

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini peranan komunikasi sangatlah penting karena komunikasi dapat sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh individu. Informasi yang disampaikan pun bisa melalui berbagai media, baik itu media elektronik maupun media cetak. Media elektronik menjadi semakin maju dengan ditemukannya pesawat telepon dan juga televisi, namun hal ini tidak menyurutkan perkembangan media cetak sebagai salah satu penyebar informasi. Jurnalisme yang pada awalnya hanya merupakan suatu pekerjaan semenjak berkembang menjadi sebuah profesi menjadikan industri media cetak semakin maju. Jika melihat kelebihan dari media cetak seperti surat kabar dan majalah, pesan yang disampaikan dapat dibaca kapan dan di mana saja serta dapat dibaca berulang kali. Dengan demikian media cetak memiliki keunggulan dalam menguasai waktu.

Reformasi 1998 memberikan angin segar bagi dunia massa di Indonesia yang selama orde baru terbungkam oleh kekuasaan pemerintah. Hal ini juga membuat perusahaan media berlomba-lomba untuk membuat media baru yang sesuai dengan idealisme mereka (Artiasning, 2008:1-2). Salah satu media yang mulai bermunculan adalah media cetak. Hal inilah yang dapat menguntungkan media cetak tidak kehilangan pembaca meskipun harus bersaing dengan media

elektronika seperti radio dan televisi. Selain itu media massa lainnya, seperti tabloid, film dan buku telah mengalami perkembangan yang pesat pula.

Dengan mudahnya, saat ini kita bisa mendapatkan berbagai macam informasi yang kita inginkan dengan sangat cepat. Karena kebutuhan akan informasi setiap orang berbeda-beda, maka media massa pun hadir dengan berbagai macam bentuk dalam menyajikan informasinya. Salah satunya adalah dalam bentuk majalah. Majalah sebagai salah satu dari media cetak yang digunakan untuk menyebarkan informasi juga mengalami perkembangan. Seiring dengan berkembangnya jaman era kebebasan pers di jaman reformasi membawa pengaruh pada usaha penerbitan majalah. Berbagai penemuan majalah baru semakin marak bermunculan.

Media cetak yang terbit secara berkala ini, dapat dikategorikan berdasarkan segmentasi khalayak pembacanya, misalnya majalah bisnis, ekonomi, sastra, otomotif, budaya, dan sebagainya. Majalah menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu dan menyajikan cerita atas berbagai kejadian dengan tekanan pada unsur menghibur atau mendidik. Namun terkadang khalayak tidak berpikir bagaimana proses pembuatan berlangsung hingga penyampaian pesan media tersebut bisa sampai di tangan pembaca. Pasalnya perkembangan media tidak dapat dilepaskan dari hasil jerih payah pemain di belakang layar, yang biasa kita kenal dengan sebutan jurnalis atau wartawan.

Dengan adanya wartawan, sebuah media cetak mampu eksis dan terus berkembang untuk memberikan kebutuhan-kebutuhan bagi pembacanya. Yang paling baik yang dapat dilakukan oleh wartawan adalah berjuang mati-matian

untuk memenuhi tugas jurnalistik menyampaikan informasi secara tepat waktu, cermat dan efektif, sehingga gambaran tentang dunia dalam benak para anggota masyarakat menjadi lebih akurat setelah menerima pesan-pesan jurnalistik itu (Rivers, 1994:52).

Jurnalisme adalah seni dan profesi dengan tanggung jawab profesional yang mensyaratkan wartawannya melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik dan jurnalisme bukanlah tentang menulis saja seperti yang diungkapkan oleh Iswara :

Wartawan (pers) memainkan berbagai peranan dalam masyarakat. Peran umum yang biasanya dijalankan oleh pers di antaranya sebagai pelapor. Di sini pers bertindak sebagai mata dan telinga publik, melaporkan peristiwa-peristiwa yang di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu, pers juga memiliki peran sebagai interpreter yang memberikan penafsiran atau arti pada suatu berita. Pers sebagai wakil dari publik, laporan atau berita mengenai reaksi masyarakat adalah barometer terbaik bagi berhasilnya suatu kebijaksanaan. Pers penjaga (*watchdog*) yaitu sebagai pengkritik pemerintah. Serta peran pers sebagai pembuat kebijaksanaan dan advokasi. Peran ini terutama tampak pada penulisan editorial dan artikel, selain juga tercermin dari jenis berita yang dipilih untuk ditulis oleh para wartawannya dan cara menyajikannya. (Iswara, 2005:7-8)

Lalu apa sebenarnya yang menjadi motivasi wartawan bekerja di majalah?

Dalam diri wartawan juga mempunyai alasan atau pun tujuan tersendiri agar ia tetap bekerja di dunia media, khususnya di media cetak. Baik keinginan maupun kemauan kerja dapat meningkat berdasarkan pertimbangan aspek motivasi baik bersifat statis maupun insentif seperti dikemukakan oleh Zainun :

Keinginan dan kemauan kerja dapat ditingkatkan berdasarkan pertimbangan tentang adanya dua aspek dari motivasi yang bersifat statis. Aspek statis yang pertama daripada motivasi tampak sebagai kebutuhan pokok manusia yang menjadi dasar bagi adanya harapan yang akan diperoleh dari tercapainya tujuan organisasi. Aspek motivasi kedua adalah berupa alat perangsang atau insentif yang diharapkan dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pokok yang diharapkan tersebut (Zainun 1979:19).

Hingga saat ini motivasi kerja bukanlah suatu pembicaraan yang dianggap baru lagi dalam dunia pekerjaan. Motivasilah yang nantinya akan menentukan apa

yang sebenarnya dilakukan atau yang akan dicapai oleh seseorang di dalam melakukan pekerjaannya. Dorongan motivasi akan timbul karena adanya sebuah kebutuhan, di mana seseorang harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkannya terlebih dahulu yang nantinya ia dapat mengatur rencana untuk memperolehnya. Seseorang dikatakan termotivasi apabila pekerjaan yang dilakukannya semakin membaik. Motivasi seseorang untuk menekuni pekerjaannya menjadi sangat penting untuk diketahui karena ketika terjadinya penurunan produktivitas dan potensi pegawai. Perusahaan tempat mereka bekerja juga perlu mengetahui hal ini agar mereka juga melakukan usaha-usaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan pegawai dan membuat pegawainya betah bekerja di perusahaan tersebut. Tingkat produktivitas di organisasi-organisasi bisa saja menurun apabila sebagian besar pegawai tidak termotivasi.

Usmara (2006:11) menyatakan “Organisasi benar-benar memerlukan para karyawan yang termotivasi untuk menjadi pekerja yang super produktif”. Melihat dari pernyataan tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa motivasi individu tentunya akan berpengaruh pada hasil akhir atau kualitas dari pekerjaan yang akan diraihinya. Jika di dalam diri sudah muncul motivasi diri, tentunya semangat kerja dan produktifitas akan meningkat secara keseluruhan. Begitu juga sebaliknya masing-masing perusahaan memiliki cara tersendiri untuk mempertahankan kinerja masing-masing wartawan. Sebuah keberhasilan yang diperoleh seorang wartawan tentunya juga tidak terlepas dari keberadaan manajer dalam pengelolaan potensi karyawan maupun wartawan.

Untuk menjadi seorang wartawan media cetak, khususnya di majalah, maka dengan adanya keinginan diri sendiri untuk dapat berprofesi sebagai wartawan yang handal dan berkualitas, tentunya bisa didapatkan dari sebuah motivasi dan minat yang tinggi dari diri sendiri untuk menjadi wartawan. Seseorang yang memang memiliki motivasi (tujuan) dan minat untuk benar-benar menjadi wartawan dengan sendirinya akan menyiapkan dan membekali dirinya untuk menjadi wartawan. Dengan adanya dorongan dari dalam diri seorang wartawan yang memiliki motivasi dan minat akan memacu seseorang untuk menjadi menjadi yang berorientasi pada karya jurnalistik yang berkualitas.

Sehingga dengan kesadaran dan minat seseorang yang bulat untuk menjadi wartawan sebagai pilihan profesinya membuat wartawan itu akan terus meningkatkan kualitas dirinya menjadi lebih baik dan lebih baik lagi. Motivasi dan minat untuk menjadi seorang wartawan yang bukan karena dipaksa keadaan atau terpaksa menjadi wartawan karena lowongan pekerjaan yang tersedia saat itu hanya peluang menjadi wartawan. Bahkan penghasilan sebagai wartawan tidak akan mempengaruhi panggilan profesi seseorang yang memang menjadi wartawan karena memiliki tujuan dan minat.

Motivasi setiap orang bekerja di perusahaan memiliki tujuan yang berbeda-beda. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lidia S. Pamungkas (2010), dikatakan bahwa keberhasilan menjadi para penyiar di radio Prambors dipengaruhi oleh faktor motivasi dari penyiar tersebut saat bekerja di radio Prambors. Seperti yang dikatakan Sutrisno (2009:116), motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang sedang dihadapinya.

Oleh karena itu, akan terdapat sebuah perbedaan dalam kekuatan motivasi yang ditunjukkan seseorang dalam menghadapi situasi tersebut dibandingkan dengan orang lain yang menghadapi situasi yang sama.

Menurut teori pencapaian motivasi Mc Clelland yang dipaparkan oleh Usmara (2006:27-28), seseorang dikatakan termotivasi dalam bekerja untuk kebutuhan prestasi, yang bisa dikatakan kebutuhan prestasi merupakan kebutuhan yang diperoleh yang dikembangkan oleh sendiri dan orang lain. Apabila dilihat dari profesi seorang wartawan, jika ia menggunakan motivasinya untuk mencapai kebutuhan kepuasan prestasi dalam pekerjaannya, tentunya selama melakukan pekerjaan sebagai seorang wartawan ia akan merasa lebih tertarik. Namun ada hal yang membedakan alasan dan tujuan utama seseorang pada saat memutuskan menjadi seorang wartawan di salah satu media cetak, entah buletin, surat kabar maupun majalah. Dari situ, kita bisa melihat apa maksud dan tujuan wartawan hingga bisa memilih salah satu media tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti memilih majalah sebagai obyek penelitian yang akan diteliti karena peneliti memiliki ketertarikan kepada dunia majalah. Selain itu, peneliti juga tertarik untuk mengetahui faktor yang memotivasi wartawan bekerja di majalah. Penelitian ini mengungkapkan dan menjelaskan mengenai faktor motivasi apa saja yang dimiliki oleh seorang wartawan saat ia bekerja di sebuah media cetak, salah satunya media lokal di Yogyakarta yaitu majalah Kabare. Majalah lokal dipahami sebagai majalah yang memiliki isi khusus dengan mengangkat isu sosial lokal, dalam hal ini isu sosial yang berkembang di Yogyakarta. Majalah Kabare ini kemudian dimunculkan dan

dikembangkan oleh pegiat media yang menerbitkannya di Yogyakarta. Menurut buku *company profile* yang dimiliki oleh majalah Kabare, dikatakan bahwa majalah Kabare terbit pertama kali pada Juni 2002, di mana majalah ini mengangkat dinamika kehidupan sosial budaya masyarakat. Isi Kabare merujuk pada potensi luar biasa yang dimiliki Yogyakarta, menyampaikan kabar terkini seputar Yogyakarta dan mengulas sosok tokoh yang berhasil meraih tingkat pencapaian sukses karir.

Apabila dilihat dari segi berita, Kabare mencoba menampilkan sisi lain kota Yogyakarta dengan tampilan yang berbudaya, sesuai dengan filosofi budaya Jawa. Beritanya yang kental dengan nuansa dan suasana kota Yogyakarta adalah salah satu bentuk konsistensi sebuah media lokal. Nama media mempresentasikan darimana media berasal, isi dari media lokal adalah kumpulan berbagai peristiwa yang terjadi di daerah, namun kepuasan peristiwa nasional tetap ada.

Masalah ini termasuk salah satu fenomena sosial yang sangat menarik untuk dikaji dan diteliti. Bagaimana tidak, wartawan yang berkecimpung di dunia media cetak khususnya majalah lokal tentunya mempunyai tujuan, keinginan dan kebutuhan tersendiri. Oleh karena itu melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjawab dari berbagai motivasi apa saja yang dimiliki oleh seorang wartawan yang telah memilih dan tujuan bekerja di dunia media cetak terutama majalah lokal di Yogyakarta yaitu majalah Kabare.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas maka dapat ditarik pokok masalah sebagai berikut: Mengapa seorang wartawan termotivasi bekerja menjadi wartawan di majalah Kabare Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang memotivasi wartawan bekerja di Majalah Kabare Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam dunia pendidikan dan penelitian berikutnya mengenai motivasi seorang wartawan memutuskan untuk bekerja di majalah Kabare Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan baru bagi komunitas akademis mengenai motivasi seorang wartawan bekerja di majalah Kabare Yogyakarta.

E. Kerangka Teori

Ada dua teori yang digunakan peneliti dalam proses penelitian ini. Karena yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah terkait dengan motivasi wartawan, dalam kerangka teori ini terdapat dua teori motivasi. Teori pertama yaitu teori

hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow dan teori kedua adalah teori tiga kebutuhan yang diutarakan oleh David Mc Clelland.

Teori hirarki milik Maslow mendeskripsikan bahwa kebutuhan manusia dapat diklasifikasikan ke dalam lima hierarki. Menurut Sutrisno (2009:131-132) teori ini dijelaskan bahwa terdapat lima bentuk kebutuhan yang disusun dalam hirarki dengan kebutuhan fisiologis sebagai dasarnya dan perwujudan kebutuhan akan aktualisasi diri sebagai puncaknya. Dengan menggunakan teori hirarki kebutuhan Maslow ini dapat membantu peneliti untuk mengetahui lebih dulu mengenai teori motivasi yang paling dasar bahwa kebutuhan manusia dapat diklasifikasikan ke dalam lima bentuk hirarki. Sehingga peneliti dapat memperoleh wawasan mengenai teori motivasi Maslow sebagai teori yang dapat digunakan untuk menemukan motivasi dasar seseorang saat bekerja, sebelum menggunakan teori yang kedua yaitu teori Tiga Kebutuhan yang dikemukakan oleh David Mc Clelland.

Dalam teori Tiga Kebutuhan ini dijelaskan bahwa terdapat tiga komponen dasar yang dapat digunakan untuk memotivasi seseorang dalam bekerja. Peneliti menggunakan teori Tiga Kebutuhan ini sebagai teori yang utama untuk menggali data penelitian yang dibutuhkan pada saat melakukan wawancara langsung dengan narasumber di lapangan.

1. Hirarki Kebutuhan Maslow

Pada kerangka teori ini, peneliti menyertakan kebutuhan Maslow bertujuan untuk memudahkan peneliti agar dapat mengetahui terlebih dahulu mengenai

pengertian dan penjelasan dari teori motivasi yang paling dasar ini sehingga nantinya peneliti dapat lebih mudah untuk menemukan motivasi wartawan selama bekerja menjadi wartawan di majalah Kabare. Selain itu, teori ini dapat membantu peneliti untuk mengetahui mengenai motivasi yang digunakan saat orang bekerja secara umum sebelum menggunakan teori utama dalam penelitian ini, yaitu teori Tiga Kebutuhan yang dikemukakan oleh David Mc. Clelland. Teori ini dikemukakan oleh Maslow dalam buku yang ditulis oleh Eddy Sutrisno (2009:131-135). Teori ini menjelaskan bahwa manusia memiliki lima bentuk kebutuhan yang disusun ke dalam hirarki dengan kebutuhan fisiologis sebagai dasarnya dan perwujudan kebutuhan akan aktualisasi diri sebagai puncaknya. Hirarki tersebut terdiri dari kebutuhan fisik sampai kebutuhan psikologis, yaitu :

a. Kebutuhan fisiologis (*physiological*)

Sutrisno (2009:132) menyebutkan bahwa kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan untuk mempertahankan hidup dimana kebutuhan ini merupakan tingkat paling dasar yang diperkenalkan oleh Maslow. Kebutuhan ini berupa kebutuhan akan makan, minum, perumahan, pakaian, yang harus dipenuhi seseorang dalam upayanya untuk mempertahankan diri. Menambahkan penjelasan mengenai kebutuhan ini, Sutrisno (2009:132) juga mengemukakan bahwa, keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebutlah yang mendorong seseorang untuk mengerjakan sesuatu pekerjaan karena dengan bekerja ia memperoleh imbalan yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan tadi. Pada teori ini bisa diartikan bahwa dalam diri manusia yang tidak memiliki apapun dalam kehidupannya, kemungkinan besar motivasi utamanya adalah kebutuhan fisiologis.

b. Kebutuhan akan rasa aman (*safety*)

Mengenai hal ini Sutrisno (2009:132) mengemukakan apabila kebutuhan dasar (kebutuhan fisiologis) telah terpenuhi maka seseorang berusaha untuk memenuhi kebutuhannya yang lebih tinggi yaitu kebutuhan akan rasa aman atas diri dan harta bendanya serta keselamatan. Kebutuhan akan rasa aman dapat diterjemahkan seseorang yang sudah merasa aman tidak lagi merasa terancam.

Menambahkan pengertian teori ini, Usmara (2006:20) berpendapat bahwa kebutuhan akan rasa aman bisa diberikan dengan cara memberikan perlindungan, keinginan menabung untuk kebutuhan yang tidak terduga dan berbagai bentuk jaminan seperti asuransi kesehatan.

c. Kebutuhan hubungan sosial (*affiliation*)

Kebutuhan tingkat ketiga milik Maslow ini merupakan kebutuhan sosial yang sering pula disebut dengan *sosial needs*, atau *affiation needs*. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan untuk hidup bersama dengan orang lain. Kebutuhan ini hanya dapat terpenuhi bersama masyarakat, karena memang orang lain yang dapat memenuhinya, bukan diri sendiri. Misalnya seseorang butuh akan kasih sayang, dicintai, dihormati dan diakui keberadaannya. Menurut Sutrisno (2009:133), kebutuhan sosial meliputi kebutuhan untuk disayangi, dicintai, dihormati oleh orang lain, serta kebutuhan untuk diikutsertakan di dalam pergaulan.

d. Kebutuhan pengakuan/penghargaan (*esteem*)

Teori ini menyebutkan bahwa setiap individu membutuhkan adanya kepercayaan diri dan penghargaan diri dari lingkungannya. Pengakuan atau penghargaan diri dapat didasarkan pada hasil pencapaian kemampuan dan

penghargaan dari orang lain. Semakin tinggi status dan kedudukan seseorang dalam perusahaan, maka semakin tinggi pula kebutuhan akan reputasi atau prestise diri yang bersangkutan.

Menurut Sutrisno (2009:133-134), penerapan pengakuan atau penghargaan diri ini biasanya terlihat dari kebiasaan orang untuk menciptakan simbol-simbol, yang dengan simbol itu kehidupannya dirasa lebih berharga. Dengan simbol-simbol tersebut, seseorang merasa bahwa statusnya meningkat, dan dirinya dapat disegani dan dihormati orang. Misalnya simbol berupa tempat belanja, merek jam tangan, atau mobil. Akan menjadi wajar apabila prestise tersebut dipadukan dengan memperlihatkan prestasi. Namun apabila mengehendaki prestise tanpa prestasi tentunya akan menjadi bahan tertawaan orang lain.

Menambahkan teori ini, Usmara (2006:22) mengemukakan bahwa, pemuasan atas kebutuhan ini mengarah pada perasaan kepercayaan diri, perasaan memiliki nilai, dan perasaan berguna dan diperlukan oleh lingkungannya. Namun apabila pemenuhan akan kebutuhan ini terhambat maka akan muncul sikap rendah diri dan sikap lemah.

e. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*)

Kebutuhan aktualisasi diri ini merupakan tingkat kebutuhan paling tinggi, dan untuk memenuhi kebutuhan puncak ini biasanya seseorang bertindak berdasarkan keinginan dan kesadaran diri sendiri bukan dorongan orang lain. Dalam kondisi ini seseorang ingin memperlihatkan kemampuan dirinya secara optimal. Usmara (2006:22) mengatakan bahwa kebutuhan akan aktualisasi diri ini mengacu pada kebutuhan akan pemenuhan diri atau dengan kata lain

kecenderungan bagi seseorang untuk mengaktualisasikan potensi apa yang dimilikinya. Kecenderungan ini bisa diartikan sebagai kebutuhan atau keinginan untuk menjadi apa yang bisa dicapainya yang dimana kebutuhan ini tentu saja berbeda antara satu individu dengan individu lainnya.

Menurut Sutrisno (2009:134), kebutuhan aktualisasi diri mempunyai ciri yang berbeda dengan ciri kebutuhan lainnya, yang dimana kebutuhan ini tidak dapat dipenuhi dari luar karena harus dipenuhi dengan usaha pribadi itu sendiri serta ciri lainnya ialah pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri ini biasanya seiring dengan jenjang karier seseorang, tentunya tidak semua orang mempunyai tingkat kebutuhan seperti ini.

2. Teori Tiga Kebutuhan Mc Clelland

Teori kebutuhan ini dikemukakan oleh David Mc Clelland dalam buku yang ditulis oleh Eddy Sutrisno (2009:139-140). Teori ini menjelaskan bahwa terdapat tiga komponen dasar yang dapat digunakan untuk memotivasi orang bekerja, yaitu *Need for achievement*, *Need for affiliation*, dan *Need for power*.

a. *Need for Achievement*

Teori ini menyebutkan bahwa *Need for Achievement* adalah kebutuhan untuk mencapai sukses, yang diukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang. Kebutuhan ini berhubungan erat dengan pekerjaan, dan mengarahkan tingkah laku pada usaha untuk mencapai prestasi tertentu.

Sutrisno (2009:140) mengemukakan, apabila tingkah laku individu didorong oleh kebutuhan berprestasi akan tampak di dalam kehidupan sehari-hari, seperti

dalam hal mengambil tanggung jawab pribadi atas perbuatannya, berusaha melakukan sesuatu dengan cara-cara yang baru dan kreatif, mencari *feedback* (umpan balik) tentang perbuatannya, dan cenderung untuk memilih resiko yang moderat (sedang) di dalam perbuatannya dengan memilih resiko yang sedang masih ada peluang untuk berprestasi yang lebih tinggi.

Menurut Usmara (2006:28-29), kebutuhan prestasi dapat dikembangkan pada orang dewasa. Manusia yang dewasa secara emosional cenderung akan lebih jauh mampu memotivasi dirinya. Salah satunya dengan memilih pengalaman yang dapat menunjukkan keterampilan dan pengetahuan yang dipilih untuk digunakan seseorang. Bagian yang paling menonjol dari pengalaman dan prestasi adalah kesuksesan yang diraih seseorang. Prestasi yang terus menerus dapat memberikan peluang terhadap terciptanya tujuan yang lebih besar. Dengan demikian suatu prestasi bermula dari mengamati dan mengenal kebutuhan, kemudian bertindak secara terencana untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

b. *Need for Affiliation*

Mengenai hal ini, Sutrisno (2009:140) mengatakan *Need for Affiliation* merupakan suatu kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain. Kebutuhan ini juga mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain. Menambahkan pengertian mengenai teori ini, Usmara (2006:30) berpendapat *Need for Affiliation* merupakan keinginan untuk membuat dan mempertahankan hubungan yang bersahabat dan hangat dengan orang lain. Tingkah laku seseorang yang didorong oleh kebutuhan persahabatan (*Need for Affiliation*), mereka biasanya lebih suka dengan orang lain

daripada sendirian, mencari persetujuan atau kesepakatan dari orang lain. Selain itu seseorang dengan kebutuhan persahabatan yang lebih besar akan tampak memperhatikan segi hubungan pribadi yang ada dalam pekerjaannya daripada tugas-tugas yang ada pada pekerjaan, serta melakukan pekerjaan lebih efektif apabila bekerja sama dengan orang lain dalam suasana kooperatif. Kebutuhan manusia yang tinggi untuk berafiliasi memerlukan interaksi dengan sesamanya secara sungguh-sungguh, sementara mereka yang kebutuhan afiliasinya rendah disarankan untuk bekerja sendiri (Sutrisno, 2007:140).

c. Need for Power

Teori kebutuhan akan kekuasaan (*Need for power*) dapat diterjemahkan sebagai kebutuhan untuk menguasai dan mempengaruhi terhadap orang lain. Selain itu, kebutuhan ini dapat menyebabkan orang yang bersangkutan tidak atau kurang mempedulikan perasaan orang lain. Misalnya keinginan untuk mengatur dan mempengaruhi perilaku orang lain, dan bertanggung jawab terhadap orang lain. Seseorang yang didorong oleh kebutuhan kekuasaan yang lebih tinggi, biasanya mereka berusaha menolong orang lain walaupun tidak diminta, juga seseorang menjadi sangat aktif menentukan kegiatan organisasi. Selain itu, tingkah laku individu dengan kebutuhan berkuasa cenderung mengumpulkan barang-barang atau menjadi anggota suatu perkumpulan yang dapat mencerminkan prestise serta sangat peka terhadap struktur pengaruh antar pribadi dari kelompok maupun organisasi.

Seperti yang dikatakan pendapat Usmara (2006:30) mengenai kebutuhan kekuasaan, dikatakan bahwa seseorang yang memiliki kebutuhan kekuasaan yang

tinggi dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu pencari kekuasaan pribadi dan pencari kekuasaan sosial. Pencari kekuasaan pribadi biasanya mencoba untuk menguasai orang lain demi kekuasaan, memperoleh kepuasan dengan menaklukkan orang lain. Lain halnya dengan pencari kekuasaan sosial, mereka akan lebih memenuhi kebutuhan kekuasaan mereka dengan media untuk membantu organisasi. Seseorang dapat memperlihatkan perhatian untuk tujuan kelompok, menemukan tujuan untuk memotivasi orang lain atau bekerja berkelompok untuk mengembangkan dan mencapai tujuan. Kebutuhan kekuasaan dalam kemahiran kekuasaan sosial merupakan faktor yang paling penting dalam kesuksesan kepemimpinan.

Menurut Sutrisno (2009:141) Teori kebutuhan milik Mc Clelland ini dirasa paling tepat diterapkan untuk memahami karier-karier organisasi perusahaan maupun institusi tertentu. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa pada dasarnya manusia mempunyai tiga kebutuhan untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya, kebutuhan untuk mempengaruhi orang lain, dan kebutuhan untuk berafiliasi dengan manusia lainnya. Berangkat dari teori tersebut, peneliti ingin mengetahui aspek apa saja yang dimiliki para wartawan majalah Kabare dalam bekerja di sana. Apakah hanya didasarkan satu, dua, atau bahkan ketiga jenis kebutuhan yang dikemukakan oleh David Mc Clelland.

F. Kerangka Konsep

Pada penelitian ini selain menyertakan kerangka teori mengenai hirarki kebutuhan Maslow dan teori tiga kebutuhan milik Mc Clelland, peneliti juga

menuliskan beberapa pengertian maupun konsep pemikiran untuk mendukung kerangka teori diatas. Kerangka konsep ini disesuaikan dengan topik penelitian yang terkait dengan motivasi wartawan bekerja di majalah. Oleh karena itu, penulis menuliskan beberapa pengertian maupun konsep yang meliputi definisi dan pengertian mengenai motivasi, wartawan, serta konsep mengenai media cetak khususnya majalah.

1. Motivasi

Untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, tentunya seseorang didorong oleh suatu faktor. Faktor pendorong perilaku seseorang tersebut sering kali diartikan pula sebagai motivasi. Setiap aktivitas yang dilakukan seseorang pasti memiliki sesuatu faktor yang mendorong aktivitas tersebut. Oleh karena itu, faktor pendorong dari seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu pada umumnya adalah kebutuhan serta keinginan orang tersebut. Dengan kata lain, karena motivasi inilah yang menentukan perilaku seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, atau dapat dikatakan bahwa perilaku merupakan cerminan yang paling sederhana dari motivasi.

Motivasi adalah suatu kumpulan kekuatan tenaga yang berasal baik dari dalam maupun dari luar individu yang memulai sikap dan menetapkan bentuk, arah, serta intensitasnya. Bisa dikatakan bahwa motivasi menggambarkan suatu kekuatan yang menggerakkan manusia untuk bersikap dengan cara tertentu (Usmara 2006:14).

Hal ini menunjukkan bahwa motivasi muncul karena adanya suatu kebutuhan. Kebutuhan menunjukkan adanya kekurangan yang dialami seseorang. Lain halnya jika merujuk dari buku *Motivasi Daya Penggerak Tingkah Laku* (1992:9), maka dapat dikatakan bahwa motivasi didefinisikan sebagai suatu tenaga atau faktor yang terdapat di dalam diri manusia, yang menimbulkan,

mengarahkan, dan mengorganisasikan tingkah lakunya. Sedangkan kata motif merupakan sebuah alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu atau melakukan tindakan atau bersikap tertentu.

Di dalam suatu motif umumnya terdapat dua unsur pokok, yaitu unsur dorongan atau kebutuhan dan unsur tujuan. Sedangkan jika melihat dari pengertian Siagian (1995) yang terdapat di dalam buku Manajemen Sumber Daya Manusia (2009:116), motif merupakan keadaan jiwa yang mendorong, mengaktifkan, atau menggerakkan dan motif itulah yang mengarahkan dan menyalurkan perilaku, sikap, dan tindak tanduk seseorang yang selalu dikaitkan dengan pencapaian tujuan, baik tujuan organisasi maupun tujuan pribadi masing-masing anggota organisasi.

2. Wartawan / Jurnalis

Wartawan atau jurnalis adalah orang yang pekerjaannya mencari, mengumpulkan, memilih, mengolah berita dan menyajikan secepatnya kepada khalayak luas melalui media massa baik tercetak maupun elektronik (Wahyudi, 1991:105). Wartawan bertugas meliput berita sesuai dengan arahan redaktur, dan bertanggungjawab kepada redaktur akan hasil tugas yang diembannya. Tugas wartawan adalah membuat rekonstruksi dari suatu peristiwa. Wartawan wajib untuk mencari dan mencatat informasi atas setiap kejadian yang berlangsung setiap hari. Semua informasi yang didapatkannya, kemudian dikonsultasikan dengan pihak redaksi untuk mengetahui apakah tulisannya layak untuk dimuat dan sesuai dengan jurnalistik. Tulisan yang memenuhi syarat kemudian akan dicetak dan dimuat dalam media massa.

Dari status pekerjaannya, wartawan dibedakan menjadi tiga, yaitu wartawan tetap, wartawan pembantu dan wartawan lepas. Wartawan tetap adalah orang yang sudah diangkat menjadi karyawan, menetap di media tersebut, dan selalu dibekali kartu pers dalam setiap pekerjaannya. Wartawan pembantu adalah wartawan yang tidak/belum menjadi karyawan tetap. Berbeda dengan wartawan tetap dan wartawan pembantu, wartawan lepas (*freelance*) tidak terikat kontrak kerja dengan perusahaan manapun (Djuroto 2000:22-23).

Wahyudi (1991:106-108) mengatakan bahwa, jika melihat di Indonesia peranan wartawan diakui secara luas baik di masyarakat maupun di kalangan pemerintahan. Setiap warga negara berhak memilih profesi wartawan, namun demikian untuk menjadi wartawan profesional diperlukan persyaratan yang tidak ringan. Untuk itu, di Indonesia banyak wartawan yang dibesarkan dalam praktek. Namun yang akhirnya menjadi wartawan sejati adalah mereka yang benar-benar memiliki bakat dan mencintai profesi wartawan. Menjalani kerja wartawan, sambil belajar menambah ilmu. Bagi seorang wartawan yang baik, selain memiliki bakat, pengalaman (praktis), pendidikan juga sangat diperlukan.

Masih menambahkan konsep yang berkaitan dengan wartawan, AA Kunto A (2006:45) berpendapat, untuk menjadi seorang wartawan majalah dibutuhkan kemampuan lebih untuk mengemas informasi aktual menjadi layak dibaca kapan pun. Laporan yang disajikan pun tidak lagi sekadar menunjukkan apa, siapa, kapan, di mana, tapi juga mampu menyingkap kenapa (*why*) dan bagaimana (*how*)-nya. Tidak hanya itu, seorang wartawan juga dituntut agar dapat

membeberkan persoalan secara lebih gampang, menyajikan hubungan sebab akibat suatu peristiwa, rangkaiannya dengan fakta lain.

3. Majalah

Majalah merupakan salah satu jenis media massa dalam bentuk media cetak yang memiliki jarak terbit secara periodik. Jenis penerbitan ini merupakan salah satu publikasi yang menyampaikan kabar, berita keilmuan, kejadian penting dalam bidang ekonomi, politik dan hal-hal lain yang menarik bagi masyarakat. Menurut buku Pengelolaan Terbitan Berkala (1994:14), majalah diartikan sebagai terbitan berkala yang berisi bacaan untuk umum, ditulis oleh beberapa orang dengan bahasa populer sehingga dipahami oleh umum.

Lasa (1994:13-19) mengemukakan bahwa media cetak majalah ini biasanya terbit secara berkala, baik secara mingguan, bulanan, dwibulanan, triwulan maupun semesteran, selain itu juga disebarluaskan kepada kalangan tertentu maupun kepada masyarakat pada umumnya. Pada umumnya istilah *magazine* dipergunakan untuk menyebut terbitan yang diperuntukkan pada umum atau kalangan yang lebih luas. Oleh sebab itu jenis majalah umum ini memiliki peredaran, sirkulasi yang lebih besar dan pembaca yang lebih banyak daripada majalah khusus. Di dalam majalah terdapat kolom rubrik-rubrik dimana rubrik merupakan bagian-bagian yang memiliki isi dan tema tertentu. Rubrik terbuat memuat informasi, hiburan, ataupun cerita yang telah dipilih redaksi. Dalam majalah, rubrik biasanya disajikan dengan format *continue* setiap kali terbit. Meskipun demikian, ada rubrik yang disajikan khusus pada edisi-edisi tertentu.

Menurut Junaedhi (2005:xiv), apabila melihat penggolongan jenisnya, majalah dapat dikategorikan berdasarkan pada pangsa pembacanya, yaitu berdasarkan jenis kelamin; pria dan wanita, usia; anak-anak, remaja, dan keluarga, dan berdasarkan hobi; interior, psikologi, otomotif, arsitektur, dan sebagainya.

Terbitan berkala ini apabila dibandingkan dengan publikasi maupun koleksi lain, memiliki karakteristik yaitu; (1) dalam satu kali terbit memuat beberapa karangan yang ditulis oleh beberapa orang dengan topik yang berbeda dan dengan gaya bahasa yang berlainan; (2) baik artikel, tulisan maupun karangan pada umumnya tidak terlalu panjang. Dengan membaca karangan pendek itu seseorang dapat menangkap ide pokok yang dikemukakan oleh penulis; (3) menyampaikan berita, peristiwa, penemuan dan ide baru atau sesuatu yang dianggap menarik perhatian masyarakat pada umumnya; (4) dikelola oleh sekelompok orang, yang kemudian membentuk perkumpulan, organisasi maupun susunan redaksi; (5) merupakan bentuk arsip ilmiah yang telah diketahui oleh masyarakat umum. Tulisan-tulisan yang dimuat dalam majalah, surat kabar telah diketahui oleh banyak orang atau masyarakat awam; (6) terbit terus menerus dengan memiliki kala, waktu, frekuensi terbit tertentu. Frekuensi terbit tersebut sangat bervariasi diantaranya adalah harian, mingguan, bulanan, triwulan, maupun tahunan. Beraneka ragamnya kala terbit itu berdasarkan pertimbangan kesediaan dana, kesibukan redaksinya serta tujuan penerbitan tersebut; (7) memiliki sistem kontrol Internasional. Ciri ini dapat diamati pada pencantuman nomor ISSN (*International Standard Serial Number*) pada setiap judul majalah (Lasa, 1994:17).

Jika merujuk AA Kunto A (2006:44-45) dikatakan bahwa majalah dianggap serupa dengan tabloid, karena pada umumnya majalah bermain di wilayah yang tidak mengejar aktualitas yang dimana keawetan informasi jauh lebih diutamakan. Dengan kata lain, berita yang disajikan dapat dibaca kapanpun. Oleh karena itu, majalah dituntut mampu menjadi sebuah referensi bagi pertanyaan yang membutuhkan jawaban lengkap atas sebuah persoalan. Dengan menurunkan *in depth reporting*, yang ditulis dengan gaya *feature*, majalah merupakan alternatif bacaan bagi pembaca di waktu yang lebih senggang, di saat santai, atau di saat pembaca meluangkan waktu khusus untuk membaca.

Berangkat dari penjelasan masing-masing konsep pemikiran maupun pengertian yang berkaitan dengan wartawan bekerja di sebuah majalah, konsep tersebut yang juga digunakan untuk menambah kerangka teori yang digunakan

oleh peneliti sebagai pedoman atau pegangan. Sehingga dapat memudahkan peneliti untuk menyusun pertanyaan wawancara pada saat penelitian serta dapat membantu saat melakukan wawancara di lapangan. Selain itu, teori dan konsep pemikiran ini digunakan juga untuk menguji kesesuaian teori dengan kenyataannya.

G. Metodologi Penelitian

1. Metode penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan alasan karena penelitian ini secara langsung terdapat hubungan antara peneliti dengan narasumber. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, karena berusaha menggali suatu fenomena sosial dan metode ini merupakan metode yang digunakan peneliti untuk menggambarkan apa yang sedang diteliti, terutama untuk menggambarkan motivasi wartawan yang bekerja di Majalah Kabare. Seperti yang diutarakan oleh Singarimbun dan Effendi (1989:4) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Survei disebutkan bahwa, penelitian deskriptif merupakan alat yang paling cermat untuk mengukur sebuah fenomena sosial. Deskriptif sendiri dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 1991:63).

Menurut Nawawi (1991:63), penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan

dari orang-orang.. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan kata-kata tertulis ialah dokumen yang berkaitan dengan majalah Kabare Yogyakarta yaitu artikel berita, informasi mengenai majalah Kabare. Sedangkan kata-kata lisan yang dimaksud adalah hasil wawancara yang dilakukan antara peneliti dengan narasumber yaitu wartawan majalah Kabare Yogyakarta.

Baik data deskriptif tulisan maupun lisan inilah yang kemudian digunakan oleh peneliti untuk menemukan motivasi seorang wartawan yang bekerja di majalah Kabare sesuai dengan judul ini. Berdasarkan metode deskriptif pada penelitian ini, peneliti ingin menggambarkan dan mendeskripsikan mengenai motivasi wartawan yang memilih bekerja di majalah Kabare Yogyakarta.

2. Jenis Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti guna mendapatkan data-data yang diperlukan melalui :

a. Data Primer

Menurut Singarimbun dan Effendi (1989:192-195) data primer merupakan data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber. Wawancara adalah suatu proses interaksi komunikasi di mana wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan teknik wawancara pada wartawan yang bekerja di majalah Kabare sebagai narasumber dari penelitian ini. Penentuan narasumber berdasarkan pada semua wartawan yang bekerja di majalah Kabare yaitu sebanyak empat orang. Karena yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah terkait dengan motivasi wartawan, maka dalam pembuatan daftar pertanyaan penelitian disesuaikan dengan topik penelitian tersebut. Untuk proses wawancara, dilakukan di kantor redaksi majalah Kabare yaitu di Jl. Pacar 67A, Baciro, Yogyakarta, sehingga tidak sulit apabila peneliti ingin bertemu secara langsung dan melakukan wawancara dengan narasumber sesuai dengan waktu yang telah disepakati sebelumnya.

Peneliti melakukan proses wawancara dengan keempat narasumber selama tiga hari berturut-turut yaitu pada tanggal 12 hingga 14 Mei 2011. Pada tanggal 12 Mei 2011 peneliti melakukan wawancara dengan narasumber pertama yaitu Frederikus Alosius Heru Purnomo, kemudian tanggal 13 Mei dilanjutkan dengan narasumber yang kedua yaitu Mei Ratri. Kemudian hari ketiga, pada tanggal 14 Mei 2011 peneliti melakukan wawancara dengan Singgih Wahyu Nugraha dilanjutkan dengan narasumber yang terakhir yaitu Della Yuanita.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari penelitian dokumentasi. Data sekunder dalam penelitian ini berupa bahan-bahan referensi yang terdiri dari literatur berupa profil perusahaan majalah Kabare, daftar riwayat hidup masing-masing narasumber, dan hasil penelitian sebelumnya. Data sekunder diperoleh

dari dokumen yang dimiliki oleh majalah Kabare Yogyakarta. Data sekunder digunakan oleh peneliti untuk mendukung data primer penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut ialah: pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi saat wawancara (Singarimbun dan Effendi, 1989:192-193).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara pada semua wartawan yang bekerja di majalah Kabare yaitu sebanyak empat orang, yaitu; (1) Frederikus Alosius Heru Purnomo; (2) Della Yuanita; (3) Singgih Wahyu Nugraha; (4) Mei Ratri. Keempat wartawan tersebut merupakan satu tim redaksi yang bekerja di majalah Kabare, di bawah pimpinan redaktur pelaksana yaitu Frederikus Alosius Heru. Meskipun wartawan yang bekerja di majalah Kabare tidak dalam jumlah banyak, namun mereka dapat bekerja sama baik dari redaktur pelaksana maupun tim redaksi, di mulai dari proses liputan di lapangan hingga pembuatan artikel yang terdapat di majalah Kabare. Karena yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah terkait dengan motivasi wartawan, maka dalam pembuatan daftar pertanyaan wawancara disesuaikan dengan topik penelitian tersebut.

Untuk proses wawancara ini dilakukan secara tatap muka antara peneliti dengan wartawan di kantor redaksi majalah Kabare yang terletak di Jl. Pacar 67A, Baciro, Yogyakarta. Untuk menghindari bisingan suara, peneliti dan narasumber melakukan wawancara di ruang tertutup yaitu di ruang rapat redaksi majalah Kabare. Wawancara ini dilakukan selama tiga hari, yaitu pada tanggal 12 hingga 14 Mei 2011 sesuai dengan kesepakatan waktu antara peneliti dengan narasumber. Proses wawancara direkam menggunakan alat perekam oleh peneliti kemudian hasil wawancara tersebut ditulis dalam bentuk transkrip wawancara dan hasil wawancara tersebut akan dianalisis oleh peneliti.

b. Dokumentasi

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan tidak hanya diperoleh dari hasil wawancara saja, namun peneliti juga mengumpulkan data lainnya berupa dokumentasi yang berkaitan dengan majalah Kabare. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *company profile* majalah Kabare dan CV masing-masing narasumber. Sehingga nantinya sumber data tidak hanya berdasarkan dari hasil wawancara sebagai data primer, namun ada hasil dokumentasi yang berkaitan dengan majalah Kabare juga dapat digunakan sebagai data sekunder.

4. Metode Analisis Data

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan metode berfikir deduktif. Pandangan deduktif menuntun penelitian terlebih dahulu dengan menggunakan teori sebagai alat untuk membangun hipotesis dimana hipotesis

digunakan saat pengumpulan data. Umumnya teorisasi deduktif diakhiri dengan bahasan mengenai teori tersebut apakah diterima mendukung dan memperkuat, meragukan dan mengkritik dan merevisi atau menolak (Bungin, 2007:26-27). Merujuk Bungin (2007:26), dalam penelitian kualitatif teori digunakan sebagai tuntunan saat pengumpulan data. Dengan demikian, dalam teorisasi deduktif, peneliti didominasi oleh teori yang telah dipilihnya pada awal melakukan penelitian, dan peneliti juga dapat dipengaruhi oleh teori tersebut ketika melakukan pembahasan teori.

Pada tahap pertama dalam penelitian ini, peneliti membuat pedoman pertanyaan wawancara berdasarkan teori motivasi tiga kebutuhan Mc Clelland yang sudah dipaparkan sebelumnya di kerangka teori. Berangkat dari teori tersebut dapat dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada narasumber yaitu wartawan majalah Kabare. Lalu peneliti memulai proses penelitian dengan cara melakukan wawancara pada semua narasumber yaitu empat wartawan yang bekerja di majalah Kabare. Kemudian setelah peneliti memperoleh data primer dari hasil wawancara, hal selanjutnya yang dilakukan adalah pembuatan transkrip hasil wawancara guna memudahkan saat melakukan analisis data. Lalu peneliti memulai dengan memahami serta membaca dengan baik hasil dari transkrip wawancara tersebut. Seluruh jawaban dari narasumber kembali dicek apakah sudah sesuai dengan pedoman pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti pada tahap awal penelitian.

Kemudian peneliti mengelompokkan masing-masing jawaban dari masing-masing narasumber disesuaikan dengan tema pertanyaan yang peneliti berikan

agar memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Kategorisasi ini dilakukan oleh peneliti pada subbab pertama dalam pembahasan di penelitian ini yaitu pada subbab hasil temuan penelitian. Setelah melakukan pengelompokkan pada masing-masing kategorisasi yang disesuaikan dengan pedoman pertanyaan, selanjutnya peneliti melakukan penjelasan terhadap masing-masing kategori yang berdasarkan dan sesuai pada hasil wawancara dengan narasumber, yaitu keempat wartawan majalah Kabare.

Tahap yang selanjutnya adalah peneliti mulai menjelaskan data hasil wawancara dan dikaitkan dengan penggunaan teori yang sudah ditentukan oleh peneliti di awal penelitian ini. Pada tahap ini penggunaan teori disesuaikan dengan hasil wawancara yang peneliti peroleh di lapangan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Tiga Kebutuhan yang dikemukakan oleh Mc Clelland. Kemudian hal yang dilakukan terakhir ialah menarik kesimpulan umum. Melalui kesimpulan tersebutlah, peneliti dapat mengetahui apakah hasil dari analisis data di lapangan sesuai dengan teori yang sudah digunakan atau justru sebaliknya. Hingga akhirnya dari seluruh analisis data yang dilakukan peneliti secara deduktif ini pun, dapat diperoleh kesimpulan umum mengenai motivasi yang dimiliki oleh seorang wartawan yang bekerja di majalah Kabare Yogyakarta.