**HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PADA KARYAWAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) – KLATEN**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERPERSONAL COMMUNICATION AND EMPLOYEE ENGAGEMENT IN EMPLOYEES OF PT. POS INDONESIA (PERSERO)***

***– KLATEN***

**Anis Siwi Dwi Khalimah1, Alimatus Sahrah2**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

17081419@student.mercubuana-yogya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menetahui hubungan antara komunikasi interpersonal dengan *employee engagement* pada karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. Hipotesiis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan *employee engagement* pada karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. Jumlah subjek penelitian ini sebanyak 65 karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. Pengambilan data ini menggunakan skala komunikasi interpersonal dan skala *employee engagement*. Teknik analisa data yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi pada komunikasi interpersonal dengan *employee engagement* $r\_{xy}$ = 0,675 dan taraf signifikansi = 0,000 (p < 0,05). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan *employee engagement*. Dari hasil perhitungan nilai determinasi (R2) diketahui kontribusi komunikasi interpersonal 45,6% terhadap *employee engagement* pada karyawan di PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten. Sisanya 53,5% diasumsikan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** komunikasi interpersonal dan *employee engagement*

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the relationship between interpersonal communication and employee engagement at employees of PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. The hypothesis proposed is that there is a positive relationship between interpersonal communication and employee engagement at PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. The number of subjects in this study were 65 employees of PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. The data collection uses interpersonal communication scale and employee engagement scale. The data analysis technique used is product moment correlation. The results of data analysis obtained correlation coefficient on interpersonal communication with employee engagement rxy = 0.675 and significance level = 0.000 (p <0.05). The results of this study indicate that there is a positive relationship between interpersonal communication and employee engagement. From the calculation of the value of determination (R2), the perception contribution of interpersonal communication is 45.6% to employee engagement at PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. The remaining 53.5% is assumed to be influenced by other variables not included in this study.*

***Keywords:*** *interpersonal communication and employee engagement*

**PENDAHULUAN**

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi seperti ini, perusahaan harus mempertahankan aset-aset yang dimilikinya agar mampu menghadapi persaingan itu. Salah satu aset yang tak luput menjadi perhatian adalah sumber daya manusia dalam suatu perusahaan, perkembangan sumber daya manusia dalam *setting industry* *and organizations* berkembang pesat. Sumber daya manusia merupakan aset penting bagi perkembangan perusahaan, oleh karena itu sumber daya manusia suatu perusahan harus berkontribusi untuk mencapai kesuksesan Khan et all (2012). Karyawan merupakan sumber daya manusia yang memiliki tingkat kualitas, tingkat kualitas sendiri merupakan salah satu tolak ukur untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan Pardananiningtyas & Budiani (2017). Karyawan adalah makhluk sosial yang memiliki fikiran, perasaan dan keinginan yang dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap pekerjaannya Gusliza (2013). Kahn (1990) menyatakan bahwa penyebab karyawan meninggalkan atau menarik diri dari perusahaan yaitu karena telah kehilangan semangat dalam bekerja baik secara fisik, kognitif, dan emosi yang secara tidak langsung akan berdampak pada kinerjanya. Sedangkan, karyawan yang bertahan di dalam perusahaan akan mengalami peningkatan kinerja kerja dalam mengerjakan pekerjaannya baik untuk dirinya sendiri maupun perusahaan.

Sebuah penelitian menunjukan bahwa ketika seorang karyawan merasa tertarik *(engage)* terhadap pekerjaannya, maka karyawan tersebut akan menunjukan performansi yang lebih baik dan membawa keuntungan bagi perusahaan itu sendiri dengan adanya keberhasilan pencapaian suatu tujuan yang telah dibuat Aaron (2011). Sebaliknya, dalam penelitian Solomon & Sridevi (2010) menyatakan bahwa karyawan yang *disengaged* akan membuat dampak negatif pada perusahaan, karena karyawan yang bekerja dalam perusahaan tersebut bekerja dengan minimal, rendahnya produktivitas dan menunjukan tingkat absensi yang tinggi. Gallup Orgaization melalui surveinya berjudul *State of the Global Workplace: 2021,* menjelaskan mengenai pengukuran *Employee Engagement* dimana selama 10 tahun terakhir, keterlibatan karyawan menurun secara global sebesar dua poin presentase, dari 22% pada 2019 menjadi 20% pada 2020. Selain itu, hasil dari *Gallup’s Global Workplace* Analytics mengatakan bahwa *Employee Engagement* di Indonesia menyebutkan hanya 8% karyawanIndonesia yang terlibat di tempat kerja, sementara 15% tidak memiliki *engaged*.

Aspek-aspek *employee engagement* dari Schaufeli & Bakker (2004), yaitu *vigor* yang ditandai dengan tingginya tingkat kekuatan dalam bekerja dan ketekunan dalam menghadapi kesulitan, *dedication* yang ditandai pada suatu perasaan yang penuh makna dalam suatu pekerjaan dan tertantang pada suatu pekerjaan, *absorption,* ditandai dengan penuh konsentrasi dan menikmati pekerjaannya sehingga merasa waktu berlalu terlalu cepat dan sulit meninggalkan pekerjaannya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 21 April 2021 pada 10 orang karyawan PT. Pos Indonesia secara acak, 9 karyawan menunjukan bahwa karyawan tersebut merasa memiliki rasa employe engagement yang cukup baik. Menurut Ram & Prabhakar (2011) *employee engagement* yang tinggi diperoleh saat karyawan memutuskan untuk melibatkan dirinya, berantusias dalam berkomitmen, bersemangat dalam melakukan pekerjaan yang dimilikinya dan mempercayai bahwa pekerjaannya mengubah keadaan jadi lebih baik. Selain itu, Solomon & Sridevi (2010) menyatakan bahwa karyawan yang *disengaged* akan membuat dampak negatif pada perusahaan, karena karyawan yang bekerja dalam perusahaan tersebut bekerja secara minimal, dilihat dari rendahnya produktivitas dan menunjukan tingkat absensi yang tinggi. *Employee Engagement* sebenarnya memiliki dampak yang positif bagi perusahaan atau organisasi dinilai memang keterikatan karyawan ini merupakan salah satu meningkatnya rasa komitmen yang dimiliki oleh karyawan pada suatu perusahaan atau organisasi.

*Employee Engagement* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, Menurut Vazirani (2007) antara lain : Pengemangan diri, dimana karir yang terus meningkat dalam pekerjaannya akan menyediakan kesempatan kemajuan karir di organisasi. Kepemimpinan, setiap karyawan memerlukan nilai yang jelas dari organisasi seperti di dengar pendapat karyawan terutama oleh pemimpin. Image, seberapa besar karyawan dapat memberikan dukungan pada produk dan jasa yang dihasilkan organisasinya tergantung pada luasnya persepsi pelanggan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan organisasinya tersebut. Kesempatan yang sama dan diperlakukan dengan adil, dimana keterikatan karyawan akan tinggi jika atas karyawan memberikan perlakuan yang sama. Penelitian kinerja, organisasi melakukan penilaian kinerja dengan cara yang sesuai. Gaji dan Bonus, untuk meningkatkan level keterikatan karyawan organisasi harus menyediakan upah dan benefit yang sesuai. Kesehatan dan keselamatan, organisasi harus memiliki metode dan sistem yang sesuai untuk menyediakan upah dan benefit yang sesuai. Kesehatan dan Keselamatan, organisasi harus memiliki metode dan sistem yang sesuai untuk menjamin kekselamatan dan kesehatan karyawan. Kepuasan kerja, hanya karyawan yang puas yang memiliki *engage.* Komunikasi, organisasi harus mengikuti kebijakan terbuka dimana adanya sistem komunikasi atas ke bawah harus sesuai dan diatur sebaik mungkin. *Family friendliness,* ketika seseorang karyawan menyadari bahwa tempat individunya bekerja dan adanya perhatian maka karyawan tersebut memiliki kedekatan emosional dengan organisasinya yang akan membuatnya *engage,* *Co-operation,* jika organisasi saling bekerja sama dan saling membantu maka karyawan akan menjadi *engage* dnegan organisasinya. Berdasarkan faktor-faktor diatas, menurut Vazirani (2007) terdapat faktor yang dapat menyebabkan *employee engagement*. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan *employee engagement* adalah komunikasi.

Komunikasi yang baik serta dukungan dari sesama karyawan dibutuhkan agar dapat menyelesaikan tugas secara maksimal secara tercapainya tujuan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi interpersonal sendiri merupakan salah satu bentuk dari komunikasi yang dapat dinilai sesuai dalam dinamika perusahaan. Sehingga, komunikasi interpersonal dengan sesama rekan kerja memiliki peran dalam mempengaruhi *employee engagement* pada karyawan. Sejalan dengan hasil penelitian Putri & Ratnaningsih (2018), hasil penelitian menunjukan ada hubungan positif yang siginifikan antara komunikasi interpersonal dengan rekan kerja dan employee engagement. Semakin tinggi komunikasi interpersonal dengan rekan kerja maka semakin tinggi pula employee engagement, dan sebaliknya. Menurut Devito (2011) terdapat beberapa aspek yang membentuk komunikasi interpersonal, antara lain adalah keterbukaan, dukungan, empati, sikap positif dan kesetaraan.

**METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mencakup dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *employee engagement* dan komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas. Aktar (2016) mengatakkan bahwa *employee engagement* berdampak pada keberhasilan organisasi, dimana karyawan yang merasa terikat akan sangat atusias dalam bekerja sehingga mereka menampilkan atau memberikan kinerja terbaiknya dalam bekerja. Variabel *employee engagement* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Skala *Employee Engagement* yang disusun berdasarkan aspek-aspek *employee engagement* menurut Schaufeli & Bakker (2004), yaitu *vigor, dedication, absorption.* Muhammad (2015) mengatakan komunikasi interpersonal sebagai suatu proses pertukaran infomasi dari seseorang atau setidaknya lebih dari satu orang lainnya sehingga di antara dua orang tersebut langsung mendapatkan dan mengetahui umpan baliknya. Variabel komunikasi interpersonal dalam penelitian ini diukur menggunakan Skala Komunikasi Interpersonal dengan menggunakan aspek-aspek komunikasi interpersonal menurut Devito (2011) terdapat beberapa aspek yang membentuk komunikasi interpersonal, antara lain adalah keterbukaan, dukungan, empati, sikap positif dan kesetaraan.

Subjek dalam penelitian ini melibatkan karyawan dari PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimulai tanggal 26 Juni-30 Juni 2021 subjek dalam penelitian ini sebanyak 65 karyawan. Subjek dipilih dengan menggunakan teknik analisa data yang digunakan adalah korelasi *product moment.* Teknik ini dipilih karena pada penelitian ini melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis digunakan dengan bantuan aplikasi *SPSS (Statistical Product Service Solutions) from Windows.* . Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala sikap model *likert* (Azwar, 2017). Skala sikap model *likert* adalah skala yang berisi pernyataan-pernyataan sikap untuk mengungkap sikap dari subjek terhadap objek yang ingin diukur. Adapun pernyataan dalam skala penelitian ini terdiri dari dua arah, yaitu *favourable* dan *unfavourable*. Pernyataan *favourable* adalah pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek sikap sedangkan pernyataan *unfavourable* adalah pernyataan yang tidak mendukung objek sikap (Azwar, 2017).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

 Data penelitian ini diperoleh dari Skala Komunikasi Interpersonal dan Skala *Employee Engagement*. Data penelitian ini digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis dengan menggunakan skor hipotetik dan empiric. Data skor hipotetik dan skor empirik yang dideskripsikan adalah nilai minimum, maksimum, jarak sebaran (range), standar deviasi dan rata-rata (mean). Berdasarkan hasil perhitungan hipotetik skor terendah pada Skala Komunikasi Interpersonal memiliki skor terendah 23 (23x1) dan skor tertingginya adalah 92 (23x4). Rerata hipotetik sebesar [(23x1)+(23x4)] : 2 = 57,5 dengan standar deviasi sebesar (92-23) : 6 = 11,5. Skala Komunikasi Interpersonal memiliki data empirik skor terendah 66 dan skor tertinggi 92 dengan rerata 75,42 serta deviasi 8,210. Dan hasil Skala Employee Engagement adalah 11 (11x1) dan skor tertingginya adalah 44 (11x4). Rerata hipotetik sebesar [(1x11) + (4x11)] : 2 = 27,5 dengan standar deviasi sebesar (44-11) : 6 = 5,5. Skala Employee Engagement memiliki data empirik skor terendah 22 dan skor tertinggi 44 dengan rerata 35,32 serta standar deviasi 4,374.

Kategorisasi yang digunakan adalah kategorisasi jenjang berdasarkan distribusi normal yang bertujuan untuk menempatkan individu kedalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut kontinum berdasarkan yang diukur (Azwar, 2012). Pada penelitian ini kedua variabel membagi kategorisasi menjadi 3 bagian yakni rendah, sedang, dan tinggi. Berdasarkan kategorisasi Skala Komunikasi Interpersoanal, diketahui bahwa subjek penelitian memiliki skor komunikasi interpersonal sebanyak 15 subjek (23,1%) berada pada kategori sedang, dan 50 subjek (76,9%) berada pada kategori tinggi. kategorisasi Skala Employee Engagement, diketahui bahwa subjek penelitian memiliki skor sebanyak 17 subjek (26,2%) berada pada kategori sedang, dan 48 subjek (73,8%) berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten memiliki rasa employee engagement yang tinggi dan sedang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karyawan PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten memiliki skor kategorisasi komunikasi interpersonal dan employee engagement yang baik.

Menurut Hadi (2016) sebelum melakukan uji hipotesis terhadap hasil penelitian terdapat beberapa persyaratan mutlak yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan uji normalitas dan linearitas atas data penelitian yang ada. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data penelitian yang telah diperoleh berada pada sebaran data yang bersifat normal atau tidak normal. Jenis uji prasyarat ini menggunakan teknik analisis model *one- sample* Kolmogrov- Smirnov (KS-Z). Pedoman yang digunakan dalam uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi KS-Z > 0,050maka sebaran data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi KS-Z < 0,50 maka sebaran data tidak mengikuti distribusi normal (Hadi, 2016). Hasil uji Kolomograv-Smirnov (K-SZ) pada komunikasi interpersonal diperoleh nilai K-SZ sebesar 0,184 dengan taraf siginifikan = 0,000 p < 0,05, berarti data sebaran komunikasi interpersonal mengikuti distribusi sebaran tidak normal. Hasil uji normalitas sebaran employee engagement diperoleh nilai K-SZ sebesar 0,111 dengan taraf signifikan = 0,045 p < 0,05, berarti data sebaran employee engagement mengikuti distribusi sebaran tidak normal. Menurut Hadi (2016) mengatakan jika jumlah subjek cukup besar dimana (N ≥ 30) maka distribusi sampling mean telah sangat mendekati distribusi normal. Gani dan Amalia (2015) mengungkapkan pendapat yang sama apabila jumlah subjek diatas 30 (N ≥ 30) maka data tetap dinilai memiliki distribusi normal karena normal atau tidaknya suatu data tidak mempengaruhi hasil akhir. Dengan ini dapat disimpulkan variabel komunikasi interpersonal maupun variabel employee engagement dapat digunakan ke langkah berikutnya, yaitu uji linieritas dan uji hipotesis karena jumlah subjek dalam penelitian ini berjumlah 65 karyawan (N ≥ 30).

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kaidah untuk uji linieritas adalah apabila nilai signifikansi < 0, 050 maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat merupakan hubungan yang linier. Apabila nilai signifikansi > 0,050 maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bukan merupakan hubungan yang linier. Hasil uji linieritas komunikasi interpersonal dengan employee engagement diperoleh nilai F = 59,878 dengan taraf signifikansi = 0,000 (p < 0,005), berarti komunikasi interpersonal dengan employee engagement merupakan hubungan yang linier.

Berdasarkan hasil uji asumsi yang telah terpenuhi, maka selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan teknik analisis korelasi product moment yang digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Kaidah untuk uji hipotesis adalah apabila nilai signifikansi < 0,050 berarti ada korelasi dan apabila nilai signifikansi > 0,050 maka tidak ada korelasi. Hasil analisis korelasi prouct moment dari pearson diperoleh koefisien korelasi pada komunikasi interpersonal dengan employee engagement r\_xy = 0,675 dan taraf signifikansi = 0,000 (p < 0,05). Berarti terdapat hubungan yang positif antara komunikasi interpersonal dengan employee engagement pada karyawan di PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten berarti semakin tinggi komunikasi interpersonal yang dimiliki karyawan di PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten maka semakin tinggi employee engagement, dan juga sebaliknya, semakin rendah komunikasi interpersonal yang dimiliki karyawan di PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten maka semakin rendah employee engagement. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

**Pembahasan**

Dalam penelitian Vrydita (2017) mengatakan bahwa komunikasi merupakan bentuk mempererat hubungan antara karyawan dengan karyawa lain, komunikasi interpersonal yang baik dapat membantu karyawan meningkatkan hubungan relasi antar rekan kerja sehingga karyawan dapat bekerja dengan baik. Didukung pula oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Macleon dan Clake (dalam Welch, 2011) mengatakan bahwa komunikasi sebagai faktor penting untuk meningkatkan bentuk kinerja melalui *employee engagement*, salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi interpersonal. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Hynes (2012) menyatakan bahwa *employee engagement* itu penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Pendekatan yang digunakan untuk mendorong dan mendukung munculnya *employee engagement* dengan memberikan pelatihan yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal.

Penelitian ini melibatkan 65 karyawan PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten. Analisis korelasi *product moment* menunjukan koefisien korelasi pada komunikasi interpersonal dengan *employee engagement* $r\_{xy}$ = 0,675 dan taraf signifikansi = 0,000 (p < 0,05). Hal ini menunjukan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara komunikasi interpersonal dengan *employee engagement* pada karyawan di PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten dapat diterima. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukan bahwa komunikasi interpersonal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *employee engagement* pada karyawan di PT. Pos Indonesia (persero) – Klaten. Artinya, apabila karyawan memiliki komunikasi interpersonal yang tinggi maka akan meningkatkan *employee engagement* masing-masing karyawan tersebut. Sebaliknya, apabila karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal yang rendah maka *employee engagemeny* akan cenderung rendah.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *employee engagement* dengan komunikasi interpersonal pada karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) – Klaten dengan r = 0,675 dan p < 0,050. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi komunikasi interpersonal maka semakin tinggi *employee engagement* pada karyawan. Sebaliknya, semakin rendah komunikasi interpersonal maka semakin rendah *employee engagement* pada karyawan. Dalam penelitian ini komunikasi interpersonal memberikan sumbangan efektif sebesar 45,6% dan sisanya 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

**SARAN**

Adapun saran pada peelitian ini diharapkan subjek yang menjadi bagian dalam penelitian ini yaitu Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) dapat terus mempertahankan dan meningkatkan komunikasi interpersonal agar meningkatnya rasa *employee engagement* antar karyawan. Untuk pembaca dan peneliti selanjutnya melihat hasil bahwa komunikasi interpersonal dengan *employee engagement* hanya menghasilkan sumbangan efektivitas 45,6% disaranaan untuk meneliti *employee engagement* dnegan variabel-variabel lain dari faktor yang mempengaruhi *employee engagement* dnegan jumlah populasi yang berbeda dan bidang perusahaan yang berbeda.

**DAFTAR PUSTAKA**

Akbar, R., M. (2013). Pengaruh budaya organisasi terhadap employee engagement (studi pada karyawan PT. Primatexco Indonesia di Batang). *Jurnal Sosial Dan Psikologi Industri*, *2*(1), 10–18.

Aktar, A. (2016). Employee engagement: doest it matter for employee performance.

*Journal Cost and Management*, *44*, 27–35.

Ashraf, Z., Jaffri, A., Sharif, M., & Khan, A. (2012). Increasing employee organizational commitment by correlating goal setting employee engagement and optimism at workplace. *Journal Business and Management*, *4*, 71–77.

Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan validitas (Edisi 2)*. Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala Psikologi (Edisi 4)*. Pustaka Belajar.

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources Model: Stateof Art. *Journal of Managerial Psychology*, 309–328.

Bakker, Arnold B., & Leiter, M. P. (2010). Where to go from here: Integration and future research on work engagement. *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research*, 181–196. <https://doi.org/10.4324/9780203853047>

Barret, T. (2016). *Empathy: An Aggregate of Personal Trust*. Medium. [https://tombarrett.medium.com/empathy-an-aggregate-of-personal- truths2a7bb62d3857](https://tombarrett.medium.com/empathy-an-aggregate-of-personal-%20truths2a7bb62d3857)

Batson, G. D. (2011). *Altruism in humans* (Adobe Digi). Oxford University Press. bin Shmailan, A. S. (2016). The relationship between job satisfaction, job performance and employee engagement: An explorative study. *Issues in BusinessManagement and Economics*, *4*(1), 1–8.

Darmadi, Hamid. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Sosial. Bandung: Alfabeta.

De Vito, J. (1995). *The Interpersonal Communication Book. Fourth Edition*.

Devito, J. A. (2011). *Komunikasi antar manusia*. Karisma Publishing.

Dede Aisyah. (2015). Keterikatan Keterbukaan Komunikasi Penghargaan Dari Pimpinan Dan Partisipasi Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal StudiManajemen & Organisasi*.

Dewi, N. R., & Sudhana, H. (2013). Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Pasutri dengan Keharmonisan dalam Pernikahan Nyoman Riana Dewi dan HildaSudhana. *Jurnal Psikologi Udayana. 1*(1), 22–30.

Diasmoro, O. (2017). Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Kepuasan Kerja Karyawan Dewasa Awal. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan. 05*(01), 107-125.

Drs. Jalaluddin Rakhmat, M. S. (2011). *Psikologi Komunikasi* (Tjun Surjaman (Ed.); 27th ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Endah M. (2015). Hubungan Antara Persepsi Dukungan Organisasi (Perceived Organizational Support) dengan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement). *Jurnal Psikologi Undip*, *14*, 40–51.

Gani., & Amalia. (2015). *Alat analisis data: Aplikasi statistik untuk penelitian bidang ekonomi dan sosial*. Penerbit Andi.

Gruman, J. A., & Saks, A. M. (2011). *Performance and Employee Engagement*. *21*, 123– 136.

Gusliza, N. (2013). Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Kepuasan Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Pemuda Dan Olahraga Kota Bukittinggi. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, *1*, 163–172.

Hadi, S. (2016). *Metodi Riset*. Pustaka Belajar.

Hasyim, M. M. (2012). Cerita Bertema Moral dan Empati Remaja Awal. Jurnal Psikologi, 7(1), 501–508.

Hikmatullah, F. (2016). Hubungan *Employee Engagement* dan *Relations of Employee Engagement*. *Ilmiah Psikologi*, *9*(1).

Holbeche, L., & Matthews, G. (2012). *Engaged Unleashing Your Organization’s Potential Through Employee Engagement*. Jossey Bass.

Hynes, G. (2012). Improving employees interpersonal communication competencies a qualitative study. *Journal Business and Professional Communication Quarterly*, *75*, 466–475.

Indonesia, P. (2021). *Sejarah Pos Indonesia*. Pos Indonesia. Diakses tanggal 16 Juni 2021 dari https:/[/www.posindonesia.co.id/id/content/sejar](http://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos)a[h-pos](http://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos)

Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, *33*, 692–724.

Khan, A. H., Nawaz, M. M., Aleem, M., & Hamed, W. (2012). Impact of job satisfaction on employee performance: An empirical study of autonomous Medical Institutions of Pakistan. *African Journal of Business Management*, *6*(7), 2697–2705. https://doi.org/10.5897/AJBM11.2222

Macey, W. H., Schneider, B., Barbera, K.M., Young, S. A. (2009). *Employeeengagement: Tools for analysis, parctice, and competitive advantage*. Wiley Blackwell.

Macey, W. H. et al. (2008). *Employee Engagement: Tools for Analysis, practice, and Competitive Advantage*. Black- Willey.

Midianto, F. D. (2019). *Keterbukaan Komunikasi Interpersonal TerhadapSemangat Kerja di Kalangan Pimpinan dan Karyawan PT Adetex Bandung*. In Skripsi. Fakultas Komunikasi dan Informatika. Univeristas Muhammadiyah Surakarta

Moghimi, S. F., Chamanzamin, M. R., Shaghaghi, A., M. (2013). The relationship between communication skill and job performance of the employees, fire managers of Rasht City. *Journal of Islamic Azad University*, *3*(2), 60–65.

Muhammad, B. (2015). *Komunikasi Antar Pribadi*. Kharisma Putra Utama.

Mulyana, D. (2011). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya.

Pardananiningtyas, M. A., & Budiani, M. S. (2017). Hubungan Antara Kualitas Kehidupan Kerja Dengan Loyalitas Karyawan Pada PT.X. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, *4*(2), 1–7.

Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal yang berlangsung di BAPAS Surakarta.

*5*(2), 203–214.

Putri., & Ratnaningsih. (2018). Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal dengan Rekan Kerja dan Employee Engagement pada karyawan PT. PLN (Perseroo) Distribusi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. *Jurnal Empati*, *6*(2), 57–61.

R, I., & Cholichul, H. (2012). Hubungan Antara Modal Psikologis Dengan Keterikatan Kerja Pada Perawat di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya. *A. Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, *1*(2).

Rachmawati, M. (2013). Employee Engagement Sebagai Kunci Meningkatkan Kinerja Karyawan.. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *6*(12), 52–65

Ram, P., & Prabhakar, G. V. (2011). The Role of Employee Engagement in work related Outcomes. *Interdisciplinary Journal of Reseacrh in Business*, *1*(3), 47–61.

Ranupandojo, H., & Husnan, S. (2002). *Manajemen Personalia*. BPFE.

Rhoades, L, & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*.

Safitri, R. M. (2019). *Modul Mata Kuliah Praktikum Analisis Data*.

Saks, A. M. (2006). Antecedents and Consequences of Employee Engagemen.*Journal of Managerial Psychology Emerald Group Publishing*, *21*(7), 600–619.

Sapril. (2011). Komunikasi Interpersonal Pustakawan. *Jurnal Iqra’*, *05*(01), 6–11. <http://repository.uinsu.ac.id/634/1/%282%29>

Sarinah, & Aziz, A. (2010). Hubungan Komunikasi Interpersonal Dan Komitmn Terhadap Organisasi Dengan Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Perkebunan Nusantara III (Persero). *Jurnal Analitika*, *2*, 82–94.

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, *3*, 71–92.

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, *25*(3), 293–315. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/job.248

Sepang, I. V (2019). Kesetaraan dan Harmoni Sosial. In Modul Sosiologi. Direktorat Pembinaan SMA - Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Sinaga, R. A. B. (2019). *Hubungan Antara Dukungan Organisasi Dengan Employee Engagement Pegawai Negeri Sipil Di Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Utara*. In Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Medan Area.

Siregar, C. Y., & Hardjo, S. (2013). Hubungan Komunikasi Interpersonal dan Persepsi Pengembangan Karir Dengan Kepuasan Kerja. 11-18.

Sofjan Wanandi, Rooij, P. van, & Fajerman, M. (2013). Panduan Praktis bagi Pengusaha untuk Mempromosikan dan Mencegah Diskriminasi di Tempat Kerja di Indonesia. In *a, International Labour Organization*.

Solomon, M., & Sridevi, M. . (2010). Employee Engagement: The key to Improving Performance. *International Journal Business and Management*, *5*(12).

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.

Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu.

Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi* (Pipih Latifah(Ed.); Pertama). PT. Remaja Rosdakarya.

Thomas, K. W. (2009). *Intrinsic motivation at work: What really drives employee engagement*. Berrett-Kohler Publishers.

Titien. (2016). Penyusunan dan Pengembangan Alat Ukur Employee Engagement.

*Jurnal Penelitian Psikologi*, *1*(1), 113–130.

Utama, D. W., Dewi, R. S., & Zwagery, R. V. (2018). Hubungan Antara Perilaku Alturisme Dengan Keterikatan Kerja Pada Anggota Relawan PMI Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, *1*(2).

Vazirani, N. (2007). Employee engagement. working paper series. *SIES College of Management Studies*, *5*(7), 1–17.

Vrydita Yesri Putri. (2017). *Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal dengan Rekan Kerja dan Employee Engagement Pada Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta*. In Skripsi*.* Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro.

Wahyuni, I. J. (2018). *Hubungan Persepsi Kesetaraan Gender Antara Pria dan Wanita Dengan Persepsi Pengembangan Karier Pda Wanita Yang Bekerja Di Perusahaan.* In Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma.

Welch, M. (2011). The evolution of the employee engagement concept: communication implications. *Corporate Communication: An International Journal*, *16*, 328–346.

<https://doi.org/10.1108/13563281111186968>