

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kebutuhan

1. Pengertian Kebutuhan

Sebagaimana yang dikutip oleh Alwisol menurut Murray Kebutuhan atau *Needs* adalah konstruk mengenai kekuatan otak yang mengorganisir berbagai proses seperti persepsi, berfikir, berbuat untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan. bisa dibangkitkan oleh proses internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh faktor lingkungan, biasanya *Need* di barengi dengan perasaan atau emosi khusus, dan memiliki emosi khusus, dan memiliki cara khusus untuk mengekspresikannya dalam mencapai permasalahan.¹

Sebagaimana yang dikutip NS. Kasiati dan Ni Wayan Rosmalawati, menurut Abraham Maslow menyatakan bahwa setiap manusia memiliki lima kebutuhan dasar yaitu: kebutuhan fisiologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri. Manusia memiliki kebutuhan dasar yang bersifat heterogen. Setiap orang ada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya, maka kebutuhan tersebut juga ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada.²

Sebagaimana yang dikutip oleh NS. Kasiati, Ni Wayan Rosmalawati yang dikemukakan oleh Abraham Maslow membagi kebutuhan dasar manusia

¹ Alwisol, *Psikologi Kepribadian*. (Malang: UMM Press, 2007), hal 218

² NS. Kasiati, Ni Wayan Rosmalawati, *Kebutuhan Dasar Manusia I*. (Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), hal .4

ke dalam lima tingkat berikut: pertama kebutuhan fisiologis, merupakan kebutuhan paling dasar dan memiliki prioritas tertinggi dalam kebutuhan Maslow. Kebutuhan fisiologis merupakan hal yang mutlak harus terpenuhi oleh manusia untuk bertahan hidup. Kebutuhan tersebut terdiri dari pemenuhan oksigen dan pertukaran gas, kebutuhan cairan (minuman), nutrisi (makanan), eliminasi, istirahat dan tidur, aktivitas, keseimbangan suhu tubuh, dan kebutuhan seksual, kebutuhan kedua adalah Kebutuhan rasa aman dan perlindungan yang dibagi menjadi perlindungan fisik dan perlindungan psikologis. Perlindungan fisik meliputi perlindungan atas ancaman terhadap tubuh atau hidup seperti penyakit, kecelakaan, bahaya dari lingkungan dan sebagainya, sedangkan perlindungan psikologis, yaitu perlindungan atas ancaman dari pengalaman yang baru dan asing. Misalnya, kekhawatiran yang dialami seseorang ketika masuk sekolah pertama kali, karena merasa terancam oleh keharusan untuk berinteraksi dengan orang lain dan sebagainya. Kebutuhan ketiga adalah rasa cinta dan kasih sayang yaitu kebutuhan untuk memiliki dan dimiliki, antara lain memberi dan menerima kasih sayang, kehangatan, persahabatan, mendapat tempat dalam keluarga, kelompok sosial, dan sebagainya, kebutuhan keempat adalah kebutuhan akan harga diri maupun perasaan dihargai oleh orang lain kebutuhan ini terkait, dengan keinginan untuk mendapatkan kekuatan, meraih prestasi, rasa percaya diri dan kemerdekaan diri. Selain itu, orang juga memerlukan pengakuan dari orang lain, dan yang terakhir/ke lima kebutuhan aktualisasi diri, merupakan kebutuhan tertinggi

dalam hirarki Maslow, berupa kebutuhan untuk berkontribusi pada orang lain atau lingkungan serta mencapai potensi diri sepenuhnya.³

2. Macam-Macam Teori Kebutuhan

Sebagaimana yang dikutip oleh Slamet Santoso, menurut Abraham Maslow bahwa tingkah laku individu berguna untuk memenuhi kebutuhannya, dimana teori ini mempunyai empat prinsip, yakni:⁴

- a. Manusia adalah binatang yang berkeinginan.
- b. Kebutuhan manusia tampak terorganisir dalam kebutuhan yang bertingkat-tingkat.
- c. Bila salah satu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan lain akan muncul.
- d. Kebutuhan yang telah terpenuhi tidak mempunyai pengaruh, dan kebutuhan lain yang lebih tinggi menjadi dominan.

Kebutuhan manusia, dibagi menjadi lima kebutuhan sebagaimana yang dikutip oleh Slamet Santoso, menurut Abraham Maslow membagi menjadi lima macam kebutuhan manusia, yaitu:⁵

- a. *Physical Needs* (Kebutuhan-kebutuhan fisik)

Kebutuhan fisik merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan kondisitubuh seperti pangan, sandang, dan papan.

- b. *Safety Needs* (Kebutuhan-kebutuhan rasa aman)

Kebutuhan ini lebih bersifat psikologi individu dalam kehidupan sehari-hari.

³ *Ibid.*

⁴ Slamet Santoso, *Teori-Teori Psikologi Sosial*. (Bandung: Refika Aditama, 2010), hal.

⁵ *Ibid.*, hal. 111-112

Misal: perlakuan adil, pengakuan hak dan kewajiban, jaminan keamanan.

c. *Social Needs* (Kebutuhan-kebutuhan sosial)

Kebutuhan ini juga cenderung bersifat psikologis dan sering kali berkaitan dengan kebutuhan lainnya. Misal: diakui sebagai anggota, diajak berpartisipasi, berkunjung ke tetangganya.

d. *Esteem Needs* (Kebutuhan-kebutuhan penghargaan)

Kebutuhan ini menyangkut prestasi dan prestise individu setelah melakukan kegiatan. Misal: dihargai, dipuji, dipercaya.

e. *Self Actualization* (kebutuhan aktualisasi diri)

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tertinggi dari individu dan kebutuhan ini sekaligus paling sulit dilaksanakan. Misal: mengakui pendapat orang lain, mengakui kebenaran orang lain, mengakui kesalahan orang lain dapat menyesuaikan diri dengan situasi.

Pada masing-masing kebutuhan tersebut, tiap-tiap individu dapat berbeda satu sama lain, hal ini dapat terjadi karena:⁶

- a. Status individu seperti atah, ibu, anak
- b. Latar belakang pendidikan seperti SD, SLTP, SMU, dst.
- c. Latar belakang pengalaman, misalnya miskin pengalaman dan kaya pengalaman
- d. Cita-cita dan harapan individu
- e. Pandangan hidup individu

⁶ *Ibid.*, hal. 112

Sebagaimana yang dikutip oleh Slamet Santoso, menurut David Mc.Clelland bahwa kebutuhan pada setiap individu meliputi :⁷

a. *Needs for power* (kebutuhan menentukan kekuasaan)

1. Sumber *needs of power*, dibagi: a. Kekuasaan selera khusus, meliputi (a) membesarkan diri sendiri, (b) meremehkan pengikut, (c) memperlakukan bawahan sebagai pion/bidak (orang rendahan), (d) mempunyai sifat mengancam.
2. Kekuasaan yang disosialisasikan, mencakup (a) digunakan untuk kepentingan kelompok, (b) perumusan tujuan menguntungkan kelompok, (c) memberi jalam memecahkan masalah untuk kebaikan bersama, (d) mendengarkan bawahan dan mencari cara terbaik untuk evaluasi, (e) sebagai katalisator.

b. *Needs for affiliation* (kebutuhan untuk perlindungan)

1. Bersifat sosial dan suka berinteraksi
2. Ikut memiliki dan berpartisipasi dengan kelompok
3. Menginginkan kepercayaan lebih luas
4. Ingin memperoleh saling pengertian
5. Suka menolong dan suka persahabatan

c. *Needs for Achivement* (kebutuhan untuk keberhasilan)

1. Bersemangat bila menang
2. Bertujuan yang realistik dan berani mengambil resiko
3. Bertanggung jawab pada hasil kerja

⁷ *Ibid.*, hal. 113

4. Bekerja untuk suatu prestasi
5. Menginginkan motivasi berupa kepuasan, kemandirian, dan kemajuan.

3. Tipe-Tipe Kebutuhan

Berdasarkan tipe-tipe kebutuhan dapat dibedakan sebagai berikut:⁸

- a. Perbedaan antara kebutuhan-kebutuhan primer misalnya kebutuhan akan udara, makan, minum, *sex*, dan kebutuhan-kebutuhan sekunder misalnya kebutuhan akan pengakuan, prestasi, kekuasaan, otonomi, dan kehormatan.
- b. Membedakan antara kebutuhan-kebutuhan terbuka misalnya dalam tingkah laku motorik, dan kebutuhan tertutup misalnya dalam dunia fantasi atau mimpi.
- c. Kebutuhan-kebutuhan yang memusat dan kebutuhan-kebutuhan yang menyebar.

B. Minat

1. Pengertian Minat

Pengertian Minat (*intention*) adalah suatu kecenderungan untuk melakukan tindakan terhadap obyek. minat terkait dengan sikap dan perilaku. Minat dianggap sebagai suatu “penangkap” atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat

⁸ Calvin dan Lindzey, *Teori Teori Holistik (Organismik Fenomenologis)*. (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hal. 33-39

adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Sebagaimana yang dikutip oleh Yasin Setiawan, menurut Hilgar minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas.⁹

Sebagaimana yang dikutip oleh Aditya Nugroho, menurut Slamet minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh, pendapat.¹⁰

Begitu juga sebagaimana yang dikutip oleh Abu Ahmadi mendefinisikan bahwa minat merupakan sikap jiwa seseorang yang tertuju pada suatu objek tertentu ketiga jiwanya (kognisi, konasi dan emosi) dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat.¹¹

Secara garis besar, minat memiliki dua pengertian, Pertama, usaha dan kemauan untuk mempelajari (*Learning*) dan mencari sesuatu, Kedua merupakan dorongan pribadi seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Rachman Abror, menurut Crow and Crow mengatakan bahwa minat (*Interest*) bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, atau

⁹ Yasin Setiawan, *Pengembangan Minat Pada Anak*. (Bekasi: UNISMA Bekasi), hal. 46 dalam http://www.siaksoft.net.net/index.php?option=com_content&task=view&id=2372&Itemid=105 diakses pada tanggal 20 Oktober 2017, pukul 14.00

¹⁰ Aditya Nugroho, *Pengaruh Motivasi terhadap Prestasi siswa Pada Mata Diklat Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Di SMK Negeri 1 Sedayu*. (Yogyakarta; Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal. 11-12 dalam <http://eprints.uny.ac.id/19597/> Diakses pada tanggal 24 November 2017, pukul 16.00

¹¹ Abu Ahmadi, *Psikologi umum*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hal. 151

kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.¹²

2. Macam-Macam Minat

Sebagaimana yang dikutip oleh Abdurahman Shaleh menurut minat diedakan menjadi 3 macam yaitu:¹³

a. Berdasarkan timbulnya minat dapat dibedakan menjadi 2 macam antara lain:

1. Minat Primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak dan nyaman, kebebasan beraktivitas serta seks.
2. Minat Kultural atau sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Misalnya minat belajar individu punya pengalaman bahwa masyarakat atau lingkungan akan lebih menghargai orang-orang terpelajar dan pendidikan tinggi, sehingga hal ini akan menimbulkan minat individu untuk belajar dan berprestasi agar mendapat penghargaan dari lingkungan, hal ini mempunyai arti yang sangat penting bagi harga dirinya.

¹² Abdul Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan*. (Yogyakarta: PT. Tiara Kencana, 1993), hal. 18

¹³ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. (Jakarta: PT. Prenada Media, 2004), hal. 265

b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain:

1. Minat Intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau mendasar. Misalnya seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan.
2. Minat Ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Misalnya seseorang yang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas atau lulus ujian.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat macam, terdiri atas:

1. *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas dengan perasaan senang.
2. *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek
3. *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan.

4. *Inventoryed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.

3. Faktor-Faktor Timbulnya Minat

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: umur, bobot, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.¹⁴ Sebagaimana yang dikutip oleh Yasin Setiawan yang, menurut Agus Sujanto memperkuat pendapat ini, dengan menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat ada 2 yakni faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor yang tergolong dalam faktor internal, yaitu:¹⁵

- a. Motif adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai tujuan.
- b. Sikap adalah adanya kecenderungan dalam subjek untuk menerima, menolak suatu objek yang berharga baik atau tidak baik.
- c. Permainan adalah merupakan suatu permasalahan tenaga psikis yang tertuju pada suatu subjek semakin intensif perhatiannya.
- d. Pengalaman suatu proses pengenalan lingkungan fisik yang nyata baik dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya dengan menggunakan organ-organ indra.

¹⁴ Yasin Setiawan, *Pengembangan Minat Pada Anak...*, hal. 12

¹⁵ Abdul Rahman shaleh, *Psikologi...*, hal. 265

- e. Tanggapan adalah banyaknya yang tinggal dalam ingatan setelah itu melakukan pengamatan. Kalau kita lihat secara jeli, maka akan tampak suatu perbedaan antara pengamatan dan tanggapan, meskipun keduanya merupakan gejala yang saling berkaitan, karena tanggapan itu sebenarnya kesan yang tinggal setelah individu mengamati objek. Tanggapan itu terjadi setelah adanya pengamatan, maka semakin jelas individu mengamati suatu objek, akan semakin positif tanggapannya.
- f. Persepsi merupakan proses untuk mengingat atau mengidentifikasi sesuatu, biasanya dipakai dalam persepsi rasa, bila benda yang kita ingat atau yang kita identifikasikan adalah objek yang mempengaruhi oleh persepsi, karena merupakan tanggapan secara langsung terhadap suatu objek atau rangsangan.

Faktor eksternal lingkungan bisa juga mempengaruhi minat, karena lingkungan mempunyai peranan yang sangat penting terhadap individu, baik itu lingkungan fisik yang berhubungan dengan benda konkrit maupun lingkungan fisik yang berhubungan dengan jiwa seseorang. Lingkungan itu sendiri terbagi atas 2 bagian, yakni (1) Lingkungan fisik, yaitu berupa alat misalnya keadaan tanah. (2) Lingkungan sosial, yaitu merupakan lingkungan masyarakat dimana lingkungan ini adanya interaksi individu yang satu dengan yang lain. Keadaan masyarakat akan memberi pengaruh tertentu kepada individu. Dengan teknik pengungkapan yang cukup berbeda, sebagaimana yang dikutip oleh Abdul

Rahman shaleh, yang dikemukakan oleh Crow and Crow mengungkapkan bahwa ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, antara lain yaitu:¹⁶

a. Dorongan dari dalam diri individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain

b. Motif Sosial

Motif sosial ini dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan tinggi dan terpuja dalam masyarakat.

c. Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

¹⁶*Ibid.*, hal. 266

C. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Media massa adalah sebuah institusi atau lembaga yang memiliki serangkaian kegiatan produksi budaya dan informasi yang dilaksanakan oleh berbagai tipe komunikasi massa untuk disalurkan kepada khalayak sesuai dengan kebiasaan yang berlaku.¹⁷

Konsep media menurut penelitian para ahli sejarah, komunikasi antar manusia, pada awalnya menggunakan alat atau media tertentu (*artificial channel*), tidak menggunakan suara (*voice*) atau gerakan *Gesture*. Pada masa purba, komunikasi antar manusia menggunakan lukisan pada dinding gua (*cave painting*), melalui tulisan (*writing*) dan melalui peta (*drawn maps*).¹⁸

Sebagaimana yang dikutip oleh Nunik Solichatun, menurut Gerlach dan Ely mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap.¹⁹

Media massa menyalurkan komunikasi massa. Setiap informasi yang akan disampaikan kepada khalayak yang luas dengan menggunakan medium dalam menyampaikannya disebut Komunikasi massa, sedangkan mediumnya disebut Media massa. Istilah media massa berasal dari istilah bahasa Inggris, *mass media*. *Mass media* ini adalah singkatan dari *mass media communication*

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 79

¹⁸ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*. (Jakarta: PT RajaGrafindo persada, 2010), hal. 12

¹⁹ Nunik Solichatun, *Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Animasi Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Pelajaran Audio Mixer Kompetensi Keahlian Teknik Audio Video Di Smk Piri 1 Yogyakarta*. (Yogyakarta; Universitas Negeri Yogyakarta, 2012), hal. 4. Dalam <http://eprints.uny.ac.id/7560/>, 25 November 2017, pukul 16.00

atau *media of mass communication*. Disebut mass media ialah karena adanya *mass character* yang melekat atau dimiliki oleh media itu sendiri.²⁰

Media massa adalah suatu jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melewati media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumberdaya lainnya.²¹

2. Karakteristik Media Massa

Karakteristik media massa Karakteristik media massa adalah sebagai berikut.²²

- a. *Publisitas* Media massa diperuntukan bagi masyarakat umum. Tidak ada batasan siapa yang boleh atau harus membaca, menonton, atau mendengarkan dan siapa yang tidak boleh membaca, menonton atau mendengarkan.
- b. *Universalitas* Media massa bersifat umum dalam menyampaikan suatu materi pada khalayaknya.

3. Jenis-Jenis Media Massa

Jenis-Jenis Media Massa, Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media massa elektronik.

²⁰ Sunarjo dan Djoenaesih, *Himpunan Istilah Komunikasi: edisi kedua*. (Yogyakarta: Liberty, 1983), hal. 70-71

²¹ McQuail dan Denis, *Teori komunikasi massa Suatu pengantar*. (Jakarta: Erlangga, 1987), hal. 3

²² Cangara dan Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi: edisi revisi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 126

Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah, sedangkan elektronik Radio siaran, Televisi, Film dan media *online* (internet):²³

a. Surat Kabar

Surat Kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Guternberg di Jerman. Untuk menyerap isi Surat Kabar, pembaca dituntut untuk bisa membaca serta memiliki kemampuan intelektualitas tertentu.

b. Majalah

Edisi Perdana majalah yang diluncurkan di Amerika pada pertengahan 1930-an, meraih kesuksesan besar. Majalah telah membuat segmentasi pasar tersendiri dan membuat fenomena baru dalam dunia media massa. Majalah merupakan media yang paling simpel organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang besar.

c. Radio

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaanya. Sebagaimana yang dikutip oleh Mark W. Hall dalam buku *Broadcast Journalism* mengemukakan bahwa perbedaan mendasar antara media cetak dengan radio siaran ialah media cetak dibuat untuk dikonsumsi mata, sedangkan radio siaran untuk konsumsi telinga.

²³ Elvinaro dan Ardianto. *Komunikasi Massa Suatu pengantar: edisi Revisi*. (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal. 103

d. Televisi

Semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Dari sekian fungsi komunikasi massa yang ada, fungsi menghibur lebih dominan dalam media massa televisi. Sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.

e. Film

Film atau gambar bergerak adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Film Amerika diproduksi di *Hollywood*. Film yang dibuat di sini membanjiri pasar global dan mempengaruhi sikap, perilaku dan harapan orang-orang di belahan dunia. Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding siaran radio dan televisi. Menonton film di bioskop ini menjadi aktifitas populer bagi orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an.

f. Internet

Sebagaimana yang dikutip oleh Elvinaro dan Ardianto, menurut Laquey internet merupakan jaringan longgar dari ribuan computer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. Misi awalnya menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif,

sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh berkembang menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.

4. Fungsi Media Massa

Fungsi media massa atau komunikasi massa sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana, menurut Joseph R. Dominick:²⁴

a. Pengawasan (*Surveillance*)

Media massa menyampaikan pesan-pesannya, baik dalam bentuk informasi maupun berita secara terus menerus untuk membuat masyarakat menyadari perkembangan di dalam lingkungannya. Fungsi pengawasan ini terbagi menjadi dua.

1. Pengawasan Peringatan (*warning or beware surveillance*), pengawasan ini terjadi jika media menyampaikan informasi kepada kita mengenai ancaman angin topan, letusan gunung merapi, kondisi ekonomi yang mengalami depresi, meningkatnya inflasi atau bahaya serangan militer
2. Pengawasan Instrumental (*instrumental surveillance*), yaitu berkaitan dengan penyebaran informasi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari. Berita tentang harga barang kebutuhan pokok di pasar, film yang dipertunjukkan di bioskop, produk-produk terbaru adalah contoh pengawasan instrumental.

²⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek...*, hal. 29

b. Interpretasi (*interpretation*)

Media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data, tetapi juga informasi beserta interpretasi/tafsiran mengenai suatu peristiwa tertentu. Contoh dari fungsi ini adalah tajuk rencana/editorial surat kabar.

c. Hubungan (*linkage*)

Media massa mampu menghubungkan unsur-unsur yang terdapat di dalam masyarakat yang tidak bisa dilakukan secara langsung oleh saluran perseorangan. Contohnya hubungan para elit partai politik dengan pengikut-pengikutnya ketika membaca berita surat kabar mengenai partainya yang dikagumi oleh para pengikutnya itu.

d. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai (*transmission of values*) yang mengacu kepada cara-cara di mana seseorang mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok.

e. Hiburan (*entertainment*)

Media massa menghadirkan tayangan-tayangan yang bersifat menghibur bagi pembacanya, yang berguna untuk melepaskan penat dari aktifitas keseharian maupun setelah melihat berita-berita berat.

D. Keputusan Mengikuti Pelatihan Kerja

1. Pengertian Mengikuti Pelatihan Kerja

Pelatihan didefinisikan sebagaimana yang dikutip oleh Edi Sutrisno, menurut Ivancevich sebagai usaha untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam pekerjaannya sekarang atau dalam pekerjaan lain yang akan dijabatnya segera. Pelatihan terkait dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan yang sekarang dilakukan. Pelatihan berorientasi ke masa sekarang dan membantu karyawan untuk menguasai keterampilan dalam pekerjaannya. Sikula mengatakan pelatihan merupakan proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisasi, yang mana tenaga kerja non manajerial mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dengan tujuan-tujuan tertentu.²⁵

Sedangkan kerja sebagaimana yang dikutip oleh Dede Nurohman adalah sebuah kegiatan yang dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya dan kerja merupakan naluri alamiah manusia untuk menegajawantahkan manusia eksistensinya. Manusia yang tidak kerja berarti bukan manusia. Sebab kerja yang merupakan elemen dari eksistensinya yang hilang. Kebahagiaan dan kesejahteraan hidup merupakan cita-cita manusia. Kesenangan itu ditempuh dengan kerja. ketika manusia menuruti naluri dasarnya untuk bahagia, maka kerja dengan sendirinya menjadi naluriah dasar yang lain. Karena kebahagiaan tidak dapat dicapai selain dengan bekerja.²⁶

²⁵ Edi Sutrisno, *manajemen sumber daya manusia*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), hal. 67

²⁶ Dede Nurohman, *Diktat Ekonomi Islam*. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2005), hal. 19

Sebagaimana yang dikutip oleh Safitri Indriyani, menurut Hasibuan pelatihan (*training job*) dimaksudkan untuk memperbaiki penguasaan berbagai ketrampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu, terinci dan rutin. Pelatihan menyiapkan para karyawan untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan sekarang. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoritis, konseptual dan moral karyawan. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan teknis pelaksanaan pekerjaan karyawan.²⁷

2. Hakikat Kerja

Sebagaimana yang dikutip oleh Dede Nurohman dalam sistem perekonomian Islam kerja dapat diartikan sebagai berikut:

a. Bekerja sebagai peneguhan eksistensi kekhalifahan

Ketika manusia diberikan mandat oleh Tuhan untuk mengatur dan mengelola bumi (khalifah), maka dapat dipahami bahwa manusia harus bekerja. Ketika manusia tidak bekerja berarti manusia telah mengkhianati eksistensi kekhalifahan dirinya yang dipercayakan Tuhan kepada dirinya

b. Bekerja merupakan kewajiban

Bekerja merupakan kewajiban karena dengan bekerja manusia dapat melaksanakan kegiatan melaksanakan kegiatan ibadah. Dengan bekerja manusia dapat memiliki mushala, dan peralatan ibadah, serta dengan

²⁷ Safitri Indriyani, *Pengaruh Pelatihan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada Pt. Paradise Island Furniture*. (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal. 23 dalam eprints.uny.ac.id/29859/1/SafitriIndriyani_10408144039. Diakses pada 24 Februari 2018, pukul 10.00.

bekerja pula manusia dapat melaksanakan perintah zakat, infaq, sadaqah dan menyantuni anak yatim dan orang miskin

c. Bekerja adalah ibadah

Bekerja bukan saja mengandung manfaat sosial tetapi juga bernilai ritual. Tuhan sangat menghendaki kemaslahatan sosial sebagaimana yang dikutip oleh Dede Nurohman, menurut al-Syathibi dalam *al-muwafakat-nya*, mengatakan bahwa maksud diterapkannya syari'at adalah kemaslahatan manusia. Semua perbuatan yang mengandung kemaslahtan manusia berarti telah sesuai apa yang dikehendaki Tuhan (*maqashid al-syari'*). Oleh karena itu bekerja sama artinya dengan memenuhio keingina Tuhan. Itu berarti termasuk ibdah yang mengakibatkan konsekuensi pahala. Bagi orang yang telah berniat ibadah dalam melakukan kerja tentu lebih sempurna nilai ritualnya

d. Bekerja merupakan perjuangan jihad

Bekerja adalah perjuangan manusia untuk mempertahankan hidupnya. Perjuangan membutuhkan pengorbanan. Seorang nelayan berjuang mengarungi lautan mencari ikan dengan mengorbankan semua yang dimilikinya, baik harta maupun tenaga. Tujuannya tak lain mempertahankan hidupnya, menafkahi istrinya dan membiayai sekolah anaknya. Dalam kacamata sosial perjuangan tersebut perjuangan yang sangat mulia.²⁸

²⁸ *Ibid.*, hal 18

Semua hal tersebut terkait dengan firman Allah di dalam Surah-surah berikut:

a. Q.S. at-Taubah (9):105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Dan katakanlah, bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (Q.S. at-Taubah (9):105).²⁹

Makna diatas secara global menginformasikan tentang arti penting penilaian Allah, penilaian Rosul-Nya dan penilaian orang-orang mukmin terhadap prestasi kerja seseorang. Semua prestasi itu pada saatnya nanti di akhirat, akan diinformasikan dan diperlihatkan secara transparan apa, adanya, baik yang tersembunyi maupun yang tampak, singkatnya, setiap yang dikerjakan anak manusia, dipastikan akan diberitakan atau dilaporkan apa adanya.³⁰

b. Q.S. al-Jumu'ah (62):10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

²⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Jakarta: Darussalam, 2002), hal. 273

³⁰ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi (Terjemahan dan Tafsir)*. (Jakarta: Amzah, 2013), hal. 62

Apabila shalat ditunaikan, maka bertebaranlah kamu bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung. (Q.S. al-Jumu'ah (62):10)³¹

Makna ayat diatas secara global menginformasikan bahwa bekerja bukan “sebab” yang harus selalu melahirkan “akibat”. Kenyataannya, kita sering mendapatkan orang yang bekerja namun tidak mendapatkan harta. Usaha bekerja hanyalah faktor-faktor yang di usahakan agar “rizki ditangan Allah” itu datang. Karena itulah, ada perbedaan antara kewajiban bekerja atau berusaha dengan pemahaman “rizki yang menentukan Allah”. Tiap orang wajib mengusahakan perolehan harta secara halal sehingga menghasilkan hak milik pribadi secara benar.³²

c. Q.S. al-Mulk (67):15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Dialah Yang menjadikan bumi untuk kamu, maka jelajihilah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (Q.S. al-Mulk (67): 15).³³

Makna ayat diatas secara global menginformasikan bahwa Allah SWT menginformasikan bahwa Dia-lah yang menciptakan planet bumi yang berbagai sudut dan ruangnya sangat mudah dijangkau, dan manusia

³¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan...*, hal. 809

³² M. Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 68

³³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan...*, hal. 823

dipersilakan melakukan penelusuran di berbagai ruang yang ada di bumi, seraya dipersilahkan juga untuk memakan (menikmati) rizki yang telah Allah siapkan. Akan tetapi, lalu diingatkan bahwa kehidupan dunia hanya sementara dan karenanya manusia itu dingatkan bahwa dirinya akan segera kembali menghadap Allah. Allah yang maha kuasa, tetu dengan mudah mampu mengguncangkan bumi, lantaran itu apakah manusia akan tetap merasa aman dari semua peristiwa yang sangat dahsyat itu.³⁴

3. Komponen Pelatihan Kerja

Dengan posisi sebagai elemen penting dalam manajemen startegis, eksistensi pelatihan mendapat semacam nilai tambah khususnya berkenanaan dengan persepsi manajer. Sebagaimana yang dikutip oleh Edi Sutrisno yang dikemukakan oleh Richardson pelatihan meliputi yaitu berbagai komponen, yaitu:³⁵

- a. Menentukan tingkat *skill* karyawan saat ini.
- b. Menyeleksi tempat yang paling fleksibel dan menjadwalkan program.
- c. Memilih metode pelatihan yang tepat.
- d. Mengumpulkan dan mengembangkan materi pelatihan.
- e. Mengevaluasi pelatihan.

4. Manfaat dan Tujuan Pelatihan Kerja

Sebagaimana yang dikutip oleh Safitri Indriyani, menurut Sekaran pelatihan berdampak pada bidang utama seperti sebagai berikut:³⁶

³⁴ Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi...*, hal. 75

³⁵ Edi Sutrisno, *Manajemen Sumber Saya Manusia...*, hal. 68

³⁶ Safitri Indriyani, *Pengaruh Pelatihan....*, hal. 25

a. Meningkatkan moral karyawan

Pelatihan membantu karyawan untuk mendapatkan keamanan kerja dan kepuasan kerja. Semakin puas karyawan tersebut dan semakin besar moral-nya, semakin dia akan memberikan kontribusi bagi keberhasilan organisasi dan lebih rendah akan absensi dan perpindahan karyawan.

b. Pengawasan kurang

Seorang karyawan terlatih akan kenal baik dengan pekerjaan dan akan perlu waktu kurang pengawasan. Dengan demikian, akan ada lebih sedikit pemborosan waktu dan upaya.

c. Kecelakaan yang lebih sedikit

Kesalahan yang mungkin terjadi jika karyawan tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan tertentu. Semakin dilatih karyawan, semakin sedikit yang kemungkinan melakukan kecelakaan dalam pekerjaan dan karyawan menjadi lebih mahir.

d. Kemungkinan promosi

Karyawan memperoleh keterampilan dan efisiensi selama pelatihan. Mereka menjadi lebih memenuhi syarat untuk promosi. Mereka menjadi aset bagi organisasi. Peningkatan produktivitas. Pelatihan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Karyawan yang terlatih menunjukkan kuantitas dan kualitas kinerja. Ada kurang pemborosan waktu, uang dan sumber daya jika karyawan terlati

Sebagian berpendapat bahwa pelaksanaan pelatihan kerja dimaksudkan untuk mendapatkan tenaga kerja yang memiliki pengetahuan, keterampilan yang baik, kemampuan dan sikap yang baik untuk mengisi jabatan pekerjaan yang tersedia dengan produktivitas kerja yang tinggi, yang mampu menghasilkan hasil kerja yang baik. Kebutuhan untuk setiap pekerja sangat beragam, untuk itu pelatihan kerja perlu dipersiapkan dan dilaksanakan sesuai dengan bidang pekerjaannya, dengan demikian pekerjaan yang dihadapi akan dapat dikerjakan dengan lancar sesuai dengan prosedur yang benar yaitu ³⁷

a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia. Dalam peristiwa ini yang mengetahui (subjek) memiliki yang diketahui (objek) di dalam dirinya sendiri sedemikian aktif sehingga yang mengetahui itu menyusun yang diketahui pada dirinya sendiri dalam kesatuan aktif. Sehingga dengan adanya pengetahuan yang cukup akan membantu pekerjaan yang dilakukan cepat selesai dan dengan hasil yang baik.

b. Kemampuan Berpikir

Kemampuan berpikir merupakan kegiatan penalaran yang reflektif, kritis, dan kreatif, yang berorientasi pada suatu proses intelektual yang melibatkan pembentukan konsep (*conceptualizing*), aplikasi, analisis, menilai informasi yang terkumpul (*sintesis*) atau dihasilkan melalui pengamatan, pengalaman, refleksi, komunikasi sebagai landasan kepada suatu keyakinan (kepercayaan) dan tindakan.

³⁷ *Ibid.*, hal. 26

c. Sikap

Sikap (*attitude*) adalah sebagai pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap objek, individu, atau peristiwa. Hal ini mencerminkan bagaimana perasaan seseorang tentang sesuatu.

d. Kecakapan

Kecakapan adalah suatu keterampilan yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan pekerjaan atau untuk dapat tetap bekerja, meliputi *personal skills, interpersonal skills, attitudes, habits* dan *behaviors*. Kecakapan yang dimiliki seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya akan berpengaruh pada hasil yang didapatkannya nanti.

Menurut Kotler dan Keller, Seseorang mengambil keputusan dapat melalui lima tahapan yaitu:³⁸

a. Pengenalan Masalah/ kebutuhan

Proses pengambilan keputusan dimulai ketika seseorang mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Perusahaan harus menentukan kebutuhan, keinginan atau masalah mana yang mendorong konsumen untuk memulai proses pengambilan keputusan

b. Pencarian informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya dalam dua

³⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 235-243

level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mulai aktif mencari informasi seperti mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi bank untuk mencari mempelajari produk tertentu. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif

c. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi. Konsep dasar dalam memahami proses evaluasi konsumen yang pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut.

d. Pengambilan keputusan

Tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Keputusan baru dapat dilakukan setelah tahap evaluasi dari berbagai merek dan ciri telah disusun menurut peringkat yang akan membentuk niat pengambilan keputusan terhadap merek yang paling disukai. Namun niat keputusan belum bisa

menjadi kenyataan karena masih banyak dipengaruhi oleh sikap orang lain dan situasi yang tak diinginkan. Yang secara langsung atau tidak akan mempengaruhi atau mengubah niat keputusan.

e. Pasca Pengambilan Keputusan

Masyarakat mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memerhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain, dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran harus memasok keyakinan dan evaluasi yang mengukuhkan pilihan konsumen dan membantu merasa nyaman dengan merek.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Berberapa penelitian yang membahas topik kebutuhan, minat dan media massa terhadap keputusan mengikuti pelatihan kerja di unit pelaksanaan teknis balai latihan kerja Tulungagung mengenai yang dapat dijadikan sebagai berikut.

Murevta Octaviani dan Siti Rahmawati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Mengikuti Pelatihan di Balai Latihan Kerja Kota Bogor” 2015. Balai Latihan Kerja Kota Bogor merupakan sebuah Instansi terkait dari DISNAKERSOSTRAN yang dibentuk untuk memberikan pelatihan keterampilan kepada masyarakat Kota Bogor. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah menganalisis karakteristik peserta pelatihan UPTD BLK Kota Bogor, menganalisis faktor-faktor yang

mempengaruhi perilaku pencari kerja dalam mengambil keputusan untuk mengikuti pelatihan di UPTD BLK Kota Bogor dan menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dalam mengikuti pelatihan di UPTD BLK Kota Bogor. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk mengetahui karakterresponden dan analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan peserta mengikuti pelatihan di UPTD BLK Kota Bogor. Dari hasil penelitian diketahui faktor yang mempengaruhi perilaku peserta dalam mengambil keputusan mengikuti pelatihan di UPTD BLK Kota Bogor adalah faktor pribadi, faktor *tangible*, faktor pelayanan, faktor internal, faktor eksternal, faktor lokasi dan faktor pendapat keluarga.³⁹

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang keputusan mengikuti pelatihan di Unit Pelaksanaan Teknis Balai Latihan kerja serta namun secara langsung konsep kebutuhan, minat dan media massa tidak disebutkan secara terperinci dan jelas dalam penelitian ini. Perbedaan dalam penelitian tentang belum menyatakan bahwa analisa-analisa yang terkait dengan penelitian ini belum berfokus pada kebutuhan, minat dan media massa dan berfokus pada faktor *tangible*, faktor pelayanan, faktor internal, faktor eksternal, faktor lokasi dan faktor pendapat dan belum menyangkut tentang bagaimana konsep kebutuhan minat dan media massa dapat mempengaruhi keputusan untuk mengikuti penelitian di balai latihan kerja belum seluruhnya dapat berfokus yang ada pada penelitian ini.

³⁹ Murevta Octaviani dan Siti Rahmawati, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi...*, hal. 352

Dyah Qonita Prabhandhari Puspitadewi dan Widyabakti Sabatari, “Motivasi Peserta Dalam Mengikuti Program Pelatihan Menjahit Busana di Unit Pelaksanaan Teknis Loka Latihan Kerja Kabupaten Purworejo” 2015. Penelitian ini bertujuan mengetahui: 1) motivasi peserta dalam mengikuti program pelatihan menjahit di UPT LLK Purworejo dilihat dari motivasi intrinsik, 2) motivasi peserta dalam mengikuti program pelatihan menjahit dilihat dari motivasi ekstrinsik. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini yakni peserta program pelatihan menjahit di UPT LLK Purworejo sebanyak 16 peserta dan diambil seluruhnya sebagai sampel. Validitas instrumen penelitian menggunakan validitas isi dan validitas konstruk. Reliabilitas instrumen penelitian menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dengan persentase. Hasil penelitian: 1) Motivasi intrinsik peserta pelatihan menjahit termasuk kategori tinggi (62,5%) mean 66,06. Dilihat dari indikator intrinsik: a) adanya hasrat dan keinginan dalam belajar, b) kebutuhan dan dorongan dalam belajar, c) harapan dan cita-cita masa depan, indikator dominan adalah adanya kebutuhan dan dorongan dalam belajar kategori sangat tinggi (75%) mean 20,88. 2) Motivasi ekstrinsik peserta pelatihan menjahit termasuk tinggi (68,75%) mean 69,25. Dilihat dari indikator ekstrinsik: a) adanya penghargaan dalam belajar, b) adanya kegiatan menarik dalam belajar, c) lingkungan belajar kondusif yang memungkinkan peserta didik dapat belajar, indikator dominan adalah adanya penghargaan dalam belajar tinggi (68,75%) mean 28,56.⁴⁰

⁴⁰ Dyah Qonita Prabhandhari Puspitadewi dan Widyabakti Sabatari, *Motivasi Peserta*

Persamaan penelitian ini sama meneliti tentang pelatihan yang ada di UPT balai latihan kerja dan yang menjadi responden ini juga dari siswa ataupun masyarakat yang menjalani program latihan yang ada UPT Balai latihan kerja dan kegiatan penelitian ini pula juga mengenai konsep individu untuk melakukan keputusan mengikuti pelatihan kerja dan juga mengenai faktor kebutuhan yang ada penelitian ini masih terlihat adanya tambahan faktor lain yang ada di dalam penelitian ini. Perbedaan sangat terlihat bahwa motivasi untuk mengikuti pelatihan berasal dari individu belum berfokus kepada bidang-bidang lain dan hanya bidang menjahit bukan menyeluruh sehingga jika dikaitkan dengan konsep kebutuhan minat dan media massa kemungkinan akan menimbulkan perbedaan dan juga kebutuhan yang ada di dalam penelitian ini ialah dari faktor motivasi sehingga sangat berbeda dengan penelitian bahwa kebutuhanlah yang mempengaruhi keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja di Unit Pelaksanaan Teknis Balai latihan Kerja.

Iwan Daryanto “Analisis Faktor Yang Dipentingkan Konsumen Mengikuti Pelatihan Pada Balai Latihan Kerja Pengembangan Industri Pasar Rebo, Jakarta” 2011. BL"KPI – Pasar Rebo memiliki 20 program pelatihan, yaitu Bahasa Inggris, bahasa Korea, administrasi kantor, tata busana, gambar konstruksi, elektronika industri, elektronika komunikasi, teknik informatika, las instalasi penerangan, listrik industri, mobil bensin, mobil diesel, sepeda motor, teknik pendingin (tata udara), teknik pendingin (lemari pendingin), teknik

mekanik (konvensional), teknik mekanik (*Computer Numeric Control*), las listrik dan sekretaris kantor. Karakteristik peserta pelatihan adalah lulusan SMA mendominasi dengan 48% dengan pekerjaan terakhir adalah pelajar baik lulusan SMA maupun di bangku kuliah (49%) dan sudah pernah bekerja sebanyak 43%. Usia peserta pelatihan minimal 18 tahun hingga 40 tahun, didominasi usia 25-30 tahun sebanyak 40% dan 15-20 tahun sebanyak 32%. Wilayah domisili responden adalah tinggal disekitar Jakarta Timur sebanyak 85% dan didominasi oleh peserta yang belum menikah 84%. Hasil analisis faktor terbentuk 8 (delapan) faktor, diantaranya faktor mutu perusahaan, motivasi, pengalaman, lingkungan eksternal, lingkungan internal, komunikasi, dorongan dan tempat tinggal. Faktor yang paling dipentingkan konsumen BLKPI-Pasar Rebo adalah faktor mutu perusahaan dengan nilai eigenvalue cukup signifikan yakni 10,29 dengan variasi data 34,31%, nilai ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen memilih BLKPI-Pasar Rebo sebagai tempat pelatihan.⁴¹

Persamaan dari penelitian ini sama-sama meneliti tentang tempat pelatihan kerja yang dikelola oleh dinas Tenaga Kerja yang secara langsung turun ke lapangan untuk melatih masyarakat agar mempunyai kemampuan atau *skill* agar mampu lebih produktif lagi dan bisa bersaing di dunia kerja. Perbedaan adalah secara langsung bisa dilihat dari judulnya yaitu Analisis Faktor Yang Dipentingkan Konsumen Mengikuti Pelatihan Pada Balai Latihan

⁴¹ Iwan Daryanto, *Analisis Faktor Yang Dipentingkan Konsumen Mengikuti Pelatihan Pada Balai Latihan Kerja Pengembangan Industri Pasar Rebo*. (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2011), hal. 1 dalam <http://www.ecojoin.org/article/download>. diakses pada tanggal 25 Februari 1 2018, pukul 9.15

Kerja Pengembangan Industri Pasar Rebo, faktor independen nya dapat dijelaskan melalui 8 faktor yaitu faktor mutu perusahaan, motivasi, pengalaman, lingkungan eksternal, lingkungan internal, komunikasi, dorongan dan tempat tinggal. Hal ini sangat berbeda dengan dengan penelitian berjudul “Pengaruh Kebutuhan, Minat, dan Media Massa terhadap Keputusan Mengikuti Pelatihan kerja di Unit Pelaksanaan Teknis Pelatihan Kerja Kabupaten Tulungagung” terlihat faktor independennya sangatlah berbeda Penelitian ini mempunyai faktor idedependen berupa Kebutuhan Minat dan Media Massa sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak bisa dikatakan sama.

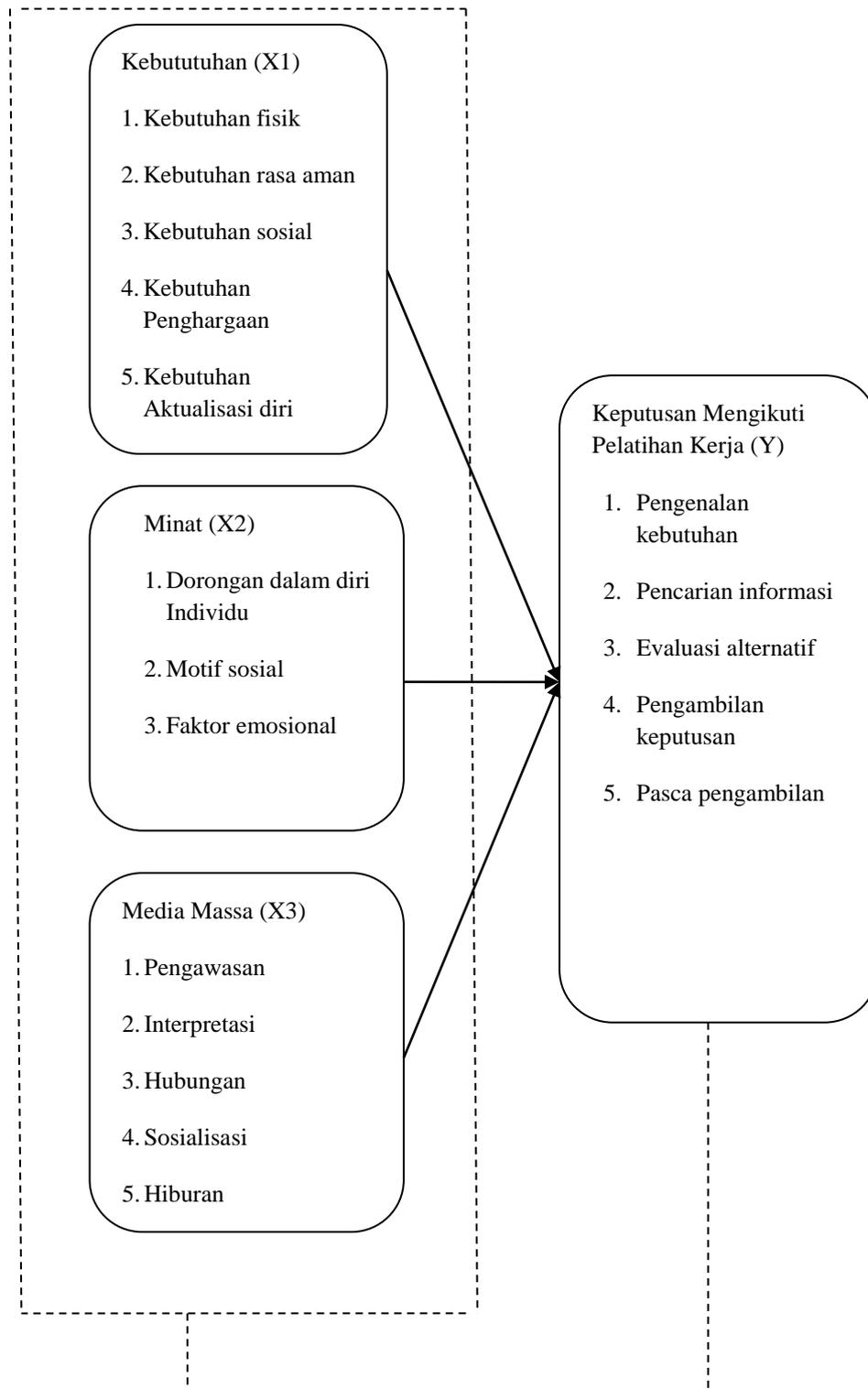
Eka Syafarullah Anugrah, Imam Yudhi Prastya, Fitri Kurnianingsih “Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Kantor Camat Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan” 2017. Para pegawai di Kantor Camat Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan sudah sering mengikuti pendidikan dan pelatihan khususnya pada tahun 2017 namun ada beberapa pegawai yang tidak perlu mengikuti pengembangan dan pelatihan seperti pegawai honor yang bekerja sebagai supir dan penjaga kantor. Pegawai di Kantor Camat Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan sering mengikuti pelatihan dan pendidikan yang di adakan oleh berbagai instansi, dan menurut mereka pendidikan dan pelatihan sangat penting dan bermanfaat karena sebelum mereka melaksanakan tugas dan pekerjaannya mereka harus diberikan pendidikan dan pelatihan agar mempunyai keterampilan dan kualitas yang baik dalam melakukan pekerjaannya. Tujuan penelitian ini adalah Untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap prestasi kerja pegawai di Kantor Camat Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan. Dengan menggunakan teori Van Menurut Sri Hardiati dan Hasibuan. Metode didalam penelitian ini yaitu Asosiatif Kuantitatif dengan informan berjumlah 30 orang. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa ada Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Kantor Camat Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan. Pengaruh yang diberikan oleh pendidikan dan pelatihan terhadap prestasi kerja yaitu sebesar 42,1% sedangkan sisanya sebesar 57,9% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini ⁴²

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meneliti tentang konsep pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan individu untuk memiliki skill untuk menunjang kesejahteraan individu agar lebih produktif lagi. Perbedaan dari variabel dan judul sangat berbeda dikarenakan pelatihan yang ada didalam penelitian yang berjudul tentang Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Kantor tidak serta merta menjaelaskan tentang lembaga teknis yang dikelola oleh pemerintah seperti lembaga Pelatihan Kerja yang secara langsung dikelola oleh dinas terkait.

⁴² Eka Syafarullah Anugrah, Imam Yudhi Prastya, Fitri Kurnianingsih, *Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Kantor Camat Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan*. (Tanjung Pinang: Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2017), hal.1 dalam <http://www.repository.umrah.ac.id> / Eka-Syafarullah diakses pada tanggal 25 Januari 2018, pukul 9.30

G. Kerangka Berpikir Penelitian



Keterangan:

Pengaruh secara parsial: \longrightarrow

Pengaruh secara simultan: $\cdots\cdots\cdots$

Variabel bebas (X) terdiri dari tiga variable yaitu (X1), Kebutuhan, (X2), Minat, dan (X3), Media Massa Sedangkan variabel terikatnya (Y) Keputusan Mengikuti Pelatihan kerja dan analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda (multiple regression) dengan teknik tersebut menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)

1. Variable (X) kebutuhan (X1) berpengaruh terhadap keputusan mengikuti pelatihan (Y), semakin banyaknya kebutuhan akan bekerja maka pula meningkatkan keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja di unit pelaksanaan teknis pelatihan kerja Tulungagung.
2. Variabel (X) minat (X2) berpengaruh terhadap keputusan mengikuti pelatihan (Y), semakin tinggi minat individu dalam mengikuti pelatihan maka akan meningkatkan keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja di unit pelaksanaan teknis pelatihan kerja Tulungagung.
3. Variabel (X) media massa (X3) berpengaruh terhadap keputusan mengikuti pelatihan semakin tinggi informasi yang di sediakan media massa semakin tinggi pula keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja di unit pelaksanaan teknis pelatihan kerja Tulungagung .
4. Kebutuhan (X1) minat (X2) Media massa (X3) semua berpengaruh terhadap keputusan mengikuti pelatihan kerja, semakin banyaknya kebutuhan akan

bekerja, minat akan bekerja serta informasi yang disediakan media massa akan meningkatkan keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja di unit pelaksanaan teknis pelatihan kerja Tulungagung.

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoritis yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian ini dapat ditarik jawaban sementara (hipotesis) yang akan diuji kebenarannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kebutuhan (X1) terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja (Y)

H0: Tidak ada pengaruh antara kebutuhan terhadap keputusan mengikuti pelatihan

H1: Ada pengaruh antara Kebutuhan terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

Hipotesa: Tolak H0 terima H1, maka ada pengaruh antara kebutuhan terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

2. Pengaruh minat (X2) terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja (Y)

H0: Tidak ada pengaruh antara minat terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

H1: Ada pengaruh antara minat terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

Hipotesa: Tolak H0 terima H1, maka ada pengaruh antara minat terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

3. Pengaruh Media Massa (X3) terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja (Y)

H0: Tidak ada pengaruh antara media mass terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

H1: Ada pengaruh antara media massa terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.

Hipotesa: Tolak H0 terima H1, maka ada pengaruh antara media massa terhadap keputusan untuk mengikuti pelatihan kerja.