

BAB 1
PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah

Bekerja merupakan aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh individu di dunia ini secara berulang-ulang dan diselesaikan secara konsisten. Serangkaian kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memenuhi harapan disebut sebagai "pekerjaan". Tujuan bekerja adalah untuk menghasilkan uang untuk mencukupi keperluan hidup. Individu bekerja untuk mendapatkan rasa aman, mengejar kepuasan, dan bertujuan untuk pemenuhan diri.

Orang umumnya bekerja untuk perusahaan atau organisasi tertentu. Organisasi dapat diartikan sebagai suatu kesatuan yang mewakili suatu wadah atau sarana untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Orang-orang yang sangat termotivasi dan berkomitmen pada pekerjaan mereka cenderung memberikan kontribusi lebih pada produktivitas dan dukungan organisasi. Untuk memastikan bahwa tujuan organisasi/perusahaan selalu tercapai dan tidak ada tanda-tanda kebangkrutan, organisasi/perusahaan akan memastikan mencari kandidat yang berkualitas untuk mempertahankan tujuan dan memajukan organisasi/perusahaan. (Mehta & Mehta, 2013)

Organisasi adalah sistem sosial, dan kompleksitasnya tercermin dalam jenis, hierarki, bentuk, dan jumlah interaksi yang terjadi. Aliran informasi di dalam suatu organisasi adalah salah satu dari banyak prosesnya. Pertukaran pendapat, ide, dan pengalaman akan terjadi di dalam organisasi. Manajemen komunikasi dalam organisasi perlu mendapatkan perhatian yang cukup karena, memegang peranan penting dalam mendukung kelancaran organisasi. (Fuad, 2015).

Bisnis di era globalisasi saat ini membutuhkan fasilitas canggih untuk mengikuti persaingan. Nilai sumber daya manusia perusahaan tidak dapat ditingkatkan. Sumber daya manusia adalah satu-satunya aset hidup, sehingga harus diperlakukan dengan hati-hati untuk memastikan loyalitas karyawan. Mereka yang berpartisipasi dalam organisasi disebut sumber daya manusia. Sumber daya

manusiaa adalah individu yang berfungsi sebagai perencana dan pelaksana untuk mencapai tujuan organisasi. Prabowo, dkk., (2018)

Perusahaan menginginkan karyawannya untuk proaktif serta membuktikan inisiatif, bertanggung jawab atas pengembangan profesional mereka serta berkomitmen pada standar kualitas yang tinggi. Mereka menginginkan karyawan yang bersemangat serta berdedikasi ataupun bertahan dengan profesi mereka. Untuk mendukung perkembangan ataupun keberhasilan perusahaan. Hal yang sangat diperhatikan perusahaan tersebut adalah mampu memotivasi karyawannya sehingga mampu menjadi karyawan yang aktif dan produktif sehingga dapat membawa kesuksesan bagi perusahaan. Namun pada kenyataannya yang terjadi ada beberapa perusahaan kurang memperhatikan karyawannya sebagai asset yang mempengaruhi kemajuan perusahaannya seperti contoh kasus berikut.

Berdasarkan laporan *State Of The Global Workplace*, disimpulkan bahwa 85% karyawan tidak terlibat secara aktif di perusahaan tempat mereka bekerja. Artinya, hanya 15% karyawan yang benar-benar terlibat aktif dalam perusahaan. Kurangnya motivasi, pengakuan dan penghargaan menjadi salah satu alasan karyawan meninggalkan perusahaan. (www.tribun-timur.com)

Para peneliti mengamati dan mewawancarai banyak pekerja PT X untuk mengumpulkan data awal, dan temuan mereka menunjukkan bahwa karyawan kurang bersemangat dalam bekerja karena tidak ada budaya peduli dan saling mendukung. karyawan juga tidak memfokuskan dirinya terhadap pekerjaan sehingga tidak dapat diandalkan dalam menyelesaikan tugasnya, serta kurangnya penghayatan karyawan karena rutinitas pekerjaan yang membosankan dan jadwal kerja yang terlalu padat sehingga karyawan harus lembur.

Dari beberapa kasus di atas maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak karyawan tidak merasa adanya peran penting ia di perusahaan tersebut. Selain itu adanya tekanan dari atasan membuat karyawan tidak dapat mengembangkan diri dengan baik, hal ini berdampak pada motivasi dan produktivitas kerja yang rendah. kurang adanya penghargaan dari atasan terhadap karyawan membuat karyawan tidak loyal dan tidak ingin terikat lebih dalam pada perusahaan. Tentu saja hal ini harus menjadi perhatian perusahaan agar dapat *survive* di masa depan.

Tingkat loyalitas karyawan yang tinggi dapat dicapai melalui employee engagement. Menurut Adinda, dkk.,(2022) *employee engagement* yang tinggi akan menghasilkan orang-orang yang sangat termotivasi saat melakukan pekerjaan, memiliki komitmen, antusias, dan bersemangat. Keterikatan individu dengan organisasi adalah karakteristik kunci dari keberhasilan pemecahan masalah suatu organisasi. (Widyastuti & Erlangga, 2021)

Karyawan yang berinvestasi di perusahaan akan terhubung secara emosional dan intelektual dengannya. Dengan dedikasi ini, dijamin para pekerja akan melampaui apa yang dituntut dari mereka di tempat kerja. Menurut Bakker dan Schaufeli (2008), *employee engagement* merupakan komponen psikologi positif. Partisipasi penuh dalam pekerjaan ditandai dengan *semangat (vigor)*, yaitu sesuatu yang dimiliki karyawan dalam bekerja dan ditandai dengan antusiasme tinggi, *dedikasi(dedication)* adalah kondisi dimana karyawan terlibat dalam pekerjaannya dan ditandai dengan munculnya perasaan penting, dan Antusiasme dan apresiasi yang tinggi, dan *penghayatan(absorption)* adalah kondisi dimana karyawan berada dalam antusiasme dan apresiasi yang tinggi.

Salah satu hal yang mempengaruhi *employee engagement* adalah komunikasi interpersonal. Hasil penelitian Putri dan Ratnaningsih (2017) menguatkan gagasan ini, menunjukkan bahwa saluran komunikasi yang terbuka berkorelasi dengan pekerja yang antusias. Komunikasi yang baik antara rekan kerja dan antara supervisor dan karyawan adalah dua contoh bentuk komunikasi interpersonal yang dapat berdampak positif pada pengabdian kerja. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa tingkat *employee engagement* perusahaan berbanding lurus dengan kualitas komunikasi interpersonalnya. Begitu sebaliknya

Menurut Rizky dan Moulita (2017), komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai interaksi tatap muka di mana masing-masing pihak dapat segera merekam emosi partisipan lainnya. Komunikasi antar pribadi di antara karyawan melayani perusahaan dengan mendorong tempat kerja yang positif dan merangsang, yang pada gilirannya meningkatkan moral dan produktivitas. Lebih banyak produktivitas, lebih sedikit kesalahpahaman, dan karyawan yang lebih

bahagia adalah hasil dari saluran komunikasi yang baik di dalam bisnis. (Zikri, 2018).

Menurut DeVito (2013), ada lima (5) komponen yang diperlukan untuk komunikasi interpersonal yang baik. Komponen tersebut meliputi *openness*(keterbukaan) adalah sikap yang dapat menerima pandangan orang lain, *positivity*(sikap positif) adalah ditunjukkan dalam bentuk sikap dan pikiran yang positif, *empathy*(empati) adalah kemampuan untuk memahami dan berbagi perasaan orang lain, *supportiveness*(sikap mendukung) adalah pihak yang melakukan komunikasi mempunyai komitmen untuk mendukung terjadinya keterbukaan dalam interaksi, dan *equality*(kesetaraan)masing-masing pihak mengakui bahwa mereka sama-sama berharga, dan saling membutuhkan.

Studi yang sama dengan studi yang diteliti, dengan studi saat ini (Khalimah, 2021). Komunikasi interpersonal terbukti memiliki hubungan yang baik dengan *employee engagement* ($R = 0,675$, $P < 0,050$). Dengan kata lain, jika komunikasi interpersonal tinggi maka, *employee engagement* juga akan tinggi.

Hipotesis yang diusulkan studi, ada hubungan antara komunikasi interpersonal yang efektif dengan *employee engagement* terhadap karyawan. Asumsi yang mendasarinya adalah *employee engagement* akan meningkat jika komunikasi interpersonal juga meningkat, dan sebaliknya.

Hal di atas menunjukkan bahwa untuk meningkatkan efisiensi dan hasil, bisnis harus memberi prioritas pada jalur komunikasi dan *employee engagement* antara anggota staf. Maka dari itu, kajian tentang “*Employee engagement* ditinjau dari komunikasi interpersonal pada karyawan” menjadi hal yang menarik bagi peneliti.

B. Rumusan Masalah

“Apakah ada hubungan employee engagement dengan komunikasi interpersonal antar karyawan di PT X?” adalah bagaimana masalah untuk penelitian ini dinyatakan.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan komunikasi interpersonal antar karyawan PT X terhadap *employee engagement*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 2 (dua) manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis.

Studi ini diantisipasi untuk berkontribusi pada literatur psikologi secara umum, khususnya pada psikologi sosial, industri, dan organisasi.

2. Manfaat Praktis.

a. Bagi Karyawan.

Studi ini diharapkan dapat memberikan umpan balik kepada pekerja dan alat untuk evaluasi diri sehingga mereka dapat beroperasi secara efektif dengan mengurangi masalah kecil di dalam bisnis untuk menciptakan tempat kerja yang menyenangkan bagi karyawan.

b. Bagi Perusahaan.

Sehubungan dengan upaya bagaimana bisnis dapat menginspirasi dan memperhatikan pekerja dengan menawarkan insentif dan jalur karir yang jelas, studi ini diantisipasi untuk memberikan umpan balik dan bahan pertimbangan untuk agensi. Dengan demikian, akan ada hubungan yang kuat antara pekerja dan dunia usaha.