

OPTIMALISASI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PEMIMPIN REDAKSI MALANG POST DALAM MENINGKATKAN ETOS KERJA

ISMANIYAH

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

Email: ismaniyah21@yahoo.com

Abstrak: Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang sangat penting dilakukan dalam suatu perusahaan untuk mendukung etos kerja pegawai. Sebagai komunikasi interpersonal yang terjadi pada perusahaan Malang Post media cetak, komunikasi yang terjadi antara editor dan reporter dipelihara dengan baik. Karena komunikasi interpersonal sangat penting untuk mengajukan permohonan etos kerja dan pendukung dalam mengeksplorasi berita yang lebih baik dan belajar actual. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan langkah pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan informan dan dokumentasi yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Untuk mengukur validitas keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi data. Dari langkah-langkah analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis data interaktif yang meliputi reduksi data proses, penyajian data dan kesimpulan. Dari penelitian yang dilakukan telah diperoleh kesimpulan: komunikasi interpersonal yang terjadi antara editor dan wartawan Malang Post terjalin sangat baik dan harmonis. Komunikasi interpersonal adalah salah satu kegiatan editor dalam meningkatkan etos kerja wartawan, melalui kerja sama yang baik akan membangun hubungan yang baik pula.

Kata kunci: interpersonalcommunication, Malang Post editor dan wartawan

Summary: Interpersonal communication is a very important communication conducted in a company to support the work ethic of his subordinates. As interpersonal communication that occurs in Malang Post print media companies, communication that occurs between the editor and the reporter is nurtured well. Because interpersonal communication is very important to apply for a work ethic and a supporter in exploring better news and actual. This research used descriptive qualitative research method by steps of data collection through in-depth interviews with informants and documentation obtained through purposive sampling technique. To gauge the validity of the validity of the data is done by data triangulation techniques. From the steps of data analysis was performed using a model of interactive data analysis that includes process data reduction, data presentation and conclusion. From research carried out have been obtained keimpulan: interpersonal communication that occurs between editors and reporters Malang Post interwoven very good and harmonious. Interpersonal communication is one of the activities the editor in improving work ethic journalists, through good cooperation it will be built up a good relationship anyway.

Keywords: interpersonalcommunication, Malang Post editors and reporters

PENDAHULUAN

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk dari beberapa bentuk kegiatan komunikasi yang ada dalam organisasi. Poin komunikasi disini terletak pada kemampuan komunikasi antar individu untuk kemajuan organisasi dan menghilangkan hambatan-hambatan yang ada. komunikasi sangat di perlukan dalam suatu bidang usaha untuk menjadi lebih baik. Dengan adanya komunikasi yang baik maka akan tercipta hubungan yang baik untuk suatu perusahaan dengan menimbulkan sikap loyalitas tinggi serta memberikan perilaku loyalitas dari karyawan untuk kepentingan suatu perusahaan. Salah satu yang menjadi perhatian adalah motivasi untuk bekerja dari Wartawan tersebut. Motivasi kerja adalah suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan/pekerjaan.

Berkaitan erat dengan ini adalah bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi antara seorang pimred dengan wartawannya, yaitu dari segi fungsi komunikasi. Seperti yang dikemukakan banyak pakar, bahwa salah satu fungsi penting komunikasi interpersonal bagi seorang wartawan dalam etos kerjanya adalah sebuah motifasi, dengan adanya motifasi fungsi ini terbantu dengan komunikasi interpersonal yang diharapkan menyampaikan hasil pengamatan secara teratur dan sistematis. Dimana tidak ada media, fungsi ini dilakukan melalui komunikasi interpersonal dan sosial. Yang mana antara seorang pemimpin dan wartawannya saling bertanya dan bertukar informasi setiap hari untuk mendapatkan gambaran mengenai perubahan yang terjadi dan keadaan terakhir (termasuk ancaman, bahaya maupun keadaan yang menguntungkan) yang berkembang di sekitarnya, agar mereka dapat menyesuaikan kehidupannya, sebaik mungkin. Oleh karena itu semangat dan motifasi yang diperoleh dari seorang pemimpin memegang peranan sangat penting dalam membentuk sikap mental wartawan agar dapat berperan secara aktif dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. terhadap kesadaran untuk lebih aktif menjaga dan bertanggung jawab terhadap tugas yang diembannya. Namun dalam melaksanakan tanggung jawab tersebut pasti ada masalah-masalah yang harus dihadapi, dan tugas seorang pemimpin adalah memberi motifasi yang baik terhadap bawahannya.

Secara sederhana kegiatan komunikasi dapat di pahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan untuk mencapai kesamaan pandangan. komunikasi sangat di perlukan dalam suatu bidang usaha untuk menjadi lebih baik. Dengan adanya komunikasi yang baik maka akan tercipta hubungan yang baik untuk suatu perusahaan dengan menimbulkan sikap loyalitas tinggi serta memberikan perilaku loyalitas dari karyawan untuk kepentingan suatu perusahaan.

Pada era global saat ini pembahasan manusia pada lingkup pekerjaan sangatlah penting. Dengan adanya persaingan yang ketat dalam bidang kerja membuat manusia menjadi lebih hati-hati dalam pekerjaannya. apalagi yang berhubungan langsung dengan tingkat kesetiaan wartawan dalam suatu bidang pemberitaan di sebuah perusahaan media cetak. Salah satu cara untuk membangun kesetiaan pada suatu perusahaan dengan adanya komunikasi yang efektif antara wartawan dan pemimpin redaksi. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan aktifitas kerja yang dilakukan oleh wartawan.

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk dari beberapa bentuk kegiatan komunikasi yang ada dalam organisasi. Poin komunikasi disini terletak pada kemampuan komunikasi antar individu untuk kemajuan organisasi dan menghilangkan hambatan-hambatan yang ada. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah Trust atau kepercayaan, perilaku sportif dan sikap yang terbuka. Di dalam sebuah organisasi atau perusahaan kebutuhan komunikasi menduduki peringkat tertinggi sebagai kebutuhan utama.

Dalam dunia organisasi, baik organisasi yang bergerak di bidang pemerintahan maupun di bidang bisnis, faktor sumber daya manusia merupakan faktor yang paling menentukan. Oleh karena begitu pentingnya peranan sumber daya manusia dalam perusahaan, maka setiap hal yang berhubungan dengan SDM harus diperhatikan secara benar. Salah satu yang menjadi perhatian adalah motivasi untuk bekerja dari karyawan tersebut. Motivasi kerja adalah suatu kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan/pekerjaan. Seringkali terjadi atasan yang memberi perintah dengan cepat kepada bawahannya, sehingga bawahannya tidak mengerti apa maksud dari perintah tersebut, dan mengakibatkan bawahan kurang atau bahkan tidak termotivasi untuk melaksanakan perintah

atasannya. Oleh karena itu atasan harus menciptakan hubungan yang harmonis antara dirinya dengan bawahannya maupun antar karyawan melalui komunikasi interpersonal yang baik. Komunikasi interpersonal adalah terjadinya proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara timbal balik.

Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, kita perlu bersikap terbuka dan menggantikan sikap dogmatis. Selain itu, kita perlu juga memiliki sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap saling memahami, menghargai dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak. Oleh sebab itu setiap media massa memiliki organisasi atau disebut dengan NEWS ROOM khususnya dalam media cetak. organisasi media cetak pada titik puncaknya akan dipimpin orang pertama yang disebut direktur utama atau pimpinan umum, bahkan mungkin ada istilah lain lagi. terlepas dari sebutan tersebut, baik bidang redaksional maupun bidang usaha dan percetakannya. Orang pertama itu belum tentu merupakan pemilik perusahaan itu, tidak jarang perusahaan pers atau media massa bukan dipimpin langsung oleh pemilik perusahaan, tetapi menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga profesional. Akibatnya seperti juga diperusahaan umum, bila disusun struktur perusahaan pers, tentu yang paling di atas adalah pemilik perusahaan atau owner.

Pemimpin redaksi merupakan orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi penerbitan media cetak sesuai undang-undang pokok pers, pemimpin redaksi bertanggung jawab seandainya muncul tuntutan hukum yang berhubungan dengan isi pemberitaan pada penerbitannya. Namun, pimpinan redaksi juga dapat melimpahkan wewenang pihak terkait hingga ketinggian penulisannya (wartawan atau koresponden).

Dari apa yang telah disampaikan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemimpin redaksi adalah orang yang berhak menentukan apa yang terjadi dalam penerbitan berita. Dan Memimpin, mengelola, mengarahkan kebijaksanaan kegiatan pada bagian pemberitaan.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang saya gunakan adalah penelitian kualitatif yang perpedoman pada metode yang dikemukakan oleh Moleong, bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi dan sebagainya.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian berlangsung dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan sebagai penguat dan sebagai bukti nyata dalam penelitian. Lokasi dalam penelitian ini adalah media cetak MALANG POST, yang beralamat di jln. Sriwijaya no 1-9.

Sumber Data

- Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber utama. Adapun sumber data dalam penelitian ini jenis sumber datanya berupa manusia.

Adapun sumber karakteristik umum data primer adalah:

1. Pemimpin redaksi Malang post dan seluruh atau sebagian dari karyawan yang ada.
2. Mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal yang terjadi antara pemimpin redaksi

Malang post dan karyawannya dalam menunjang etos kerja perusahaan.

- Data sekunder Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh bukan dari sumber asli, melainkan diperoleh dari sumber dokumentasi.

Tekhnik Pengumpulan Data

Pelaksanaan Pengumpulan Data Menggunakan Metode:

1. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan proses interaksi peneliti dengan informan atau responden guna memperoleh memperoleh data atau respon untuk kepentingan tertentu. Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topic yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, wawancara seringkali dimanfaatkan sebagai tehnik utama pengumpulan data.

Ada dua alasan pokok dipilihnya tehnik wawancara.

- a. Dengan menggunakan tehnik wawancara, peneliti dapat menggali sesuatu yang diketahui, dirasakan dan dialami oleh subjek/informan termasuk hal-hal yang tersembunyi.
- b. Dapat menggali data yang bersifat komprehensif (utuh atau lengkap) Wawancara mendalam adalah adalah suatu percakapan antara peneliti dengan informan yang bertujuan mengetahui pendapat, perasaan, persepsi, pengetahuan dan pengalaman pengideraan seseorang. Nasution menyebutkan tujuan wawancara adalah mengetahui apa yang terkandung dalam pikiran dan hati orang lain. Isi wawancara melalui: Pengalaman dan perbuatan responden, yakni apa yang dikerjakan.
- c. Pendapat, pandangan, tanggapan, tafsiran atau pikiran tentang sesuatu. Tehnik ini digunakan untuk mengetahui secara mendalam tentang berbagai macam informasi yang berkaitan dengan persoalan yang diteliti.

Sesuai dengan karakteristik penelitian yang telah disebutkan diatas, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah.

1. Pemimpin redaksi Malang Post
2. Wartawan Malang Post.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Tekhnik Sampling

Teknik sampling adalah cara tertentu (yang secara metodologis dibenarkan) yang digunakan untuk menarik (mengambil, memilih) anggota sampel dari anggota populasi sehingga peneliti memperoleh kerangka sampel dalam ukuran yang telah ditentukan (Hamidi, 2010: 133).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, yakni cara memilih sampel berdasarkan kelompok, atau sekelompok individu melalui pertimbangan tertentu yang diyakini mewakili semua unit analisis yang ada. Pemilihan kelompok atau individu tertentu dilakukan setelah peneliti melakukan pengamatan atau penjajakan di lokasi penelitian. Dalam metode penelitian ini sumber objeknya adalah wartawan dan pemimpin redaksi Malag Post. Adapun orang-orang yang diwawancarai adalah sebagai berikut:

1. **Sunafip Ra indrata (pimpinan redaksi)**
2. **Nurdiansya (fotografer)**
3. **Abdul Halim (staf redaksi)**
4. **Ismadi, Sirhan sahri, Roni, Bambang T.L, Muhammad suwadi, Reni S.P.(WARTAWAN)**

Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode keabsahan menggunakan tehnik credibility (kepercayaan) dan transferability (derajat ketepatan).

Analisa Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian tehnik analisa kualitatif yang berpedoman pada Miles dan Huberman, Menurut Miles dan Huberman (dalam sugiyono, 2008), mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisa data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

SEJARAH BERDIRINYA MALANG POST

Didirikan secara resmi pada tanggal 1 Agustus 1998 di Kota Malang sebagai media daerah, MALANG POST diterbitkan sekaligus sebagai media pertama di Indonesia yang bernafaskan otonomi daerah. Sebuah bentuk lembaga Koran yang "berkuasa" di daerah terbitnya.

Ide yang dilakukan MALANG POST, yaitu ide membuat 'kekuasaan' di daerah, belakangan akhirnya diikuti pemerintah. Melalui UU No.22 Tahun 2000, sistem pemerintahan akhirnya menganut sistem otonomi daerah yang kemudian diperkuat dengan terbitnya UU NO.25 Tahun 2000 tentang pertimbangan keuangan daerah.

Khusus di industri media massa atau Koran, MALANG POST akhirnya menempatkan diri sebagai pelopor pertama Koran dengan wacana otonomi daerah. dimana beberapa kelompok raksasa industri pers pada akhirnya juga menerapkan sistem penerbitan Koran bernafaskan otonomi daerah.

VISI DAN MISI

Visi dan Misi PT. Malang Post adalah "Menjadi Bagian Daripada Perubahan Sistem Otoda". Visi dan Misi tersebut sejalan dengan perubahan yang terjadi pada sistem kekuasaan pemerintah pusat dan daerah. Surat kabar MALANG POST berusaha menjadi surat kabar yang independent, bebas dari intervensi pemerintah dan pemilik modal.

Optimalisasi Komunikasi Interpersonal Pemimpin Redaksi Malang Post Dalam Meningkatkan Etos Kerja Wartawan.

Optimalisasi komunikasi interpersonal pemimpin redaksi malang post dalam meningkatkan etos kerja wartawan merupakan tema yang cukup penting, sebab sepantasnyalah jika seorang pemimpin redaksi menjalin hubungan komunikasi secara individu terhadap anak didiknya untuk mendukung etos kerja dalam perusahaan.

Dalam rangka meningkatkan etos kerja wartawan pemipin redaksi Malang post melaksanakan komuikasi interpersonal secara diadik untuk menunjang emosional positif agar anak

didiknya bekerja dengan baik.

Komunikasi interpersonal yang terjadi antara pemimpin redaksi Malang Post dalam meningkatkan etos kerja wartawan.

Pemimpin redaksi malang post dalam melihat etos kerja wartawan sering memanfaatkan waktu-waktu luang untuk memberikan motivasinya agar lebih semangat dalam menggali berita. Untuk itulah dalam pembahasan kali ini peran pemimpin redaksi terhadap etos kerja wartawan dalam menggali berita apapun sangat besar dalam membantu mengembangkan perusahaan ke yang lebih baik khususnya dalam dunia media informasi secara profesional. Tujuan pokok diadakannya hubungan pemimpin redaksi terhadap wartawan melalui komunikasi interpersonal adalah “menciptakan solidaritas atau energi positif”, jadi jelas-jelas bukan semata-mata hanya komunikasi biasa yang terajadi setiap harinya.

Pembinaan hubungan antara pimred dengan wartawan dimulai dengan tugas yang akan disampaikan. Biasanya seorang pimred memberikan sebuah tugas untuk meliput sebuah berita yang sangat menantang, dan disitulah terjadi sebuah komunikasi interpersonal yang sangat perlu sekali disimak oleh wartawan. (sesuai hasil wawancara dengan Pemimpin redaksi Malang post, 5 juni 2012) dalam tugas yang diberikan oleh pimred sangat bisa dipahami, karena dalam berkomunikasi dan mensupport para wartawan pimred Malang post tidak hanya secara tatap muka saja, akan tetapi juga lewat telepon, HP, dan BBM. Pemimpin redaksi Malang post dalam melaksanakan komunikasi interpersonal sebelumnya telah melakukan pemberitahuan informal kepada para wartawan kemudian disusul dengan tugas yang sangat menantang beserta penjelasan maksud dan tujuan dari tugas tersebut.

Faktor-faktor yang mendorong adanya komunikasi interpersonal. pemimpin redaksi Malang post dalam meningkatkan etos kerja wartawan.

Wartawan yang dikejar deadline, cukup merespon positif perlakuan dari pemimpin redaksi Malang Post. Beberapa wartawan juga menerangkan bahwa pihak pimpinan juga cukup terbuka dengan kondisi yang sebenarnya terjadi. Sehingga oleh teman-teman wartawan, pemimpin redaksi Malang Post dinilai memiliki rasa kekeluargaan yang cukup tinggi dan harmonis, hal ini juga di dukung oleh pengamatan peneliti tentang kesan yang ditangkap bahwa pemimpin redaksi Malang Post cukup ramah dengan wartawan.

Hambatan Komunikasi Interpersonal Antara Pimpinan Redaksi dan Wartawan Malang Post.

Hambatan- hambatan komunikasi interpersonal pemimpin redaksi dan wartawan Malang Post dalam etos kerja salah satunya yaitu, berkenaan dengan sifat dasar manusia yang selalu menuntut kesempurnaan, karena karena hal inilah yang sering terjadi pada pemimpin redaksi Malang post terhadap wartawannya untuk lebih sempurna lagi dalam menjalankan tugasnya seperti menggali berita lebih dalam lagi. Atau kadang dari pihak pimpinan menolak dari berita yang telah diliput oleh wartawan karena dianggap tidak bagus dan anggelnya tidak bagus. Dan kadang dari pihak pimpinan memberikan komentarnya dengan sangat gambling dan blak-blakan.

Namun hambatan-hambatan ini telah diusahakan oleh pihak wartawan untuk berfikir positif saja dengan apa yang telah dilakukan oleh pihak redaktur agar tetap eksis dalam mencari berita. Karena setiap pekerjaan tidaklah ada yang sempurna. Itupun pihak wartawan

menyadari atas keprofesionalan atasannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan, optimalisasi komunikasi interpersonal pemimpin redaksi Malang Post dalam meningkatkan etos kerja wartawan adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal pemimpin redaksi terhadap wartawan Malang Post dalam meningkatkan etos kerjanya mempublikasikan komunikasi secara kekeluargaan agar dari tugas yang diemban masing- masing berjalan dengan lancar dan mendorong emosional untuk meningkatkan dunia kerja secara professional dibidang perusahaan media cetak.
2. Faktor-faktor yang mendorong adanya komunikasi interpersonal pemimpin redaksi dan wartawan malang post yaitu untuk saling mengingatkan dalam dunia kerja khususnya diperusahaan media cetak agar selalu fokus dalam menggali berita.
3. Hambatan yang dirasa oleh pihak wartawan dalam komunikasi interpersonal dalam etos kerjanya dianggap sebagai sebuah motifator dan dukungan untuk meningkatkan etos kerjanya lebih baik lagi.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah ada diatas maka peneliti mencoba untuk memberikan sebuah saran yakni berupa:

1. Mempertahankan komunikasi interpersonal yang telah menghasilkan keharmonisan dan kekeluargaan yang ada dalam perusahaan.
2. Meningkatkan sebuah motifasi untuk mendukung kinerja wartawan agar tetap focus dan ulet lagi dalam menggali berita.
3. Senantiasa sabar dalam menghadapi sebuah pekerjaan demi perkembangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 1991. Agus dharma *Manajemen Prestasi Kerja Pedoman Praktis Bagi Para Personalia Untuk Meningkatkan Prestasi Kerja*.Cetakan
- Artikunto Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Fajar, Marhaeni. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Efendy, Uchjana, Efendy. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Press. Malang.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mondry. 2008. *Dasar-Dasar Jurnalistik*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rahmat, Jalaaluddin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakary. Bandung.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabet. Bandung.
- <http://tjptosubadi.blogspot.com/2011/01/contoh-bab-iii-metode-penelitian.html>