengan karyawan agar tetap peduli dan memberikan nilai. Karena komunikasi sangat penting dalam meningkatkan moral karyawan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa komunikasi di dalam organisasi/bisnis selalu efektif. Dengan cara inilah sebuah organisasi atau bisnis akan memahami kesuksesan yang telah dicapai.

B. LANDASAN TEORI

2.1 PROSES KOMUNIKASI

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari proses. Oleh karena itu, dapat atau tidaknya sebuah komunikasi berjalan dengan baik tergantung dari proses yang berlangsung. Menurut Rosady Ruslan (dalam Saleh A. M, 2016: 6) proses komunikasi dapat diartikan sebagai "*transfer of information*" atau pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Penghubung komunikasi dalam proses komunikasi bertujuan untuk bertukar umpan balik dan untuk mencapai saling pengertian antara satu dengan yang lain.

Onong Uchayana Effendi (Saleh A.M., 2016: 6-7) menyatakan bahwa ada dua jenis proses komunikasi, adalah sebagai berikut:

1. Proses utama komunikasi adalah berbagi pikiran dan/atau perasaan dengan orang lain menggunakan simbol sebagai media. Simbol sebagai sarana utama proses komunikasi adalah bahasa, tanda, gambar, warna, dll., Yang dapat langsung "diterjemahkan". "Bahasa citra yang banyak digunakan dalam proses komunikasi karena jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dimengerti oleh orang lain secara terbuka".

Proses komunikasi sekunder adalah proses di mana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain menggunakan alat atau media sebagai media kedua setelah simbol digunakan sebagai media pertama. Proses komunikasi sekunder adalah koneksi komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Dalam mengisi informasi dari atasan kepada bawahan atau bawahan, model komunikasi atasan dapat berupa:

- a. Komunikasi vertikal dari atas ke bawah (*downward communication*),
- b. komunikasi ke atas,
- c. Tautan horizontal (tautan horizontal/lateral),
- d. Komunikasi diagonal

Menurut Himstreet dan Baty (dalam Windartini 2020:13). Dalam "Komunikasi Bisnis" Prinsip dan Metode, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang bersifat umum (*common*), baik dengan simbol, gerak tubuh maupun perilaku atau tindakan. Menurut Ahmad Sihabudin dan Rahmi Winangsih (2012: 17) Komunikasi merupakan ilmu dan keterampilan yang harus dimiliki dalam berinteraksi dan menghayati antar manusia.

2.2 POLA KOMUNIKASI

Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Krisyantoro menyatakan bahwa pola komunikasi

dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam mengirim dan menerima pesan dengan cara yang benar sehingga pesan yang dituju dapat dipahami dalam situasi tertentu. Dalam penelitian ini, pola komunikasi seorang pemimpin adalah metode komunikasi verbal dan nonverbal yang digunakan oleh

pemimpin untuk mengarahkan, mempengaruhi, dan membimbing bawahannya sehingga tujuan atau pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik. Dengan banyaknya model komunikasi yang berkembang saat ini, beberapa model komunikasi yang dikemukakan oleh Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (Ramadhani D, 2019: 12-14) menjelaskan (2) pola komunikasi dalam artikel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pola atau komunikasi linier

Sudut pandang ini mengasumsikan bahwa pendekatan komunikasi manusia terdiri dari beberapa elemen kunci, di mana sumber atau pengirim, pengirim pesan (pilot) ke penerima (*receiver*) menerima pesan. Penerima pesan adalah orang yang menafsirkan pesan.

2. Pola komunikasi interaksional (Komunikasi sebagai interaksi)

Pola komunikasi interaktif ini dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954. Pola ini menekankan komunikasi dua arah antara dua alat komunikasi, yaitu komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim ke pesan, pesan ke penerima dan dari penerima ke pengirim. Dengan kata lain, komunikasi interaktif menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengar memberikan umpan balik dalam menanggapi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Pola komunikasi kepemimpinan terbagi menjadi lima yaitu:

- a. Pola roda yang bersifat penyampaian semua informasi hanya melalui satu orang yaitu pemimpinnya.
- b. Pola rantai yang penyampaian informasinya secara berurutan seperti rantai.
- c. Pola lingkaran, pola ini bersifat penyampaian yang berkelanjutan dari pemberi informasi pembentuk melingkar kepada anggota lainya dan pada akhirnya pemberi informasi akan mengevaluasi hasilnya dari orang terakhir yang menerima pesan.
- d. Pola y, dimana anggota ketiga dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainya, kemudian yang terakhir.
- e. Pola menyeluruh yang bersifat setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainya.

Model komunikasi dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Model komunikasi ke bawah adalah model komunikasi yang biasanya digunakan manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan mereka. Pemimpin tim dan *supervisor* menggunakan komunikasi ini untuk menetapkan tujuan, memberikan instruksi kerja, memberitahu karyawan tentang kebijakan dan prosedur, memberitahu karyawan tentang masalah, dan memberikan umpan balik kinerja. Model komunikasi ini tidak harus dalam bentuk kontak verbal atau tatap muka, seperti melalui surat atau email.
2. Model komunikasi ke atas adalah model komunikasi yang membuat manajer sadar akan bagaimana perasaan karyawannya.

Teori-teori inter/antarpersonal (Suryani I, 2022:627-628) yaitu:

1. Teori Interaksi Simbolik

Tokoh utamanya adalah Gorge Herbert Mead, ini utama teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh orang lain, demikian pula perilaku orang tersebut. Ada tiga ide dasar dalam teori ini yaitu:

- a. Alasan, makna yang sangat penting dalam perilaku manusia.
- b. (konsep diri)
- c. Masyarakat, menggambarkan hubungan individu dengan masyarakat.

2. Teori Pelanggaran Ekspektasi

Teori ini sering disebut sebagai *Expectation Violation Theory* atau Teori Penyimpangan yang Diperlukan. Kepribadian taman ini adalah Judee K. Burgoon. Teori ini awalnya disebut Teori Pelanggaran Harapan Nonverbal. Tetapi Burgoon kemudian menghilangkan nonverbal sebagai bagian dari Teori Pelanggaran Harapan (EVT) karena teori tersebut sekarang membahas masalah di luar komunikasi nonverbal. Teori harapan sifat berpendapat bahwa orang memiliki harapan tentang perilaku nonverbal orang lain. Harapan atau asumsi ini dibentuk berdasarkan norma-norma sosial dan pengalaman masa lalu kita dengan orang lain dan situasi di mana perilaku itu terjadi. Asumsi ini dapat mencakup hampir semua perilaku nonverbal, seperti kontak mata, jarak, dan sudut tubuh. Interaksi manusia dapat dilihat dari dua perspektif, yaitu ruang dan wilayah.

3. Teori Penipuan Interpersonal.

Dibuat oleh David Buller dan Judee K. Burgoon. Tradisi yang mendasarinya adalah sosio-psikologis. Teori ini lebih sejalan dengan teori hiburan. Orang mungkin berbohong untuk tujuan tertentu, misalnya: untuk menghindari menyakiti orang lain, untuk menyerang orang lain, untuk menghindari konflik, untuk berpura-pura empati, untuk menyenangkan orang lain, untuk mencari perhatian, dll. Fitur permainan meliputi:

- a. Sebuah pesan semacam itu tidak mengandung jaminan.
- b. Dalam pesan tersebut, komunikator menjelaskan bahwa dia tidak akan segera membalas.

4. Teori tempat komunikasi.

Teori ini dikemukakan oleh Howard Giles. Tradisi yang mendasarinya adalah sosio-psikologis. Inti dari teori ini menegaskan bahwa orang beradaptasi dengan ucapan orang lain, jeda, senyum, penampilan, perilaku verbal dan perilaku nonverbal lainnya. Teori ini berkaitan dengan penyesuaian interpersonal dalam interaksi. Hal ini didasarkan pada pengamatan bahwa komunikator sering terlihat meniru perilaku satu sama lain. Teori kognitif disonansi. Leon Festinger meluncurkan teori ini pada tahun 1957. Disonansi kognitif adalah teori yang berhubungan dengan perasaan tidak nyaman yang timbul dari sikap, pikiran, dan perilaku yang tidak konsisten. Metode untuk mengurangi disonansi.

- a. Mengurangi pentingnya keyakinan disonansi kita
- b. Meningkatkan kepastian konsonan
- c. Menghilangkan disonansi dengan cara tertentu.

5. Teori model pengungkapan diri

Teori ini dipresentasikan oleh Sidney Jourard dan Joseph Luft. Pengungkapan diri adalah proses di mana kami memberikan informasi pribadi kami kepada orang lain atau sebaliknya (membingungkan). Meskipun pengungkapan diri mempromosikan keberadaan, ia memiliki batasnya. Menetapkan batasan membutuhkan penilaian dan pertimbangan. Orang memutuskan apa yang harus dikatakan dan kapan mengatakannya, dan mereka memutuskan bagaimana menanggapi pertanyaan orang lain.

6. Teori pengurangan ketidakpastian.

Teori ini diciptakan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese pada tahun 1975. Teori ini lebih cocok digunakan saat bertemu orang asing.

7. Teori yang diatribusikan.

Teori ini dipresentasikan oleh Harold Kelley, Robert A. Baron dan Donn Byrne. Kondisi dasar dari teori ini adalah bahwa perilaku orang lain dan kita berasal dari motif, niat dan karakteristik yang mengamati perilaku satu sama lain.

8. Teori penetrasi sosial.

Teori ini diperkenalkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor. Premis dasar dari teori ini adalah untuk mengukur seberapa dekat kita dengan orang lain

berdasarkan lapisan, yang Altman dan Taylor bandingkan dengan sepotongbawang. Irisan dibagi menjadi 3 (tiga) lapisan, yaitu:

- a. Lantai luar (terbuka untuk umum)
- b. Lantai semi-pribadi (hanya untuk orang-orang tertentu).
- c. Lapisan pribadi (tidak terlihat dan tidak terpengaruh oleh orang lain, tetapi memiliki pengaruh besar pada seseorang).

9. Teori dialektika relasional.

Teori ini dikembangkan oleh Baxter dan Montgomery. Asumsi dasar teori ini adalah sebagai berikut:

- a. Hukuman tidak linier, tetapi variasi yang terjadi antara keinginan yang berlawanan.
- b. Hidup berhubungan dengan perubahan dari waktu ke waktu.

2.3 DEFENISI PERAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008 : 1051) peran adalah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Peranan adalah bagian yang dimainkan oleh seorang pemain (Film, sandiwara), ia berusaha bermain baik dalam semua yang dibebankan kepadanya. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa beliau mempunyai besar dalam menggerakkan revolusi.

Menurut Abu Ahmadi (2007 : 6) peranan adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu berdasarkan status dan fungsi sosialnya. Sedangkan menurut

Soerjono Soekanto (2012 : 212) peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka seseorang tersebut menjalankan suatu peran. Kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan begitupun sebaliknya. Setiap orang mempunyai peranan yang bermacam-macam yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya.

Menurut Soekanto (2012 : 213) Peranan yang melekat pada diri seseorang, harus dibedakan dengan posisi atau tempatnya dalam pergaulan masyarakat. Posisi seseorang dalam masyarakat merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu dan organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjuk pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Suatu peran mencakup tiga hal:

1. Peran meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi atau tempat dalam masyarakat.
2. Peran adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

3. Peran dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat

1. Peran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008 : 1051) peran adalah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Peranan adalah bagian yang dimainkan oleh seorang pemain (Film, sandiwara), ia berusaha bermain baik dalam semua yang dibebankan kepadanya. Tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa beliau mempunyai besar dalam menggerakkan revolusi.

2. MOTIVASI

Stanford (dalam Put Ferdinatus, 2020: 10) berpendapat bahwa motivasi adalah suatu kondisi yang menggerakkan suatu organisme yang berfungsi untuk mengarahkan organisme tersebut menuju tujuan kelas tertentu (motivasi kerja sebagai kondisi yang menggerakkan manusia menuju tujuan tertentu). Motivasi kerja juga bisa dikatakan sebagai energi untuk berbagi dorongan dalam passion Umar (dalam Put Ferdinatus, 2020: 10) motivasi diartikan sebagai suatu cara untuk mengambil sebuah tindakan.

C. METODE

Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian sistematis (jalur) yang digunakan untuk mempelajari atau meneliti suatu topik. Dalam suatu setting ilmiah kalau tidak adanya pengolahan di dalamnya tanpa pengujian hipotesis, dengan metode ilmiah ketika hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran kuantitas, melainkan makna (dari segi kualitas) dari fenomena yang diamati.

Menurut Jane Richie (dalam Ramadhani 2019: 33) penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya di dunia, dalam hal konsep, perilaku, persepsi, dan isu-isu tentang manusia yang diteliti. Kembali ke definisi di atas mengisyaratkan pentingnya peran yaitu masalah konsep, perilaku, persepsi dan materi pelajaran. Berdasarkan pengertian di atas, maka bisa disimpulkan tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang diketahui subjek, yang dijabarkan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menemukan bahwa waroengberita.com memiliki beberapa hasil analisis model komunikasi yang berbeda dan peran proses komunikasi antara manajer dan karyawan.

Dalam proses komunikasi yang terdapat dalam kepemimpinan kepada karyawan di Waroengberita.com terdapat perbedaan gaya kepemimpinan pada anggotanya yang disebabkan oleh komunikasi dua arah atau penulis bermaksud agar komunikasi dari gaya kepemimpinan mengarah pada komunikasi verbal padasalah satu karyawan dan gaya komunikasi non-verbal dengan karyawan terutamakaryawan lama di perusahaan Waroengberita.com yang merupakan perbedaan gaya proses komunikasi kepemimpinan pola dan karyawan di sana.

Peran kepemimpinan dalam Waroengberita.com kepada karyawan yang ada sangat terlihat tidak mengarah pada visi dan misi gerakan berita terkini yang disebabkan oleh peran pemimpin dan gaya kepemimpinannya dalam mengelola berita dari karyawan tersebut.

Kurangnya motivasi kepemimpinan terhadap karyawan dalam Waroengberita.com menjadikan salah satu faktor penyebab terlaksananya visi dan

misi dalam pergerakan dan perkembangan sebuah perusahaan. Motivasi memegang peranan penting dalam dunia kerja karena motivasi merupakan acuan

atau minat dalam melaksanakan kegiatan pemberitaan di Waroengberita.com yang sangat berkaitan Pengaruhnya terhadap faktor motivasi pimpinan terhadap karyawan yang bekerja di dalamnya.

Faktor lain yang menghambat pola komunikasi di perusahaan atau organisasi adalah faktor pengambilan keputusan yang berpihak pada Waroengberita.com tersebut, yaitu pengambilan keputusan dari Dreams kepada karyawan dianggap tidak memihak dan tidak transparan dalam pekerjaan atau rutinitas. Sehingga penulis dapat menyatakan bahwa pengambilan keputusan oleh pimpinan sangat berpengaruh terhadap pola dan proses komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi manapun dalam pekerjaannya. Faktor ini menjadi acuan penting dalam Waroengberita.com yang menjadi tolak ukur minimnya komunikasi terbuka antara pimpinan dan karyawan, terutama di Waroengberita.com saat ini.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan peneliti melalui survei, wawancara, dan observasi terhadap pengelola dan jurnalis/pekerja media di Waroengberita, terdapat beberapa contoh komunikasi dan kerjasama yang kurang baik antara pengelola dan karyawan. Hal ini disebabkan manajer tidak dapat berkomunikasi dengan atau memotivasi karyawan karena mereka bekerja di luar kota, sehingga kurangnya disiplin di tempat kerja. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa model komunikasi yang digunakan pada bagian personalia dan media Waroengberita.com adalah model interaktif berdasarkan model komunikasi yang digunakan oleh orang yang menulis artikel berita.

Pers/departemen media bagi karyawan untuk membantu mewujudkan perusahaan tuan dengan baik karena mereka terus berkomunikasi, berinteraksi, atau menerima umpan balik. Menurut temuan penelitian ini, tujuan komunikasi adalah menjaga karakter seseorang dengan memberikan bimbingan, nasehat, dan rasa aman yang konsisten. Hal ini terlihat dari semakin lamanya waktu yang dihabiskan untuk kedisiplinan siswa, serta pemberian instruksi dan sanksi agar siswa memahami bahwa pekerjaan yang dilakukannya serius dan berpotensi merugikan diri sendiri dan teman sebayanya. Manfaat dari pendekatan komunikasi interaktif ini adalah dapat meningkatkan kebahagiaan, motivasi, dan produktivitas, memungkinkan Anda mencapai tujuan dan memajukan karier melalui umpan balik. diartikan sebagai penyalahgunaan kekuasaan, padahal retorika politik itu digunakan untuk mencapai kekuasaan tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada partai politik dan juga meningkatkan elektabilitas partai politik. Apabila retorika politik tersebut tercapai maka nantinya dipergunakan dan dirasakan oleh para anggota legislatif dan kader partai politik untuk mensejahterakan rakyat dan masyarakat yang ada di dapil tersebut.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Anggriawan, F. (2017). *Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan di Samarinda*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Brahmasari, I. A., (2009). *Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Situasional dan Pola Komunikasi terhadap Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan pada PT. Central Proteinprima Tbk*. Jurnal Aplikasi Manajemen.

- Murdana, (2022). *Peranan Komunikasi Internal Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Hotel Ashyana Candidasa Beach Resort Karangasem, Bali.*
- Pratama, B. (2020). *Pola Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan.* Jurnal Ilmiah Komunikasi.
- Putra, N. F. P. (2013). *Peranan komunikasi interpersonal orang tua dan anak dalam mencegah perilaku seks pranikah di SMA Negeri 3 Samarinda kelas XII.* Ejournal Ilmu Komunikasi.
- Ramadhani, D. (2019). *Pola Komunikasi Pimpinan PTPN V Kebun Sei Pagar Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan.*
- Suryani, I. (2022). *POLA KOMUNIKASI PIMPINAN TERHADAP PRODUKTIVITAS PEGAWAI.* AL-Fathonah.
- Windartini, S. (2020). *Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi).* Jurnal Ekobistek.
- Dinata A, (2010:3-6). *Kepemimpinan dan Komunikasi Dalam Manajemen Proyek.* Moqra Indonesia, Semarang.
- Taruh Ferdinatus, (2020), *Motivasi Kerja Meniti Suara Hati Menolak Hati Suara Korupsi.* Deepublish, Yogyakarta
- Sukatin, dkk, (2020). *Manajemen dan Evaluasi Kerja.* Deepublish, Yogyakarta.
- Saleh Muwafik A. (2016). *Komunikasi Dalam Kepemimpinan Organisasi.* Universitas Brawijaya Pres, Malang.
- Sinjak Wahyunita, (2021). *Kinerja Karyawan Era Transformasi Digital.*
- Media Sains Indonesia, Kota Bandung – Jawa barat Syekh Nurjati. (2016). *Peran Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia.*