

MOTIVATION OF EMPLOYEES WORKING IN CREATIVE TEAM MEDIA TV (CASE STUDY ON COMPANY ACQUISITION)

Wafa Hassim

Undergraduate Program, Psychology Faculty

Gunadarma University

<http://www.gunadarma.ac.id>

Keywords: Work Motivation, Employee Creative Team Media TV.

ABSTRACT

Assessment of satisfaction with the TV viewers of the media event to be one occurrence of encouragement or motivation to achieve goals. Work motivation is something that raises incentive or morale, or in other words morale booster. So also with the creative team on the television media who require motivation to work in achieving the goal, then the researchers wanted to know the motivation of the creative team working on the television media. The objective of this research is to obtain an explanation of the picture of job motivation, the factors that influence the work motivation, and get clarification on employee work motivation process of the creative team on television. The approach used is qualitative research in the form of case studies and the number of subjects one person, an employee at the creative team of TV media. Data collection techniques in this research using interview and observation methods applied to the subject and significant other. Complete with interview guidelines, observation guidelines, and a recorder. Based on the research that the picture of the subject of work motivation as the creative team on television media have characteristics of a high work motivation. Subjects had a high confidence of his job, has a future orientation, like the job challenging, the subject is not like a waste of time, the subject was looking for colleagues who have similar goals and the subject of tough work. Factors affecting work motivation is divided into two: extrinsic and intrinsic. Extrinsic factors include the supervision, salary, interpersonal relations and working conditions. While the intrinsic factors include responsibility, work itself (the perceived challenge), achievement and recognition. The process begins with the subject of work motivation needs to get money, pleasure in work and wants to establish his own business. To meet the needs

of his subjects continue to try and learn a lot for the realization of the ideals. The subject has the ability to apply the intrinsic factor by working as an employee of the creative team. In addition to intrinsic factors, extrinsic factors may also affect the subject in a creative team to work as an employee, so the subject can create new variations in a television program. From the work of the subject to obtain salary and bonus if the ratings increase.



Motivasi Kerja Pada Karyawan Tim Kreatif Media TV (Studi Kasus Pada Perusahaan Akusisi)

WAFHA HASSIM

Pebimbing : Praesti Sedjo, Msi

ABSTRAK

Penilaian kepuasan pemirsa terhadap acara media TV menjadi salah satu timbulnya dorongan atau motivasi dalam mencapai tujuan. Motivasi kerja merupakan sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja, atau dengan kata lain pendorong semangat kerja. Begitu juga dengan tim kreatif pada media televisi yang memerlukan motivasi kerja dalam mencapai tujuan, maka peneliti ingin mengetahui motivasi kerja pada tim kreatif media televisi.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah mendapatkan penjelasan tentang gambaran motivasi kerja, faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja, dan mendapatkan penjelasan proses motivasi kerja pada karyawan tim kreatif media televisi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dalam bentuk studi kasus dan jumlah subjek satu orang, yaitu seorang karyawan di bagian tim kreatif media TV.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode wawancara dan observasi yang diterapkan pada subjek dan significant other. Lengkap dengan pedoman wawancara, pedoman observasi, dan alat perekam.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa gambaran motivasi kerja subjek sebagai tim kreatif di media televisi memiliki karakteristik motivasi kerja yang tinggi. Subjek mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pekerjaannya, memiliki orientasi ke depan, suka terhadap pekerjaan menantang, subjek tidak suka buang-buang waktu, subjek mencari rekan kerja yang memiliki kesamaan tujuan dan subjek tangguh dalam bekerja. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja dibagi menjadi dua yaitu ekstrinsik dan instrinsik. Faktor-faktor ekstrinsik meliputi pengawasan, gaji, hubungan antar pribadi dan kondisi kerja. Sedangkan faktor-faktor instrinsik meliputi tanggung jawab, pekerjaan itu sendiri (tantangan yang dirasakan), prestasi dan pengakuan. Proses motivasi kerja subjek berawal dari kebutuhan mendapatkan uang, kesenangan dalam bekerja dan ingin mendirikan usaha sendiri. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya subjek terus berusaha dan banyak belajar agar terwujudnya cita-cita. Subjek memiliki faktor instrinsik untuk mengaplikasikan kemampuannya dengan cara bekerja sebagai karyawan tim kreatif. Selain faktor instrinsik, faktor ekstrinsik juga dapat mempengaruhi subjek dalam bekerja sebagai karyawan tim kreatif, sehingga subjek dapat membuat variasi-variasi baru dalam suatu program acara televisi. Dari hasil kerja subjek dapat memperoleh gaji dan bonus apabila mengalami peningkatan rating.

Kata kunci : Motivasi Kerja, Karyawan Tim Kreatif Media TV.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan berkembangnya zaman, media informasi sudah menjadi salah satu kebutuhan, mulai dari media cetak maupun media elektronik. Bahkan di zaman era globalisasi pada saat ini, dimana manusia membutuhkan informasi yang cepat, benar, akurat dan lengkap, maka sarana media informasi sudah mendapatkan kemudahan dalam penggunaannya. Media elektronik berupa televisi juga ikut serta dalam perkembangan media informasi di Indonesia karena sudah menjadi salah satu kebutuhan. Stasiun televisi pertama di Indonesia adalah Televisi Republik Indonesia (TVRI), yang mengudara sejak tahun 1962 di Jakarta. Siaran perdananya menayangkan Upacara Peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke-17 dari Istana Negara Jakarta. Siarannya ini masih berupa hitam putih. Media pertelevisian selanjutnya mulai berkembang, maka muncul televisi swasta pertama RCTI di Jakarta, dan SCTV pada tahun 1990 di Surabaya. Melihat kondisi tersebut, maka bermunculan pula perusahaan media televisi swasta lainnya seperti TPI, ANTV, INDOSIAR, METRO TV, TV ONE, GLOBAL TV dan stasiun-stasiun televisi lainnya (Wikipedia, 2008).

Perusahaan yang bergerak di media cetak di Indonesia pun ada yang mulai mengembangkan usahanya dengan ikut serta dalam perusahaan media televisi swasta. Salah satu contohnya, seperti pada Kelompok Kompas Gramedia yang mengembangkan media televisi

swasta dengan nama TV 7 (trans7, 2008). Namun dalam mempertahankan perusahaan televisi merupakan hal yang tidak mudah, terutama dalam hal biaya yang dikeluarkan perusahaan televisi tersebut. Satrio Arismunandar, produser berita di Trans TV yang dikutip dalam *blogspot*-nya mengungkapkan bahwa ditengah ketatnya persaingan serta keterbatasan iklan untuk stasiun televisi, keuntungan lebih besar bisa diraih jika beberapa stasiun bergabung dalam satu kelompok (dalam Widhiyanto, 2007).

Seiring berjalannya waktu, masing-masing stasiun televisi di Indonesia mulai bersaing dalam menyajikan acara-acara yang dapat menyedot pemirsa, dengan berbagai cara dan kemasan yang berbeda-beda pada setiap acara di stasiun televisi. Sebagai contoh, dikutip dari majalah Surat Sahabat edisi 11 (2007) salah satu acara yang diproduksi sendiri oleh Trans tv dan memperoleh penghargaan Program *Talkshow* terfavorit versi Panasonic *Award* adalah acara “ceriwis”, begitu juga dengan Trans 7 yang memproduksi sendiri program acara anak-anak yaitu “Si Bolang Bocah Petualang”. Tentunya stasiun televisi lainnya yang memiliki program-program yang diproduksi sendiri dengan kemasan yang berbeda-beda.

Hal tersebut menjelaskan bahwa dibalik setiap acara-acara yang menarik dalam dunia media pertelevisian tentunya tidak lepas dari peran kerja karyawan yang memiliki loyalitas, dedikasi yang tinggi terhadap perusahaan media televisi yang bersangkutan sehingga

para karyawan wajib dikelola oleh perusahaan media televisi dengan sebaik mungkin agar mendapatkan hasil yang optimal. Menurut Daryatmi (2008), suatu organisasi dapat berjalan efektif apabila fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, motivasi dan pengawasan yang ada didalamnya berfungsi dengan baik, serta unsur-unsur penunjangnya tersedia dan memenuhi persyaratan. Salah satu unsur terpenting yang dapat mendukung jalannya perusahaan adalah sumber daya manusia (karyawan). Sumber daya manusia mempunyai peran penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, mempertahankan perusahaan televisi merupakan hal yang tidak mudah dan tidak sedikit pula stasiun televisi yang mengadakan kerjasama antar stasiun televisi atau biasa disebut akuisisi. Akuisisi berasal dari sebuah kata dalam bahasa Inggris *acquisition* yang berarti pengambil alihan (wikipedia, 2008). Artinya akuisisi juga bisa dijelaskan sebagai pembelian suatu perusahaan oleh perusahaan lain atau oleh kelompok investor. Akuisisi sering digunakan untuk menjaga ketersediaan jaminan produk agar perusahaan tetap dapat bertahan.

Ada kecenderungan timbul dinamika yang baru bagi perusahaan yang mengalami akuisisi. Seperti yang dijelaskan Susanto (2007) bahwa secara alamiah merger dan akuisisi selalu ada kecenderungan terganggunya pengelolaan karyawan atau sumber daya manusia diantara kedua perusahaan. Dalam hal

ini, mungkin karyawan atau SDM akan beradaptasi kembali dengan *partner* kerja yang baru, pengarahannya kembali mengenai bagaimana meningkatkan kesadaran serta menimbulkan inisiatif pembahasan dan membuka kesempatan melakukan tindakan yang diperlukan menghadapi dinamika dalam merger atau akuisisi. Namun bukan berarti menjadi penyebab utama terhambatnya motivasi kerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sebagai contoh, tergabungnya TRANS TV dan TRANS 7 merupakan suatu tantangan bagi pelaku bisnis diperusahaan media pertelevisian. Bila kita melihat tayangan-tayangan setiap acara di beberapa media televisi, ada yang mendapat sambutan yang baik, terbukti dengan rating yang tinggi dari pemirsa. Namun tidak dapat kita pungkiri, ada juga acara media televisi yang mendapatkan sambutan yang minim dengan rating yang rendah bahkan bisa jadi menurun. Menurut Widhiyanto (2007) Trans 7 yang awalnya bernama TV 7 mendadak mengalami lonjakan pangsa pasar menjadi 6,3% pada tahun 2006, dibanding kondisi awal tahun yang sebesar 6%. Kini pangsaanya diperkirakan terus menanjak. Kenaikan porsi penguasaan pasar tidak hanya karena daya tarik Tukul dilayar Trans 7 lima kali dalam sepekan. Dibalik itu, ada hasil kerja konsolidasi dengan Trans TV yang sudah sekian tahun.

Adapun lonjakan pangsa pasar, rating acara, dan lain sebagainya mengenai penilaian dari pemirsa menjadi suatu kepuasan

sehingga menjadi salah satu timbulnya dorongan atau motivasi dalam mencapai tujuan. Seperti yang diungkapkan oleh Supardi dan Anwar (2004) motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

Begitu juga dalam proses mengemas acara-acara TV. Karyawan tim kreatif mengalami kondisi kerja dimana secara tidak langsung mereka harus memunculkan kemajuan ide-ide yang kreatif dan ikut bertanggung jawab disetiap episode acara, mulai dari waktu penayangan, segmen acara, pengaturan disetiap acara dan lain sebagainya. Hal itu dilakukan tidak lain untuk mendapat perhatian dari pemirsa. Tentunya kondisi tersebut secara tidak langsung menjadi tantangan dari pekerjaan itu sendiri. Sebagaimana dijelaskan oleh Hendrakusuma (2007), setiap program memiliki sedikitnya empat tahap yaitu lahir, tumbuh, matang dan menurun, atau mati. Itu semua juga menjadi salah satu tantangan tercapainya tujuan bagi pelaku bisnis termasuk tim kreatif pada perusahaan media televisi agar *survive* dalam jangka panjang. Hal tersebut mendorong karyawan tim kreatif agar senantiasa berusaha mewujudkan pencapaian dalam bekerja dan bila berhasil maka akan mendapatkan pengakuan. Misalnya, dari pemirsa berupa rating dan dari perusahaan berupa kompensasi atau bonus.

Sebagaimana yang telah dijelaskan mengenai kondisi kerja tim kreatif media TV, Herzberg menjelaskan (dalam Munandar, 2001) bahwa kemajuan, tanggung jawab, pekerjaan itu sendiri (tantangan yang dirasakan), pencapaian, dan pengakuan, merupakan beberapa penyebab orang menjadi puas akan pekerjaannya. Hal tersebut dapat mendorong orang untuk dapat memenuhi kebutuhan. Munandar (2001) juga menjelaskan bahwa motivasi kerja adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ke tercapainya tujuan tertentu dan individu menghadapi berbagai rintangan untuk dapat mencapai tujuannya dan memenuhi sekelompok kebutuhannya.

Motivasi kerja merupakan sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja, atau dengan kata lain pendorong semangat kerja. Begitu juga dengan tim kreatif pada media televisi yang memerlukan motivasi kerja dalam mencapai tujuan, karena tim kreatif menjadi salah satu perangkat menariknya sebuah acara. Namun tidak bisa dipungkiri akan terjadinya dinamika motivasi kerja pada karyawan tim kreatif, apalagi ditengah ketatnya persaingan media pertelevisian saat-saat ini. Salah satu kasus penyikapan ditengah ketatnya persaingan adalah dengan melakukan kerjasama atau biasa disebut melakukan akuisisi, karena keuntungan lebih besar bisa diraih jika beberapa stasiun bergabung dalam satu kelompok dan adanya kecenderungan benturan yang dapat mengganggu, terutama sumber daya manusia pada kedua

perusahaan. Hal ini menyebabkan peneliti ingin mengetahui motivasi kerja karyawan tim kreatif media televisi pada perusahaan akuisisi.

Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini untuk mengkaji motivasi kerja pada tim kreatif media televisi. Adapun hal-hal yang akan dikaji adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif di media TV?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media TV?
3. Bagaimana proses motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media TV?

Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah ingin mengetahui gambaran motivasi kerja pada karyawan tim kreatif di media TV juga mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja pada karyawan tim kreatif di media TV dan mengetahui proses motivasi kerja pada karyawan tim kreatif media televisi.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Studi Kasus ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat yang dapat memberikan kontribusi untuk kepentingan pengembangan teori dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi yang

berkaitan tentang motivasi kerja pada tim kreatif media televisi.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan media televisi yang akuisisi, dengan harapan agar dapat meningkatkan motivasi kerja para tim kreatif sehingga dapat menambah wawasan dan meningkatkan produktivitas perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi Kerja

Pada umumnya manusia termotivasi oleh bermacam-macam hal, diantaranya adalah dorongan fisiologis, kebutuhan psikologis, kebutuhan untuk bertahan hidup, memiliki keinginan, emosi, rasa sakit hati, rasa takut, ancaman, penghargaan (uang, kedudukan, persahabatan) dan sebagainya.

Istilah motivasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu, atau usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau sekelompok orang tertentu bergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan atas perbuatannya.

Supardi dan Anwar (2004) mengatakan motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk

melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

Munandar (2001) menjelaskan bahwa motivasi kerja adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ke tercapainya tujuan tertentu dan individu menghadapi berbagai rintangan untuk dapat mencapai tujuannya dan memenuhi sekelompok kebutuhannya.

Dengan demikian yang dimaksud dengan motivasi kerja adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ke tercapainya tujuan tertentu dan individu menghadapi berbagai rintangan untuk dapat mencapai tujuannya dan memenuhi sekelompok kebutuhannya.

Peran Motivasi

Menurut Hasibuan (2001) pemberian motivasi pada karyawan akan menyebabkan :

- a. Timbulnya gairah semangat kerja karyawan
- b. Terciptanya suasana dan hubungan kerja yang baik
- c. Tingginya rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya
- d. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan

- e. Meningkatnya produktivitas kerja karyawan
- f. mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan
- g. Meningkatkan kedisiplinan dan menurunkan tingkat absensi karyawan
- h. Meningkatkan kreatifitas dan partisipasi karyawan
- i. Meningkatkan kesejahteraan karyawan
- j. Meningkatkan efisiensi penggunaan alat-alat dan bahan baku

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja

Herzberg (dalam Munandar, 2001) mengembangkan teori *hygiene-motivasi*. Herzberg menemukan faktor-faktor yang menimbulkan kepuasan kerja berbeda dengan faktor-faktor yang menimbulkan ketidakpuasan kerja. faktor-faktor yang menimbulkan kepuasan kerja, yang dinamakan faktor motivator, mencakup faktor-faktor yang berkaitan dengan isi dari pekerjaan, yang merupakan faktor intrinsik dari pekerjaan yaitu :

- a. Tanggung jawab (*responsibility*), besar kecilnya tanggung jawab yang dirasakan diberikan kepada seorang tenaga kerja;
- b. Kemajuan (*advancement*), besar kecilnya kemungkinan tenaga kerja dapat maju dalam pekerjaannya;
- c. Pekerjaan itu sendiri, besar kecilnya tantangan yang

- dirasakan tenaga kerja dari pekerjaannya;
- d. Prestasi (*achievement*), besar kecilnya kemungkinan tenaga kerja mencapai prestasi kerja yang tinggi;
 - e. Pengakuan (*recognition*), besar kecilnya pengakuan yang diberikan kepada tenaga kerja atas unjukkerjanya.
- f. Tangguh dalam menyelesaikan pekerjaan, maksudnya adalah berusaha seoptimal mungkin agar tidak mudah surut dalam menyelesaikan pekerjaan mencapai tujuan.

Jadi faktor-faktor tersebut tidak (dirasakan) ada, tenaga kerja menurut Herzberg, merasa *not satisfied* (tidak lagi puas), yang berbeda dari *dissatisfied* (tidak puas).

Karakteristik orang yang memiliki motivasi kerja tinggi dan rendah

Menurut Hasibuan (1995), karakteristik individu yang memiliki motivasi kerja tinggi adalah :

- a. Mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pekerjaannya, dalam artian individu tersebut tahu betul akan kemampuan yang dimilikinya saat mengerjakan pekerjaannya.
- b. Memiliki orientasi kedepan, agar dapat menyusun strategi yang terencana sesuai dengan kebutuhan akan datang.
- c. Suka terhadap pekerjaan menantang,
- d. Tidak suka buang-buang waktu,
- e. Mencari rekan kerja yang memiliki kesamaan tujuan, karena dengan begitu individu dapat saling berbagi dan lebih

Atkinson (dalam Hasibuan, 1995) orang yang memiliki motivasi kerja yang rendah :

- a. Kecemasan akan kegagalan tinggi, atau bisa disebut individu ini tidak berani mengambil resiko dalam memilih.
- b. Mempunyai pikiran dengan ketakutan akan kegagalan, mungkin dikarenakan sudah tertanam dalam pikirannya mengenai individu-individu lain yang mengalami banyak kegagalan.
- c. Memandang masa depan dengan pesimis, kurangnya perencanaan dan kurang keberanian untuk mengambil ketika ada kesempatan yang baik sehingga menurunkan motivasi kerja.
- d. Menganggap dirinya lemah dalam bekerja, kurangnya kepercayaan dan keyakinan diri bahwa individu ini memiliki potensi dalam mengerjakan pekerjaannya.

Dimensi-Dimensi Motivasi Kerja

Menurut Riva'i (2003), terdapat tiga dimensi :

- a. Kebutuhan, merupakan unsur yang timbul dalam diri seseorang apabila seseorang merasa adanya kekurangan dalam dirinya dan harus terpenuhi.
- b. Dorongan, terorientasi usaha pada tingkatan tertentu yang secara sadar dilakukan untuk seseorang agar kebutuhan tersebut terpenuhi.
- c. Tujuan, adalah segala sesuatu yang memuaskan kebutuhan yang telah terpenuhi.

Tim Kreatif

Secara umum pengertian dari tim kreatif adalah tim yang memproduksi suatu program. Sebagai contoh, dalam Broadcaster Development Program PT Televisi Transformasi Indonesia (2006) tim kreatif tidak ada atau tidak dimasukkan kedalam suatu struktur, namun ada dalam setiap acara yang diproduksi oleh TRANS Corp COMPANY hingga kini, baik di Trans TV maupun Trans 7.

Berdasarkan uraian di atas tim kreatif adalah tim yang ikut bertanggung jawab serta melaksanakan suatu produksi program televisi agar berjalan sesuai rencana.

Media Televisi

Media adalah sebuah sarana informasi. Pada era ini media berperan penting dalam kehidupan manusia. Media tidak hanya memuat informasi hiburan semata tapi juga lebih bersifat edukatif, sehingga pengetahuan manusia juga lebih

bertambah. Salah satu contoh media adalah koran, buku, majalah, musik, film, video game dan internet. Media memiliki perkembangan setiap tahunnya, sehingga media menjadi semakin modern.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus, karena tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan penjelasan tentang gambaran motivasi kerja, faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja, dan mendapatkan penjelasan proses motivasi kerja pada karyawan tim kreatif media TV.

Tujuan yang ingin dicapai adalah pemahaman yang mendalam tentang suatu kasus, atau dapat dikatakan untuk mendapatkan *verstehen* bukan sekedar *erklaren* (deskripsi suatu fenomena). Studi kasus mampu mengungkap hal-hal yang spesifik, unik, dan hal-hal yang amat mendetail yang tidak dapat diungkap oleh studi yang lain. Studi kasus mampu mengungkap makna dibalik fenomena dalam kondisi apa adanya atau natural (Heru Basuki, 2006).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa studi kasus adalah suatu bentuk penelitian atau studi yang mampu mengungkap makna dibalik fenomena dalam kondisi apa adanya atau natural, dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, dengan sasaran perorangan (individual) maupun kelompok, bahkan masyarakat luas.

Keakuratan Penelitian

Untuk menjaga keakuratan penelitian, peneliti menggunakan: triangulasi penelitian, triangulasi data, triangulasi pengamat, triangulasi teori, dan triangulasi metodologis.

PEMBAHASAN

1. Bagaimana gambaran motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif di media televisi?

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan gambaran motivasi kerja subjek sebagai tim kreatif di media televisi memiliki karakteristik motivasi kerja yang tinggi. Karakteristik yang pertama adalah subjek mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pekerjaannya, yakin akan kemampuan yang dimiliki dan sebagai buktinya subjek pernah diterima menjadi tim andalan untuk membuat program-program baru di tahun 2007. Hal ini sesuai dengan teori Hasibuan (1995) mengatakan yang termasuk mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pekerjaannya adalah dalam artian individu tersebut tahu betul akan kemampuan yang dimilikinya saat mengerjakan pekerjaannya. Asnawi (2007) juga menjelaskan karakteristik orang yang memiliki motivasi kerja salah satunya *Activation* yaitu mendorong munculnya gerakan atau perbuatan dan dapat dilihat dari berapa banyak serta kuatnya gerakan itu.

Karakteristik yang kedua memiliki orientasi ke depan.

Pada karakteristik memiliki orientasi ke depan, subjek memiliki cita-cita untuk memiliki usaha sendiri dan berkarya sesuai dengan keinginan. Hal ini sesuai dengan teori Hasibuan (1995) mengatakan yang termasuk memiliki orientasi ke depan adalah agar dapat menyusun strategi yang terencana sesuai dengan kebutuhan akan datang. Menurut Siagian (2002) seorang pekerja akan melaksanakan suatu pekerjaan tertentu, dimaksudkan sebagai upaya untuk merealisasikan keinginan-keinginan atau cita-cita yang dimaksudkan berkaitan dengan jenis-jenis kebutuhan yang ada.

Karakteristik yang ketiga adalah suka terhadap pekerjaan menantang. Dari suka terhadap pekerjaan menantang, dapat diketahui Subjek juga senang dengan pekerjaan yang menantang, dimana subjek banyak menemui hal baru bagi subjek dan di dalamnya subjek bersaing agar dapat menyamai kapasitas orang-orang sebelum subjek dan itu semua dilakukan semata-mata untuk kepentingan dalam bekerja. Hal ini sesuai dengan teori Hasibuan (1995) mengatakan yang termasuk suka terhadap pekerjaan menantang adalah individu menjalani tantangan tersebut tidak lain untuk meningkatkan kemampuan dan kepentingan dalam bekerja. Hal tersebut didukung oleh Rambo (dalam Asnawi, 2007) menyatakan bahwa pekerjaan yang memiliki banyak tantangan, dirasakan lebih berarti dan menempati interes hidup yang

lebih sentral bagi individu daripada pekerjaan yang tuntutan pekerjaannya rendah dan kewajibannya bersifat rutin.

Karakteristik yang keempat adalah tidak suka buang-buang waktu. Dari tidak suka buang-buang waktu, dapat diketahui subjek memanfaatkan waktu kerja dengan sebaik mungkin, termasuk saat waktu senggang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan lain yang belum selesai. Hal ini sesuai dengan teori Hasibuan (1995) mengatakan yang termasuk tidak suka buang-buang waktu adalah senantiasa memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan dalam bekerja.

Karakteristik yang kelima adalah mencari rekan kerja yang memiliki kesamaan tujuan. Dari mencari rekan kerja yang memiliki kesamaan tujuan, dapat diketahui subjek dapat bekerjasama dengan siapa saja selama memiliki kesamaan tujuan. Hal itu terlihat saat subjek saling bekerjasama, saling bantu dan subjek senang jika bisa bekerjasama dengan rekan yang bisa saling bantu dan saling terbuka dalam bekerja. Hal ini sesuai dengan teori Hasibuan (1995) mengatakan yang termasuk mencari rekan kerja yang memiliki kesamaan tujuan, karena dengan begitu individu dapat saling berbagi dan lebih membantu untuk mencapai tujuan. Begitu juga dengan Munandar (2001) yang menyatakan bahwa ada keinginan individu untuk membagi pikiran

dan perasaan dengan orang lain dan membiarkan mereka menikmati hal-hal yang sama dengan kita. Individu berkeinginan untuk berkomunikasi secara terbuka dengan orang lain yang dianggap penting dalam kehidupan mereka.

Karakteristik yang terakhir adalah tangguh dalam menyelesaikan pekerjaan. Dari tangguh dalam menyelesaikan pekerjaan, dapat diketahui seberat apapun prosedur akan subjek lakukan hingga pekerjaan selesai. Hal ini sesuai dengan teori Hasibuan (1995) mengatakan yang termasuk tangguh dalam menyelesaikan pekerjaan, maksudnya adalah berusaha seoptimal mungkin agar tidak mudah surut dalam menyelesaikan pekerjaan mencapai tujuan. Adapun teori harapan menurut Vroom (dalam Asnawi, 2007), karyawan meyakini bahwa segala prosedur yang telah diusahakan itu akan membawa kinerja yang baik untuk mencapai tujuan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media televisi?

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media televisi dibagi menjadi dua yaitu faktor ekstrinsik dan faktor instrinsik.

Faktor ekstrinsik yang pertama adalah pengawasan.

Pengawasan yang subjek terima sudah sesuai karena pengawasan dilakukan tidak lain untuk kebaikan subjek dan perusahaan juga. Hal ini sesuai dengan teori Herzberg (dalam Munandar, 2001) menyatakan bahwa faktor-faktor ekstrinsik dari pekerjaan diantaranya faktor pengawasan, dimana ada kesesuaian pengawasan yang dirasakan dan diterima oleh karyawan. Hal serupa juga dikemukakan oleh Asnawi (2007) bahwa betapa pentingnya faktor-faktor ekstrinsik, salah satunya diantaranya mengenai pengawasan terhadap para pekerja dalam rangka peningkatan kualitas kerja.

Faktor ekstrinsik yang kedua adalah gaji, subjek merasa sudah sesuai antara kinerja dengan gaji yang diterima. Selain gaji, subjek mendapat tunjangan sebagaimana karyawan pada umumnya. Hal ini sesuai dengan Winardi (2001) bahwa imbalan berupa gaji atau upah merupakan salah satu faktor ekstrinsik yang dapat dicapai karyawan dalam bekerja. Kartono (dalam Dahlan, 1998), menyatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik adalah untuk mencapai nilai ekonomi tertentu yaitu yang berbentuk gaji, honor atau premi, untuk memenuhi kebutuhan yang harus dipenuhi.

Faktor ekstrinsik yang keempat adalah hubungan antar pribadi, subjek senang dengan hubungan dan suasana yang subjek terima di lingkungan kerja subjek. Hasil penelitian

membuktikan bahwa karyawan yang memiliki hubungan yang hangat dengan orang lain akan menunjukkan kinerja yang lebih baik pada situasi dimana dukungan dan interpersonal dan kesepakatan terkait erat dengan kinerja (Yuwono, Suhariadi, Handoyo, Fajrianti, Muhammad & Septrarini, 2005). Begitu juga dengan Winardi (2001) yang menyatakan bahwa derajat kesesuaian yang dirasakan dalam berinteraksi dengan tenaga kerja lainnya menjadi salah satu faktor ekstrinsik yang dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan.

Faktor ekstrinsik yang terakhir adalah kondisi kerja, subjek senantiasa membuat yang lebih bagus dan lebih segar dalam setiap episodenya dan ada kcocokan antara kondisi kerja dengan karakter subjek yang suka eksplorasi. Sebagaimana menurut Munandar (2001) bahwa yang dimaksud dengan faktor kondisi kerja adalah kesesuaian kondisi kerja dengan proses pelaksanaan tugas pekerjaannya. Dessler (dalam Triyanto, 2007) juga mengungkapkan bahwa karyawan yang diberi kesempatan untuk membuat suatu produk dari awal hingga akhir, akan meningkatkan motivasi kerja karyawan itu sendiri.

Adapun faktor instrinsik yang mempengaruhi motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media televisi yang pertama adalah tanggung jawab. Subjek dan karyawan bagain tim kreatif ikut menjadi bagian yang

bertanggung jawab. Bahkan rasa tanggung jawab itu subjek jalani dengan senang, karena hal tersebut merupakan pilihan subjek sendiri. Sebagaimana Siagian (2002), mengemukakan bahwa tanggung jawab menjadi salah satu faktor yang ada dalam motivasi kerja, karena hal tersebut sebagai konsekuensi atas jabatan yang diemban, maka seorang karyawan akan mempunyai sejumlah tugas yang harus dilakukan sesuai jabatannya. Beban tugas ini berkaitan dengan kuantitas dan kualitas tugas yang dikerjakan. Adapun menurut Herzberg (dalam Asnawi, 2007), rasa tanggung jawab menjadi salah satu dari faktor-faktor yang berperan sebagai motivasi kerja terhadap karyawan karena mampu mendorong orang untuk bekerja dengan baik.

Faktor intrinsik yang kedua adalah kemajuan. Selama subjek bekerja sebagai karyawan tim kreatif ada kemajuan baik dari kemampuan yang subjek miliki, salah satu diantaranya yaitu kematangan dari sisi kreatif. Timotius (2003) mengatakan bahwa kemajuan kemampuan dalam penguasaan bidang pekerjaan, menjadi salah satu faktor timbulnya motivasi kerja pada karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang menjadi motivasi kerja berasal dari pekerjaan itu sendiri, salah satunya meliputi variabel seperti keinginan agar adanya kemajuan (Yuwono, Suhariadi, Handoyo, Fajrianti, Muhammad & Septrarini, 2005).

Faktor intrinsik yang ketiga adalah pekerjaan itu sendiri (tantangan yang dirasakan). Subjek senantiasa berusaha membuat hal yang unik dan lebih baik di setiap episodenya. Begitupun juga setelah akuisisi, tentunya persaingan semakin ketat apalagi dalam satu payung perusahaan. Munandar (2001) menyatakan bahwa besar kecilnya tantangan yang dirasakan karyawan pada pekerjaannya menjadi salah satu faktor timbulnya motivasi kerja pada karyawan.

Faktor intrinsik yang keempat adalah dalam hal prestasi. Subjek senantiasa mempertahankan rating program acara yang sudah baik dan bila mengalami penurunan, memicu subjek untuk terus belajar lebih baik dan lebih baik. Hasil penelitian Timotius (2003) menunjukkan bahwa prestasi kerja yang meningkat akan menguntungkan karyawan itu sendiri. Begitupun juga dengan Munandar (2001) menyatakan bahwa besar kecilnya prestasi menjadi salah satu faktor timbulnya motivasi kerja pada karyawan.

Faktor intrinsik yang terakhir adalah dalam hal pengakuan. Subjek senantiasa melakukan yang terbaik dan mendapatkan pengakuan dari perusahaan berupa gaji dan bonus atau penghargaan. Teori Maslow (dalam Yuwono, Suhariadi, Handoyo, Fajrianti, Muhammad & Septrarini, 2005) menyatakan bahwa keinginan untuk dikenal sebagai seseorang

yang berhasil (penghargaan) dan memperoleh status yang tinggi, menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi kerja pada karyawan. Menurut Winardi (2001) pengakuan berupa pujian atau penghargaan yang diterima karyawan akan mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik.

3. Bagaimana proses motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media televisi?

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis menyimpulkan proses motivasi kerja, dimana subjek memiliki kebutuhan mendapatkan uang, mendapatkan kesenangan dalam bekerja dan ingin mendirikan usaha sendiri. Subjek berusaha memenuhi semua kebutuhan agar tetap hidup. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya subjek terus berusaha dan banyak belajar agar dapat mewujudkan cita-citanya. Seiring dengan perkembangannya, subjek memiliki faktor intrinsik untuk mengaplikasikan kemampuannya dengan cara bekerja sebagai karyawan tim kreatif. Selain faktor intrinsik, faktor ekstrinsik juga dapat mempengaruhi subjek dalam bekerja sebagai karyawan tim kreatif, sehingga subjek dapat membuat variasi-variasi baru dalam suatu program acara televisi. Dari hasil kerja subjek dapat memperoleh penghasilan berupa gaji dan bonus apabila program acara yang bersangkutan mengalami peningkatan rating. Hal ini sesuai dengan teori Clifford (dalam Umar, 2007)

mengemukakan proses motivasi kerja berawal dari kebutuhan yang menimbulkan ketegangan, sehingga mendorong mencari sarana untuk dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Saat mendapatkan sarana atau alat untuk dapat memuaskan kebutuhan, maka menimbulkan perilaku hingga mendapatkan tujuan yang dituju yaitu kebutuhan itu sendiri.

Adapun Munandar (2001) mengemukakan dalam pembahasan proses motivasi kerja berawal dari sekelompok kebutuhan yang belum dipuaskan menciptakan suatu ketegangan yang menimbulkan dorongan-dorongan untuk melakukan serangkaian kegiatan untuk menemukan dan mencapai tujuan-tujuan khusus yang akan memuaskan sekelompok kebutuhan tadi. Pada tahap 'dorongan-dorongan' dan tahap 'melakukan kegiatan-kegiatan' individu berada dalam situasi pilihan : tujuan-tujuan apa saja yang ingin dan diperkirakan dapat dicapai, yang diharapkan akan memenuhi kebutuhan. Pada akhir tahap 'melakukan serangkaian kegiatan' individu telah mengambil keputusan, apa yang telah subjek pilih, sehingga subjek memasuki situasi masalah. Subjek menghadapi berbagai rintangan untuk dapat mencapai tujuannya dan memenuhi sekelompok kebutuhannya. Pemuasan kebutuhan berlangsung terus menerus, secara sadar maupun secara tidak sadar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motivasi kerja pada karyawan tim kreatif media televisi (studi kasus pada perusahaan akuisisi) dapat disimpulkan bahwa:

1. Gambaran motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif di media televisi :

Pertama, yaitu subjek mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pekerjaannya dan yakin akan kemampuan yang dimiliki. Kedua, yaitu memiliki orientasi ke depan, subjek memiliki cita-cita untuk mendirikan usaha sendiri dan berkarya sesuai dengan keinginan. Ketiga, yaitu suka terhadap pekerjaan menantang. Dapat diketahui subjek senang dengan pekerjaan yang menantang, dimana subjek banyak menemui hal baru dan di dalamnya subjek bersaing agar dapat menyamai kapasitas orang-orang sebelum subjek dan itu semua dilakukan semata-mata untuk kepentingan dalam bekerja. Keempat, yaitu tidak suka buang-buang waktu, karena subjek senantiasa memanfaatkan waktu kerja dengan sebaik mungkin, termasuk saat waktu senggang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan lain yang belum selesai. Kelima, yaitu mencari rekan kerja yang memiliki kesamaan tujuan, subjek dapat bekerjasama dengan siapa saja selama memiliki kesamaan tujuan. Hal itu terlihat saat subjek saling bekerjasama, saling bantu dan subjek senang jika bisa bekerjasama dengan

rekan yang bisa saling bantu dan saling terbuka dalam bekerja. Keenam, yaitu tangguh dalam menyelesaikan pekerjaan. Dapat diketahui seberat apapun prosedur akan subjek lakukan hingga pekerjaan selesai.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media televisi :

Terbagi menjadi dua, yaitu faktor ekstrinsik dan faktor intrinsik. Faktor ekstrinsik yang pertama adalah pengawasan. Pengawasan yang subjek terima sudah sesuai karena pengawasan dilakukan tidak lain untuk kebaikan subjek dan perusahaan juga. Faktor ekstrinsik yang kedua adalah gaji, subjek merasa sudah sesuai antara kinerja dengan gaji yang diterima. Selain gaji, subjek mendapat tunjangan sebagaimana karyawan pada umumnya. Faktor ekstrinsik yang ketiga adalah hubungan antar pribadi, subjek senang dengan hubungan dan suasana yang subjek terima di lingkungan kerja subjek. Faktor ekstrinsik yang keempat adalah kondisi kerja, subjek senantiasa membuat yang lebih bagus serta lebih segar dalam setiap episodinya dan ada kocokan antara kondisi kerja dengan karakter subjek yang suka eksplorasi.

Adapun untuk faktor intrinsik yang pertama adalah tanggung jawab. Subjek dan karyawan bagian tim kreatif ikut menjadi bagian yang bertanggung jawab. Bahkan rasa tanggung jawab itu subjek jalani

dengan senang, karena hal tersebut merupakan pilihan subjek sendiri. Faktor instrinsik yang kedua adalah kemajuan. Selama subjek bekerja sebagai karyawan tim kreatif ada kemajuan baik dari kemampuan yang subjek miliki, salah satu diantaranya yaitu kematangan dari sisi kreatif. Faktor instrinsik yang ketiga adalah pekerjaan itu sendiri (tantangan yang dirasakan). Subjek senantiasa berusaha membuat hal yang unik dan lebih baik di setiap episodenya. Begitupun juga setelah akuisisi, tentunya persaingan semakin ketat apalagi dalam satu payung perusahaan. Faktor instrinsik yang keempat adalah dalam hal prestasi. Subjek senantiasa mempertahankan rating program acara yang sudah baik dan bila mengalami penurunan, memicu subjek untuk terus belajar lebih baik dan lebih baik. Faktor instrinsik yang kelima adalah dalam hal pengakuan. Subjek senantiasa berusaha melakukan yang terbaik dan mendapatkan pengakuan dari perusahaan sebagai contoh berupa penghargaan karyawan dan bonus.

3. Proses motivasi kerja subjek sebagai karyawan tim kreatif media televisi :

Proses motivasi kerja subjek berawal dari kebutuhan mendapatkan uang, mendapatkan kesenangan dalam bekerja dan ingin mendirikan usaha sendiri. Subjek berusaha memenuhi semua kebutuhan agar tetap hidup. Untuk memenuhi

kebutuhan hidupnya subjek terus berusaha dan banyak belajar agar dapat mewujudkan cita-citanya. Seiring dengan perkembangannya, subjek memiliki faktor instrinsik untuk mengaplikasikan kemampuannya dengan cara bekerja sebagai karyawan tim kreatif. Selain faktor instrinsik, faktor ekstrinsik juga dapat mempengaruhi subjek dalam bekerja sebagai karyawan tim kreatif, sehingga subjek dapat membuat variasi-variasi baru dalam suatu program acara televisi. Dari hasil kerja subjek dapat memperoleh penghasilan berupa gaji dan bonus apabila program acara yang bersangkutan mengalami peningkatan rating.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk Subjek
a. Subjek senantiasa mengasah kreativitas dan inovasi dengan terus mencoba dan belajar dari hal-hal yang baru ditemui terutama sebagai karyawan di bagian tim kreatif media televisi.

2. Untuk Perusahaan
a. Hendaknya perusahaan senantiasa mendorong motivasi kerja karyawan dengan variasi dan memberikan kebebasan dalam

pekerjaan namun bertanggung jawab yang dapat meningkatkan kualitas kerja yang ditugaskan.

- b. Perusahaan diharapkan semakin meningkatkan motivasi kerja dan pengembangan karyawan dengan mengadakan berbagai macam pelatihan, seminar, kebijakan kompensasi atau lain sebagainya yang dapat menambah wawasan dan meningkatkan produktivitas pada tiap karyawan tim kreatif.

3. Untuk Penelitian Selanjutnya Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi motivasi kerja pada karyawan tim kreatif media televisi (studi kasus pada perusahaan akuisisi) dan lebih mendalam lagi. Selain itu juga dapat meneliti dari sudut pandang berbeda, misalnya dari segi manajemen ekonomi dan manajemen sumber daya manusia bagi perusahaan yang melakukan akuisisi. Sehingga dapat dilihat perbedaan motivasi kerja

karyawan dari sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2008). *Akuisisi*. http://id.wikipedia.org/wiki/Merger_dan_akuisisi. Diakses tanggal 12 Juni 2008
- Anonim. (2008). *Perkembangan TV digital di Indonesia*. [http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_digital#Perkembangan TV digital di Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_digital#Perkembangan_TV_digital_di_Indonesia). Diakses tanggal 12 Juni 2008
- Anonim. (2008). *Corporate overview*. <http://www.trans7.co.id/frontend/aboutus/view/company>. Diakses tanggal 12 Juni 2008
- As'ad, M. (2003). *Psikologi islami : Seri sumber daya manusia*. Yogyakarta : Liberty.
- Asnawi, S. (2007). *Teori motivasi : dalam pendekatan psikologi industri dan organisasi*. Cet : 3. Jakarta : Studia Press.
- Dahlan, N. (1998). *Menejemen sumber daya manusia*. Jakarta : Erlangga.
- Daryatmi. (2008). *Pengaruh motivasi, pengawasan, dan budaya kerja terhadap produktivitas kerja karyawan perusahaan daerah bank perkreditan rakyat badan kredit desa kabupaten karanganyar*. <http://eprints.ums.ac.id/125/1/Daryat>

- [mi.pdf](#). diakses tanggal 21 Mei 2009
- Gazarin, G. (2005). *Perkembangan tv indonesia meningkat signifikan dalam suara pembaruan. Edisi : 26 Desember 2005.*
- Hasibuan, M. (1995). *Manajemen sumber daya manusia, dasar dan kunci keberhasilan.* Jakarta : Gunung Agung.
- Hasibuan, M.S.P. 2001. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Hendrakusuma, D. (2007). *Siklus kehidupan. dalam surat sahabat Edisi 06 - Juni 2007.* Jakarta : Unit Corporate Secretary.
- Heru Basuki. 2006. *Penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu kemanusiaan dan budaya.* Jakarta: Gunadarma.
- Ishadi, S.K. (2007). *Perubahan paradigma dalam majalah surat sahabat edisi 01 – januari 2007.* Jakarta : Unit Corporate Secretary.
- Kurnia, A. (2009). *Teori motivasi dalam manajemen SDM.* <http://elqorni.wordpress.com/2009/03/21/teori-motivasi-dalam-manajemen-sdm/>. Diakses tanggal 21 Juni 2009
- Laila, D. (2007). *Menghidupkan kembali si unyil. dalam surat sahabat. edisi 06 - juni 2007.*
- Jakarta : Unit Corporate Secretary.
- Moleong, L. J. (1990). *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, L. J. (1999). *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munandar, A.S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi.* Jakarta: UI-Press.
- Mursi, A.H. (1997). *sdm yang produktif pendekatan al-qur'an dan sains.* Editor : Moh. Nurhakim. Jakarta : Gema Insani Press.
- Poerwandari. (1998). *Pendekatan kualitatif.* Jakarta : Universitas Indonesia.
- Poerwandari, E. K. 1998. *Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Psikologi.* Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rivai, V. (2003). *Kepemimpinan dan perilaku organisasi.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sholekhudin. (2009). *Ada Tuyul di Belakang Tukul.* <http://simpatizone.telkomsel.co>

[m/web/funzone/Movie/Ada_Tu_yul di Belakang Tukul](http://m/web/funzone/Movie/Ada_Tu_yul_di_Belakang_Tukul).
Diakses Tanggal 12 Juni 2009

- Siagian, S.P. (2001). *Kiat mengangkat produktifitas kerja*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Supardi dan Anwar, S. 2004. *Dasar-dasar perilaku organisasi*. Yogyakarta: UII Press.
- Susanto, A.B. (2007). *Benturan budaya pasca merger dan akuisisi*. Jakarta : The Jakarta Consulting Group.
- Triyanto, S. (2007). *Motivasi kerja pengusaha home industry (studi kasus pada pengusaha home industry)*. *Studi kasus (tidak diterbitkan)*. Depok : Universitas Gunadarma.
- Umar, S.I. (2007). *Motivasi kerja dan kepemimpinan makalah kuliah PIO*. Jakarta : Fakultas Psikologi Gunadarma.
- Widhiyanto, F. (2007). *Kepak PARA di layar beling dalam INVESTOR eEdisi 12 – 26 April 2007*. Jakarta : PT Media Investor Indonesia.
- Winardi, J. (2001). *Motivasi pemotivasian dalam manajemen*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Wishnutama. (2006). *Broadcast industry*. Jakarta : PT Transformasi Indonesia.
- Yuwono, I., Suhariadi, F., Handoyo, S., Fajrianti, Muhammad, B.S., dan Septarini, B.G. (2005). *Psikologi industri & organisasi*. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.