

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Sumber daya manusia merupakan salah satu aset organisasi atau perusahaan untuk menunjang kelancaran organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan (Pratiwi & Suhana, 2012). Sumber daya manusia yang dimaksud adalah tenaga kerja. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, yang disebut sebagai tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat. Menurut Ratanjee dan Emond (2013), Indonesia memiliki aset utama yang dapat menjadi kendaraan nyata dalam pertumbuhan ekonomi. Aset tersebut yaitu tenaga kerja muda, dinamis, dan besar. Namun, negara-negara lain di Asia Tenggara memiliki aset yang sama, sehingga kesuksesan ekonomi relatif pasti akan bertambah di negara yang mengelola karyawannya yang lebih muda (Ratanjee & Emond, 2013).

Jumlah penduduk Indonesia tahun 2017 diperkirakan mencapai 261,89 juta jiwa dengan total angkatan kerja sebanyak 128,06 juta jiwa (BPS, 2017). Jumlah penduduk yang besar merupakan aset pembangunan yang apabila dikelola secara optimal akan menghasilkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Dari riset yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2018), hasilnya menunjukkan bahwa pada tahun 2020, generasi yang berusia 20-40 tahun akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, generasi dengan usia tersebut diperkirakan berjumlah 83 juta jiwa atau setara 34% dari total penduduk Indonesia. Hal ini

menunjukkan bahwa besar harapan bagi generasi muda dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia (Sutikno, 2017).

Menurut Pratiwi (2018), generasi millennial adalah sebutan untuk orang-orang yang lahir di tahun 1980 hingga 2000. Selanjutnya, berdasarkan hasil riset yang dilakukan pada bulan Juni oleh Badan Pusat Statistik (2018) menunjukkan bahwa tenaga kerja Indonesia saat ini 46,48% berumur di bawah 39 tahun atau didominasi oleh tenaga kerja generasi millennial. Milenial sebagai generasi yang menonjol dari segi jumlah memiliki beberapa keunikan maupun kelemahan. Salah satu kelemahan yang menonjol yang dimiliki oleh generasi Y ini adalah ketidakmampuan menjalin komunikasi interpersonal (Astuti, 2018). Ketidakmampuan ini ditunjukkan dengan sulitnya karyawan untuk membuka diri dengan lawan bicara, sehingga tidak bisa percaya dengan lawan bicara yang baru ditemui. Selain itu, karyawan tidak menjadi diri sendiri apa adanya, tidak mampu berempati, dan juga tidak mampu memahami dan merespon dengan baik apa yang disampaikan oleh orang lain.

Daryanto & Raharjo (2016), menyatakan perbedaan menjadi lebih nyata ketika perilaku, nilai, dan sikap yang berbeda mengganggu kehidupan seseorang, sehingga seseorang merasa terasing dan tidak mampu mengatasi situasi yang baru. Adanya perbedaan memungkinkan menunjukkan sikap kurang mendukung dengan sulit memberikan persetujuan terhadap pendapat yang disampaikan orang lain, sehingga dapat menyebabkan perselisihan antara komunikatif dengan komunikator (Suranto, 2011). Berbagai masalah yang muncul merupakan pertanda ketidakmampuan komunikasi interpersonal dengan baik.

Sedangkan untuk bisa berkomunikasi secara langsung (komunikasi interpersonal) dengan baik membutuhkan keterbukaan diri, karena ketika individu membuka diri dengan orang lain maka orang yang diajak berkomunikasi akan merasa aman dan dekat yang akhirnya orang lain tersebut akan turut membuka diri. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyo (2005), keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antar pribadi yang efektif.

Generasi milenial menghabiskan waktunya dengan dunia digital, menjadi objek yang menarik sebagai bahan kajian dalam penentuan motif komunikasi mereka. Selain karena pergeseran pola komunikasi, dorongan untuk melakukan komunikasi ditengah penggunaan teknologi yang semakin masiv juga menjadi alasan lain, untuk mengungkap lebih dalam tentang motif milenial dalam melakukan komunikasi interpersonal. Permasalahan komunikasi interpersonal pada generasi milenial dapat dilihat dari sulitnya karyawan untuk membuka diri dengan lawan bicara, sehingga tidak bisa percaya dengan lawan bicara yang baru ditemui. Selain itu, karyawan tidak menjadi diri sendiri apa adanya, tidak mampu berempati, dan juga tidak mampu memahami dan merespon dengan baik apa yang disampaikan oleh orang lain. Lebih lanjut Putra (2016) menambahkan bahwa generasi milenial adalah generasi yang cukup *concern* terhadap '*wealth*'. *Wealth* disini berarti kekayaan, namun kekayaan yang dimaksud tidak hanya berupa materi. Hubungan baik dengan keluarga dan hubungan interpersonal dengan teman kerja juga merupakan *wealth* yang diharapkan oleh generasi milenial.

Menurut Joseph A. Devito (2011) , komunikasi interpersonal merupakan proses mengirim dan menerima sebuah pesan dari seseorang untuk seseorang, atau dari sekelompok kecil maupun besar orang-orang sehingga menghasilkan umpan balik. Melalui komunikasi interpersonal, kita berinteraksi dengan orang lain, mengenal mereka dan diri kita sendiri, dan mengungkapkan diri sendiri kepada orang lain. (Daryanto & Raharjo, 2016), menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang baik membuat seseorang lebih memahami orang lain, meraih makna yang sama sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dan perbandingan sosial terutama bagi orang yang baru saling mengenal.

Aspek komunikasi menurut pendapat De Vito (2011) yakni; keterbukaan (*openness*) yakni mencakup keinginan saling memberi informasi mengenai diri sendiri, keinginan untuk bereaksi secara jujur terhadap pesan yang disampaikan orang lain. Empati (*empathy*) merupakan kemampuan untuk merasakan dan mengalami apa yang dirasakan orang lain. Sikap positif (*positiveness*) merupakan bentuk sikap dan perilaku bahwa pihak-pihak yang terlibat memiliki perasaan menghargai orang lain dan berpikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Sikap mendukung (*supportiveness*) merupakan situasi terbuka yang mendukung komunikasi dapat berjalan secara efektif. Kesamaan (*equality*) komunikasi akan lebih efektif dalam suasana kesamaan walaupun tidak ada orang yang secara absolut sama dengan orang lain dalam segala hal.

Hasil dari survei dari perusahaan penyedia solusi SDM TINYpulse 2017 (JobStreet.com, 2017), tahun ini hanya 24 persen karyawan yang merasa memiliki hubungan yang kuat dengan rekan mereka dibandingkan laporan

keterlibatan karyawan TINYpulse tahun 2015, dimana 27 persen memiliki pendapat yang sama. Banyak karyawan merasa bahwa perlu lebih banyak acara internal untuk mendorong keterlibatan karyawan dan orang-orang untuk saling mengenal satu sama lain dengan lebih baik agar terciptanya suasana saling mendukung satu sama lain.

Selain itu, sebagian besar karyawan mengatakan bahwa mereka tidak dekat dengan departemen lain atau orang-orang yang tidak bekerja sama secara rutin dan hanya berhubungan dengan anggota mereka saja. Situasi ini terjadi karena kurangnya usaha yang diberikan oleh manajemen untuk menumbuhkan hubungan lintas fungsi antar departemen. Banyak karyawan merasa bahwa perlu lebih banyak acara internal untuk mendorong keterlibatan karyawan dan orang-orang untuk saling mengenal satu sama lain dengan lebih baik.

Sejalan dengan data yang sudah dijelaskan sebelumnya, dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 02 April 2021 dengan 10 orang karyawan generasi milenial. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa 7 dari 10 generasi milenial yang bekerja diperusahaan menunjukkan gejala-gejala yang tidak sesuai dengan aspek komunikasi interpersonal. Aspek keterbukaan, subjek mengalami ketidakpercayaan atau hilangnya sifat keterbukaan antar sesama karyawan di tempat kerja sehingga interaksi sosial sangat minim terlihat banyaknya yang ragu untuk memulai pembicaraan dan ragu untuk memberikan informasi yang tepat pada lawan bicaranya. Pada aspek empati, subjek enggan menunjukkan sikap empati terhadap karyawan lain karena merasa tidak terlalu dekat. Subjek mengaku kurang memperhatikan karyawan lain, subjek lebih

memilih diam daripada memberikan tanggapan atau pandangan terhadap orang lain.

Pada aspek sikap positif, subjek sulit mempercayai lawan bicara karena dianggap tidak sepemikiran dan takut jika apa yang diceritakan tersebar secara luas ke karyawan lain. Aspek sikap mendukung, menunjukkan subjek terkadang kurang mendukung apa yang disampaikan oleh rekan kerja, hal ini terjadi karena kurangnya inisiatif dalam mengajukan pendapat. Subjek tidak memperhatikan teman ketika berbicara, tidak memberikan respon atau umpan balik. Pada aspek kesetaraan, subjek yang berasal dari wilayah yang berbeda memandang bahwa pribadi sendiri lebih unggul dan paham teknologi dibandingkan dengan yang lain. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa 7 dari 10 subjek generasi milenial terindikasi mengalami permasalahan pada komunikasi interpersonal.

Seharusnya seseorang memiliki kemampuan komunikasi interpersonal agar dapat menunjukkan keputusan untuk melakukan tindakan yang dapat menguntungkan dirinya melalui hasil berpikirnya yang menentukan kognisi, motif, dan sikap (Harjana, 2015). Keputusan dari hasil berpikir yang tepat akan membuat seseorang menunjukkan sikap positifnya dengan membuka pintu komunikasi yang berarti seseorang tersebut memiliki komitmen untuk membina kerjasama dan hubungan harmonis dengan orang lain (Suranto, 2011). Seseorang yang memiliki kemampuan komunikasi interpersonal juga akan menunjukkan kesetaraan dengan lingkungannya yaitu menganggap bahwa dirinya sama dengan orang lain, bersikap rendah diri, tidak menggurui, berinteraksi dengan penuh hormat dan menghargai lingkungannya (Harjana, 2015).

Harahap dan Ahmad (2014) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah pertemuan dari paling sedikit dua orang yang bertujuan untuk memberikan pesan dan informasi secara langsung. Pentingnya komunikasi interpersonal karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis, berupa percakapan. Percakapan (Morissan, 2013) adalah kegiatan biasa yang bersifat informal dan merupakan bentuk interaksi antara individu yang dilakukan setiap hari. Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi agar terjadinya saling memahami antar sesama individu dan adanya rasa empati.

Rakhmat (2013) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikasi interpersonal yaitu persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal, dan hubungan interpersonal. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan komunikasi interpersonal, maka peneliti memilih faktor konsep diri. Dari beberapa faktor tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian antara konsep diri dan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi milenial.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Asminto (2013) mengatakan bahwa terdapat korelasi positif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan kemampuan komunikasi interpersonal. Artinya, komunikasi interpersonal tidak dapat berlangsung dengan baik apabila terjadi salah penafsiran antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal, dan ini dapat diperbaiki orang yang bersangkutan menyadari bahwa pandangannya salah. Pada dasarnya apabila seseorang berperilaku sesuai dengan pandangan orang lain maka akan

memperlancar komunikasi interpersonalnya. Kelancaran komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh konsep diri yang merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri. Ditambahkan lagi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 02 April 2021 dengan 10 orang karyawan generasi milenial. Diperoleh 7 dari 10 subjek merasa tidak layak untuk berada dalam lingkaran pertemanannya saat ini, subjek merasa minder dengan dirinya sendiri. Subjek kesulitan dalam memahami dirinya, mudah putus asa, suka mengkritik diri sendiri dan membandingkan prestasi yang didapat dengan orang lain. Subjek mengaku sulit dalam melakukan perkembangan ke arah yang lebih maju dan cenderung bersikap pesimistis terhadap kehidupan dan kesempatan yang dihadapinya.

Menurut Rakhmat (2012), konsep diri merupakan pandangan atau hal penting yang akan menentukan bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Diteruskan oleh Rakhmat (2012) bahwa konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal karena setiap orang bertindak laku sesuai dengan konsep dirinya.

Sukses atau tidaknya seseorang dalam melakukan komunikasi interpersonalnya bergantung pada kualitas konsep diri yang dimiliki, yaitu positif atau negatif. (Brooks & Emmert dalam Rakhmat, 2013) menyatakan bahwa tanda-tanda orang yang memiliki konsep diri negatif adalah orang yang peka terhadap kritikan, responsif terhadap pujian, cenderung merasa tidak disenangi orang lain, dan pesimis terhadap kompetisi. Sebaliknya, tanda-tanda orang yang memiliki konsep diri positif adalah ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah; merasa setara dengan orang lain; menerima pujian tanpa rasa malu; menyadari

bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seharusnya disetujui masyarakat; dan mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

Menurut Laksana (2015) konsep diri adalah cara seseorang memandang dirinya sendiri dengan cara pengelolaan karakteristik sifat pribadi, karakteristik sifat sosial, dan peran sosial. Berzonsky (1981) menyatakan bahwa konsep diri terbagi dalam empat bagian, yaitu aspek fisik yang berarti pandangan, pikiran perasaan dan pemikiran individu terhadap fisiknya sendiri. Aspek psikis yang berarti pandangan, pikiran, perasaan dan penilaian individu terhadap pribadi sendiri. Aspek sosial yang berarti pandangan, pikiran, dan penilaian individu terhadap kecenderungan sosial yang ada pada dirinya sendiri. Aspek moral yang berarti pandangan, pikiran, perasaan, dan penilaian individu terhadap moralitas diri sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengajukan sebuah rumusan permasalahan, apakah ada hubungan antara konsep diri dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi milenial?

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi milenial.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran di bidang

Psikologi dan bidang keilmuan lain khususnya bidang Psikologi Industri dan Organisasi yang berkaitan dengan konsep diri dan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi milenial.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi subjek penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman karyawan generasi milenial untuk bisa memperbaiki konsep diri yang supaya lebih baik dengan meyakini bahwa dirinya mampu berinteraksi dengan orang lain sehingga dapat menumbuhkan kemampuan komunikasi interpersonal yang dimilikinya.
- b. Bagi masyarakat penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk memahami komunikasi interpersonal dan konsep diri, diharapkan dapat menerima keberadaan dirinya, berkeinginan berubah menjadi lebih baik dan dapat berkomunikasi efektif dengan orang lain.