

PERANAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DALAM MEMAHAMI MOTIVASI KERJA KARYAWAN GENERASI Z DI PT. IJ GLOBAL SOLUTIONS INDONESIA

Raden Ayu Nurbaity Deka Syahbillah, Fajarina
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul,
Jalan Arjuna Utara No.9, Jakarta Barat
dsyahbillah@student.esaunggul.ac.id

Abstract

This research entitled The Role of Communication Psychology in Understanding Work Motivation Generation Z PT. IJ Global Solutions Indonesia. The purpose of this study was to determine the role of communication psychology in understanding the work motivation of Generation Z employees at PT. IJ Global Solutions Indonesia and find out the barriers to work motivation of Generation Z employees at PT. IJ Global Solutions Indonesia. This research method uses a case study along with an interpretive paradigm research design with a descriptive qualitative type of research. The main data sources in this study used primary and secondary data along with key informants and informants. Data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation. Test the validity of the data by triangulation. Data analysis with data reduction, data display, and verification. The research results obtained are the role of communication psychology in understanding the work motivation of Generation Z employees at PT. IJ Global Solutions Indonesia is very important, because it understands the personal characteristics or personality of Generation Z employees and has an impact in the form of understanding, feeling happy, influencing attitudes and the emergence of expected actions so as to increase work effectiveness. Then, the obstacles in increasing the work motivation of Generation Z employees that occurred at PT. IJ Global Solutions Indonesia comes from within the employees and their work environment.

Keywords: *Communication Psychology, Employee Work Motivation, Generation Z.*

Abstrak

Penelitian ini berjudul Peran Psikologi Komunikasi dalam Memahami Motivasi Kerja Generasi Z PT. IJ Global Solutions Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peran psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia dan mengetahui hambatan motivasi kerja pada karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan studi kasus beserta desain penelitian paradigma interpretif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data utama dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder beserta sumber data *key informan* dan *informan*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Uji keabsahan data dengan *triangulasi*. Analisis Data dengan data *reduction*, data *display*, dan *verification*. Adapun hasil penelitian yang diperoleh yaitu peranan psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia sangat penting, karena memahami karakteristik personal atau kepribadian karyawan generasi Z serta memiliki dampak berupa terbentuknya pengertian, timbulnya perasaan senang, terpengaruhinya sikap dan munculnya tindakan yang diharapkan sehingga mampu

meningkatkan efektivitas kerja. Kemudian, hambatan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan generasi Z yang terjadi di PT. IJ Global Solutions Indonesia berasal dari dalam diri karyawan dan lingkungan kerjanya.

Kata Kunci: Psikologi Komunikasi, Motivasi Kerja Karyawan, Generasi Z

Latar Belakang

Pada sekarang ini, komposisi generasi Z telah meningkat dalam dunia kerja seiring berjalannya waktu, yang diimbangi dengan generasi X dan Y dalam dunia tersebut. Generasi tersebut telah berkembang mulai dari *babby boomers*, generasi X (tahun 1961-1980), generasi Y (tahun 1990-1995), dan generasi Z (tahun 1995-2010). Komposisi pembagian kelompok tersebut telah didasarkan pada beberapa hal kesamaan yaitu tahun lahir, tempat tinggal, serta kejadian yang mempengaruhi secara besar kehidupan mereka (Putra et al., 2016). Perbedaan generasi di atas terbentuk karena adanya pemahaman dasar mengenai pengelompokan generasi. Ditambah lagi para pakar telah beropini bahwa pembentukan generasi tersebut disebabkan adanya suatu kejadian yang sangat penting ketimbang dengan tahun lahirnya mereka.

Berdasarkan pemaparan tersebut didapatkan bahwa 2 hal penting yang mempengaruhi pemaparan tersebut yaitu faktor demografi dan sosiologis, dimana faktor sosiologis merupakan faktor yang paling mempengaruhi hal tersebut (Parry & Urwin, 2011). Salah satu perbedaan yang mencolok antara generasi Y dan Z ialah adanya keahlian dalam penggunaan *gadget* di usia muda dan penggunaan media sosial yang lebih tinggi dalam kegiatan berkomunikasi satu sama lain. Sehingga terdapat beberapa istilah dalam menyebut generasi ini, yaitu Generasi C (*Connected, Communicated, Community-oriented, and Clicking*), iGeneration, Generasi net, dan Generasi Internet (Wijoyo, 2017).

Kendati demikian, generasi Z mudah mengalami demotivasi atau runtuhnya keinginan untuk semangat, dan rendahnya gairah dalam dunia kerja dibandingkan generasi X dan Y. Oleh karena itu, tidak sedikit perusahaan yang mengeluhkan betapa mudahnya karyawan dari generasi Z untuk *resign*. Ada tiga prioritas yang dilihat oleh generasi Z di tempatnya bekerja, yaitu (1) asuransi kesehatan sebesar 70%; (2) gaji yang kompetitif sebesar 63%; dan (3) atasan yang *respect* terhadap mereka, sebanyak 61%. Ini berbeda dengan kecenderungan rata-rata semua generasi.

Lebih lanjut, perbedaan dalam generasi di ruang lingkup kerja merupakan salah satu hal yang berpotensi menjadi permasalahan terutama karena adanya *gap* di lingkungan tersebut. Hal tersebut selaras dengan beberapa penelitian bahwa generasi yang paling muda tidak dapat melakukan sosialisasi dengan baik karena adanya jarak antara generasi paling tua dengan generasi paling muda (Mannheim, 1952). Adanya *gap* tersebut secara tidak langsung akan berimplikasi pada ketidakharmonisan dan penurunan kinerja dari karyawan.

PT. IJ Global Solutions Indonesia ialah salah satu perusahaan yang berspesialisasi dalam bidang IT Konsultan, perusahaan tempat di mana peneliti bekerja. PT. IJ Global Solutions Indonesia memiliki 52 karyawan secara keseluruhan, database karyawan per Desember 2021 tercatat sebanyak 23 karyawan adalah generasi Z. Berdasarkan pengamatan peneliti, generasi Z menyukai hal yang instan, individualis, kurang bersosialisasi, dan malas dengan aturan. Peneliti memandang fenomena ini perlu diteliti

karena jika mereka kesulitan beradaptasi, mereka akan terdemotivasi dan kurang bergairah dalam bekerja. Mereka perlu diarahkan, didengar, dan mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari para mentor dan atasan sehingga kualitas hubungan yang baik dapat dibangun. Dengan demikian, karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia akan lebih termotivasi dalam bekerja. Selain itu, psikologi komunikasi merupakan salah satu ilmu yang memiliki pendalaman dari aspek psikologi. Melalui peranan psikologi komunikasi inilah yang ingin dilakukan peneliti untuk mengubah sikap karyawan yang mengalami demotivasi dalam bekerja sehingga peneliti dapat memahami motivasi kerja terhadap karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Dengan demikian penelitian ini hadir untuk mengetahui peran psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia, dan mengetahui hambatan motivasi kerja pada karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia. Selanjutnya, penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat menjadi salah satu bahan masukan dalam melengkapi keputusan dalam kajian di bidang humas, serta menjadi salah satu sumber informasi bagi pihak terkait. Ditambah lagi, penelitian ini juga dapat menjadi salah satu perbaikan dan perubahan dalam menambah wawasan dan informasi organisasi, khususnya PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Tinjauan Pustaka Landasan Teoretis

Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori ini merupakan salah satu teori yang menjelaskan latar belakang perilaku yang dilakukan oleh seseorang (Darwati, 2015). Untuk bidang psikologi komunikasi, istilah atribusi berkaitan dengan proses dalam melihat pola perilaku

di sisi motif, maksud dan karakteristik orang tersebut (Baron & Bryne, 1979). Penelitian ini menggunakan teori atribusi untuk mengetahui penyebab pola perilaku kerja karyawan generasi Z sehingga peneliti dapat menyimpulkan motif dan maksud dengan melihat pola perilaku pada kinerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Teori Harapan (*Expectancy Theory*)

Pendekatan teori ini menyampaikan bagaimana orang itu termotivasi. Setiap manusia akan terdorong dalam melakukan berbagai hal demi mencapai tujuannya yang dianggapnya berharga (Koonz, 1989). Teori tersebut digunakan peneliti untuk mengidentifikasi kebutuhan atau hasil yang diharapkan oleh karyawan generasi Z yang membuat mereka termotivasi dalam bekerja di PT. IJ Global Solutions Indonesia. Menurut pandangan peneliti, dampak motivasi kerja yang timbul kemungkinan memiliki arti bahwa generasi Z menilai apa yang dilakukannya dapat membantu mereka mencapai kebutuhan atau hasil yang diharapkan.

Teori Motivasi Hygiene

Teori ini memiliki sebutan teori dua faktor yang terfokus pada berbagai sumber motivasi yang memiliki kaitan dengan proses kerja. Ditambah lagi, teori ini dapat menggambarkan bentuk kepuasan dan ketidakpuasan kerja dari faktor yang pastinya telah pasti berbeda, yaitu faktor pemeliharaan atau motivasi (Herzberg, 2005). Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menggunakan teori ini untuk mengetahui faktor-faktor motivasional (faktor pemuas) dan *hygiene* (faktor ketidakpuasan) pada karyawan generasi Z PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Teori Kebutuhan Berprestasi

Teori ini menggambarkan bahwa ketika seseorang memiliki hal yang ia

ingin capai maka akan berimplikasi pada perubahan perilaku yang menuju pada pemenuhan kebutuhan demi mencapai tujuan tersebut. Inti dalam pembahasan ini ialah adanya proses adaptasi dengan lingkungan kelompok demi pemenuhan kebutuhan seseorang. Ditambah lagi adanya proses pembelajaran ini mendorong untuk frekuensi yang diberikan dalam kegiatan ini akan lebih tinggi (Gibson, James L., John M. Ivancevich & Donnelly, 2007).

Landasan Konseptual Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi merupakan suatu ilmu yang menggambarkan, memprediksi, serta mengendalikan suatu kejadian yang berulang (perilaku) dan mental melalui proses komunikasi. Melalui proses psikologi komunikasi tersebut, didapatkan pembelajaran dalam kegiatan komunikasi antar individu melalui berbagai sudut pandang psikologi atau perspektif demi mencapai kegiatan komunikasi yang baik.

Motivasi

Motivasi merupakan salah satu kata yang berakar dari kata *movere* dan memiliki arti dorongan atau kekuatan yang dapat berimplikasi pada Tindakan atau perbuatan. Dimana motivasi tersebut dapat dilihat sebagai bentuk kesuksesan seseorang melalui berbagai aspek kehidupan seseorang, terutama melalui adanya kemauan dan kemampuan yang kuat (Terry, 2008).

Kinerja Karyawan

Kata istilah kinerja merupakan suatu hal yang berkaitan dengan kata *performance*. Dimana berbagai faktor dapat mempengaruhi kinerja karyawan tersebut seperti *skill*, persepsi peranan, dan dorongan dalam diri orang tersebut. Sementara itu, proses penilaian kinerja sendiri salah satu bagian penting untuk

mengidentifikasi kualitas kerja karyawan yang dimiliki perusahaan. Sehingga, tujuan diterapkan penilaian kinerja tersebut ialah dapat melihat keunggulan serta kelemahan dari pekerja dan dapat mendorong karyawan agar dapat lebih baik lagi dari sebelumnya.

Generasi Z

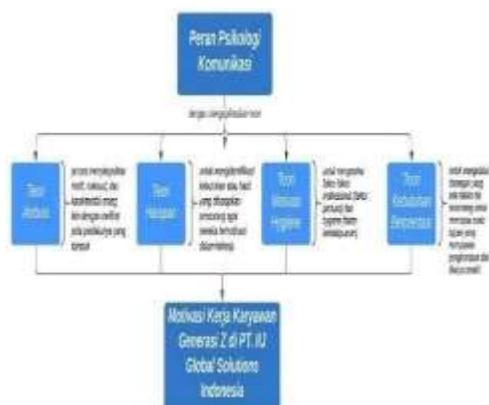
Gen Z merupakan golongan yang memiliki istilah *Gen Tech*, *iGeneration*, *Online Generation*, *Post Millenials*, dan *Switchers* (Anna Dolot, 2018). Penelitian lain menjelaskan bahwa generasi Z merupakan generasi yang beda dari yang lain, memiliki keunggulan khusus, serta bersahabat dengan teknologi (Singh & Dangmei, 2016). Generasi Z pula memiliki mekanisme komunikasi melalui media sosial yang tidak biasa, bersifat individualis, dan sangat berkaitan dengan kehidupan mereka. Tujuan dari karier generasi Z sendiri ialah berusaha meningkatkan dan membangun kelompok agar dapat bekerja secara Bersama yang dinilai lebih efektif, ditambah lagi mereka nyaman dalam kondisi kerja secara formal (kantor) dengan waktu yang lebih fleksibel. Generasi Z pula menginginkan bentuk komentar pada diri mereka dari atasan terkait kinerjanya dan menganggap teknologi sebagai bagian dari hidup mereka (Anna Dolot, 2018).

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan aspek yang menekankan pada bidang organisasi, dengan sistem yang lebih baik serta berkomunikasi untuk mencapai tujuan yang sama (Everett, 2005). (Bonnington et al., 2013) memberikan gambaran bahwa komunikasi organisasi lebih berkaitan dengan hal operasional, dimana memiliki relasi dengan sarana manajemen koordinasi sumber utama dan sumber daya manusia berdasarkan pembagian tugasnya.

Kerangka Pemikiran Peneliti

Berdasarkan uraian dalam kerangka teori maka peneliti merumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Metodologi Penelitian Desain Penelitian

Peneliti menerapkan konsep interpretif dikarenakan penelitian ini berusaha melihat penggambaran mengenai peristiwa sosial atau budaya bergantung pada keadaan yang ada untuk diteliti. Interpretif akhirnya akan melahirkan pendekatan kualitatif. Sementara itu, jenis penelitian termasuk penelitian kualitatif deskriptif, yang menggunakan data dalam bentuk kata-kata dan gambar (Danim, 2002)

Lebih lanjut, metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus karena penelitian yang akan dilakukan ini merupakan suatu gejala yang sedang berlangsung pada saat ini. Pada umumnya, studi kasus berkaitan dengan jawaban penelitian untuk pertanyaan “bagaimana” atau “kenapa” (Yin. Robert K, 2015). Berdasarkan penjelasan di atas, maka metode penelitian studi kasus ini digunakan untuk menjelaskan pertanyaan “how” dalam fokus penelitian. Pertanyaan tersebut sesuai dengan konsentrasi penelitian yang dilakukan peneliti yaitu :

“Bagaimana peranan psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia?”. Menurut (Yin. Robert K, 2015), terdapat 4 tipe desain dalam studi kasus yang digolongkan sebagai berikut:

Tabel 1
Tipe Desain dalam Studi Kasus

	Desain Kasus Tunggal	Desain Multi Kasus
Unit Analisis Tunggal	TIPE 1	TIPE 3
Unit Multi Analisis	TIPE 2	TIPE 4

Dalam penelitian ini, kasus yang akan diteliti menggunakan menggunakan desain tipe 1 yaitu desain kasus tunggal dan unit analisis tunggal. Kasus yang diteliti jumlahnya satu (tunggal) yaitu peran psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja dan unit analisis dalam penelitian ini analisis tunggal yaitu meneliti motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Sumber Data

Menurut (Moleong, 2010), dalam penelitian kualitatif sendiri sumber data yang paling penting ialah bsuatu tindakan dan kata-kata dan tambahan melalui dokumen. Pada penelitian ini, untuk melengkapi data yang dibutuhkan peneliti menggunakan dua sumber dari data yang dimiliki yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah merupakan proses pengambilan melalui wawancara, catatan lapangan, serta pengamatan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan diperoleh dari pihak karyawan generasi Z (dengan rentang tahun kelahiran antara tahun 1995

sampai dengan 2010) PT. IJ Global Solutions Indonesia. Sumber data sekunder sendiri ialah data yang berfungsi sebagai pendukung data primer melalui internet, studi kepustakaan, penelitian sebelumnya, dan buku.

Sumber Data Key Informan dan Informan Key Informan

Dikaitkan dengan penelitian, terdapat beberapa syarat harus dipenuhi, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2
Syarat Key Informan

No.	Syarat Key Informan
1.	Termasuk kategori generasi Z (rentang kelahiran tahun 1995-2010) <i>Sumber: Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016:92)</i>
2.	Telah bekerja di PT. IJ Global Solutions Indonesia minimal 1 tahun

Berdasarkan syarat key informan di atas, maka peneliti menetapkan yang menjadi key informan dalam penelitian ini adalah karyawan-karyawan generasi Z dari *Sales Department* dan *Engineering Department* di PT. IJ Global Solutions Indonesia.

Informan

Informan merupakan pihak yang berfungsi sumber informasi tentang keadaan yang berelasi dengan hal yang sedang diteliti (Moleong, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan informan adalah *Senior Manager* dari *Service Division* PT. IJ Global Solutions Indonesia, *Senior Professional Service* PT. IJ Global Solutions Indonesia, dan Ahli Psikolog dari @temanbincang.id.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan dalam penelitian kualitatif ialah sebuah tindakan, kata-kata, dan tambahan seperti dokumen (Moleong, 2010). Dalam mendapatkan gambaran yang dibutuhkan dalam

mencapai tujuan, maka peneliti mengumpulkan data dengan cara sebagai berikut:

Wawancara Secara Mendalam (*In-depth Interview*)

Prosesnya menggunakan wawancara secara mendalam dengan karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia. Metode tersebut berfungsi agar mendapatkan kesimpulan mengenai motivasi kerja karyawan generasi Z dan apa saja faktor yang membuat mereka terdemotivasi dalam bekerja serta faktor-faktor mereka termotivasi dalam bekerja melalui pendekatan psikologi komunikasi.

Observasi

Sementara menurut (Rakhmat & Saraswati, 2013), observasi termasuk kedalam kegiatan pemilihan, pengubahan, dan pegodean berbagai kegiatan dan keadaan yang berkaitan dengan organisasi sesuai penelitian. Teknik observasi diterapkan guna menggambarkan kondisi karyawan generasi Z PT. IJ Global Solutions Indonesia saat bekerja di kantor dengan tujuan memahami motivasi kerja mereka melalui pendekatan psikologi komunikasi serta mengetahui apa saja faktor penyebab mereka termotivasi dan terdemotivasi dalam bekerja.

Dokumentasi

Sementara sumber data sekunder, peneliti menggunakan dokumentasi dari data perusahaan mengenai daftar nama karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan gambaran di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam mengumpulkan data peneliti memerlukan alat atau instrumen pendukung seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

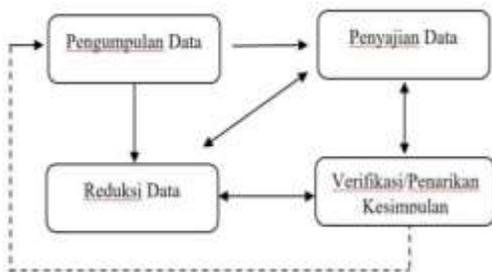
Uji Keabsahan Data

Triangulasi merupakan salah satu Teknik dalam pemeriksaan suatu data guna

memempersiapkan keperluan perbandingan terhadap data yang dimiliki (Moleong, 2010). Sedangkan triangulasi yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu Triangulasi Data (proses perbandingan pengecekan balik bentuk keaslian suatu informasi yang didapatkan melalui instrumen yang berbeda) dan Triangulasi Metode (menggunakan lebih dari satu penelitian demi memperoleh kesimpulan yang sama).

Teknik Analisis Data

Peneliti telah menerapkan Teknik Analisa data deskriptif kualitatif, melalui kegiatan deskripsi data yang didapatkan dari PT. IJ Global Solutions Indonesia guna memperoleh bentuk nyata dari subjek penelitian.



Gambar 2
Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman

Hasil dan Pembahasan

Pada riset ini, peneliti menentukan subjek riset yakni karyawan PT. IJ Global Solutions Indonesia yang telah bekerja minimal 1 tahun sebagai unit analisis yang diteliti. Hal yang berkaitan dengan perusahaan bersumber pada data dan dokumen rahasia perusahaan sebagai bentuk fokus penelitian peneliti.

Psikologi Komunikasi dalam Memahami Motivasi Kerja Generasi Z PT. IJ Global Solutions Indonesia

Dengan pendekatan psikologi komunikasi, peneliti dapat menguraikan

dan menganalisis peristiwa sosial secara psikologis yang terjadi pada karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia sehingga dapat memahami motivasi kerja mereka. Ilmu Psikologi disini digunakan untuk menganalisis aspek-aspek yang tercakup dalam proses komunikasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Peneliti, dampak yang muncul ketika Peneliti menerapkan psikologi komunikasi ialah:

Terbentuknya pengertian

Penerapan psikologi komunikasi akan membuat pengertian terhadap perilaku dan motivasi kerja karyawan generasi Z dan apa yang menjadi harapan mereka. Ungkapan dari informan yakni Secundina Mayasari selaku Ahli Psikolog kepada peneliti melalui wawancara mengatakan bahwa informan berusaha menjadi pendengar yang baik agar memahami apa yang menjadi motivasi mereka dalam bekerja. Hal ini dikutip dalam wawancara sebagai berikut:

“...Generasi Z adalah profesional ambisius yang mempunyai harapan tinggi untuk perusahaan atau tempat kerja mereka dan berkomitmen untuk karir mereka. Mereka ingin perusahaan tumbuh serta mempunyai sistem di mana mereka dapat menuntut proses pembinaan yang jelas dari atasan mereka”

Timbulnya perasaan senang

Peran psikologi komunikasi dalam berkomunikasi dengan karyawan generasi Z dapat menimbulkan perasaan senang karena generasi Z sangat sadar terhadap kesehatan mentalnya untuk menjaga dinamika kerja mereka sehingga mereka merasa diperhatikan apa yang mereka alami serta efek lanjutan yang muncul juga cenderung positif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh key informan, Karin

Farinella dari *Professional Service Division* sebagai berikut:

"...Merangkul terus komunikasinya tuh kayak gak pernah ngemojokin atau negornya tuh pasti secara halus dan di belakang semua orang, cuma personal gitu. Jadi vibesnya enak disini, behaviour orang-orangnya juga sangat berpengaruh menurut saya. Nggak ada yang toxic gitu loh, ngga ada yang toxic menurut saya di sini"

Terpengaruhinya Sikap

Peran psikologi komunikasi yang dilakukan dapat menghasilkan komunikasi yang menarik yang dapat mempengaruhi pemikiran, persepsi, sikap, dan perilaku mereka karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia untuk meningkatkan motivasi kerja mereka sesuai dengan persepsi dari Dhania dari *Sales Division* selaku key informan dalam pernyataan wawancaranya sebagai berikut:

"perusahaan ini memang bukan perusahaan besar, tapi gue yakin bisa berkembang lebih besar lagi, melihat peluang usahanya tinggi disini. Apalagi IJ ini induk perusahaannya dari Jepang yang sudah dikenal kan, jadi ya gue merasa senang bisa bekerja disini."

Selanjutnya, terpengaruhinya pemikiran dan perilaku kerja juga dirasakan oleh Karin dalam ungkapannya sebagai berikut:

"ya saya ngerasa beruntung kerja di IJ ini sebagai karir pertama saya... Jadi ya saya menilai dengan bekerja disini itu saya memiliki kesempatan lebih besar untuk meniti karir lebih baik, untuk itu setiap bekerja saya selalu menekankan pada diri sendiri untuk bekerja dengan maksimal dan memberikan performa terbaik saya."

Munculnya Tindakan Yang Diharapkan

Peranan psikologi komunikasi pada akhirnya juga bisa membuat karyawan generasi Z melaksanakan apa yang dianggap sesuai oleh perusahaan dan perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi motivasi kerja mereka sebagaimana yang diungkapkan oleh Norman selaku *Senior Manager* dari *Service Division* sebagai berikut:

"perusahaan tentu memberikan dukungan untuk karyawannya, salah satunya yang terlihat ya dari sarana dan prasarana yang diberikan itu lengkap, perusahaan juga memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi untuk membantu kinerja karyawan lebih efisien."

Di lain sisi, atasan juga memberikan izin apabila mereka membutuhkan waktu cuti untuk sekedar rehat sejenak dari pekerjaan dan atasan siap membantu pekerjaannya selama karyawan mengajukan cuti guna mendukung mereka untuk kembali termotivasi dalam bekerja seperti yang dinyatakan oleh Ladisa Octavia selaku *Senior Professional Service* sebagai berikut:

"Aku termasuk orang yang bisa siap back up, santai aja asalkan tau atau misalnya dia kayak tipe yang apa-apa lapor, apa-apa lapor...Iya gue butuh jaminan. Gak bisa kan kalo ngeback up doang tapi gak ada perubahan (menjadi termotivasi kembali). Ya stres kerja wajar ya, tapi ya udah stresnya bareng-bareng. Harapannya ya bakalan kayak gitu ya, setelah aku kasih izin waktu misal untuk cuti atau izin pulang cepet, aku mengharapakan lo bakal semangat lagi, begitu sih."

Penerapan psikologi komunikasi secara tepat dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z akan mampu meningkatkan efektivitas kerja.

Berdasarkan hasil wawancara, Peneliti dapat memahami apa yang menjadi motivasi mereka dalam bekerja. Motivasi dalam bekerja merupakan serangkaian faktor yang saling berafiliasi satu sama lain.

Peneliti menggunakan teori atribusi oleh Fritz Heider adalah untuk memahami penyebab dibalik perilaku kerja karyawan. Pada psikologi komunikatif, sebutan atribusi mengacu pada tahap penyimpulan motif, niat, serta karakter seseorang dengan memeriksa pola perilaku yang tampak (Harjowiryo, 2019). Teori atribusi kaitannya dalam penelitian ini bahwa motivasi karyawan generasi Z dalam perilaku bekerjanya dipengaruhi oleh faktor internal serta eksternal, yang mana faktor internal dari individu mencakup kesadaran serta karakteristik sedangkan eksternal dari lingkungan dan tekanan situasi yang mempengaruhi individu. Dalam hal ini melalui atribusi Peneliti ingin mengetahui motif, tujuan dan karakteristik karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia yang menjadi dorongan dalam diri mereka untuk bekerja, dengan melihat perilaku atau sikap bekerja mereka yang tampak selama berada di lingkungan kerja.

Selama bekerja, sejumlah karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia menunjukkan semangat dan antusiasmenya dalam bekerja, terlihat dari kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan cepat terhadap pekerjaannya yang berbeda dengan latar pendidikan untuk mendapatkan pengalaman lebih. Hal tersebut dibuktikan dari hasil wawancara pada salah dua karyawan berusia generasi Z yaitu Ladisa Octavia selaku *Senior Professional Service*, Karin Farinella selaku *Professional Service Specialist* PT. IJ Global Solution Indonesia, dan Dhanisa selaku *Sales Specialist*. Tingkat antusiasme tinggi dari beberapa pekerja generasi Z walaupun terdapat perbedaan latar

belakang pendidikan dan pekerjaan adalah motivasi untuk mendapatkan pengalaman lebih.

Walaupun memiliki motivasi tinggi, para pekerja tersebut tetap sempat mengalami demotivasi. Demotivasi yang dialami diakibatkan karena sering mendapat pekerjaan yang diluar tanggung jawabnya. Ketika mendapat pekerjaan yang diluar tanggung jawabnya, pekerja menjadi bingung untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan atau mengerjakan sesuai tanggung jawabnya saja. Perasaan dilema terus-menerus terjadi sehingga pekerja merasa *overthinking*.

Di samping mudahnya merasa demotivasi, karyawan PT. IJ Global Solutions Indonesia khususnya generasi Z juga lebih menyukai pekerjaan dengan jam kerja yang fleksibel. Hal ini disampaikan oleh Norman selaku *Senior Manager* dari *Service Division* dimana mereka lebih nyaman untuk mengatur *pace* kerja mereka dalam mengejar *deadline*.

Hambatan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja pada Generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia

Berdasarkan amatan Peneliti dan pernyataan wawancara dengan key informan dan informan, diketahui penyebab hambatan meningkatkan motivasi kerja pada generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia pertama berupa hambatan struktur karena kurangnya sumber daya manusia (SDM). Dalam struktur kerja perusahaan dengan jumlah personil sedikit tersebut, menyebabkan beban kerja yang berlebih dialami oleh karyawan. Kekurangan SDM tersebut disampaikan oleh Karin Farinella selaku *Professional Service Specialist* sebagai berikut:

“...Kemudian tuh IJ masih kurang resourcenya, banyak kekosongan posisi tapi diisi oleh karyawan yang ada yang mana tuh bukan

kapasitasnya. Jadi sih harapannya sih supaya manajemen perusahaan bisa mempertimbangkan hal ini, soalnya kan kalo dipaksa resource (karyawan) yang ada untuk kerjain kerjaan yang bukan di bidangnya malah jadi gak efektif nanti kerjanya, jadi tuh bakal nabung masalah.”

Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari Norman selaku *Senior Manager* dari *Service Division* sebagai berikut:

“...kalau workload bisa dibilang saat ini kebetulan agak kurang bisa terkontrol ya jadi turnovernya jadi agak tinggi. Sebenarnya perusahaan harus udah mulai melihat load, bukan load, jadi harus lihat balance antara task yang ada sama member yang ada. Kalau misalnya tasknya makin banyak, membernya makin dikit kan sulit ya. Pasti deadlinenya banyak, terus overtimenya juga banyak, hal-hal kayak gitu harus diseimbangin sih kira-kira dibikin seimbanglah. Customer makin banyak, service makin banyak yang harus dihandle, (sedangkan) membernya itu secara penambahan member itu gak signifikan...”

Hambatan kedua adalah hambatan yang berasal dari dalam diri karyawan generasi Z itu sendiri berupa hambatan perilaku, seperti perilaku kerja karyawan generasi Z yang didasarkan pada emosi dan kurangnya komunikasi yang terbuka antara karyawan dengan atasan. Hambatan ini didukung dengan pernyataan informan dari Ladisa selaku *Senior Professional Service* sebagai berikut:

“...intinya harapan aku ke mereka, mereka bisa lebih open lagi kalo mereka kenapa-napa yang sekiranya bikin berpengaruh sama kerjaan, ya ngobrol aja biasa santai gitu loh

kalo kayak gitu kan aku jadi tau misal mereka lagi kenapa, jadi dari aku dan manager, kita bisa bantu back up dan ya kasih waktu.”

Karyawan generasi Z yang mudah berpikiran negatif membuat mereka masih sering kali merasakan demotivasi dan dapat mempengaruhi pekerjaan mereka. Pemikiran berlebih dan membuat perilaku karyawan generasi Z lebih impulsif dengan menutup diri dari sekitar ketika melakukan kesalahan dalam pekerjaan, membuat mereka mudah merasakan demotivasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari bagianbagian sebelumnya yaitu rumusan masalah, tujuan penelitian, hingga hasil perolehan data dan pembahasannya, maka bisa diambil kesimpulan berikut:

1. Peranan psikologi komunikasi dalam memahami motivasi kerja karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia sangat penting, karena memahami karakteristik personal atau kepribadian karyawan generasi Z serta memiliki dampak berupa terbentuknya pengertian, timbulnya perasaan senang, terpengaruhinya sikap dan munculnya tindakan yang diharapkan sehingga mampu meningkatkan efektivitas kerja.
2. Hambatan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan generasi Z yang terjadi di PT. IJ Global Solutions Indonesia yaitu berasal dari internal individu karyawan dan lingkungan kerjanya. Hambatan yang eksternal yaitu lingkungan kerja yang dialami karyawan adalah kurangnya SDM yang menyebabkan beban kerja dirasakan karyawan generasi Z menjadi hambatan struktur. Kemudian hambatan perilaku yang berasal dalam diri karyawan adalah perilaku kerja karyawan generasi Z yang didasarkan pada emosi dan kurangnya komunikasi yang terbuka antara karyawan dengan

atasan. Disisi lain adanya generasi gap juga membuat terhambatnya peningkatan motivasi karyawan generasi Z juga dapat terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian hingga kesimpulannya, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan kerja pada karyawan generasi Z di PT. IJ Global Solutions Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi perusahaan untuk menambah SDM agar beban kerja yang dirasakan oleh para karyawan berkurang dan dapat menambah motivasi agar semangat dalam bekerja dan menganggap faktor produksi yang paling krusial bagi perusahaan ialah SDM.
2. Dibangunnya komunikasi antar karyawan dan atasan agar menambah kepercayaan untuk menunjukkan penghargaan kepada karyawan, dan memberikan keseimbangan kerja dan hidup di perusahaan. Dan terjalannya emosi serta terbukanya interaksi antara atasan dan karyawan, sehingga meminimalisir gap pada perusahaan dan mampu menciptakan lingkungan kondusif dan positif pada perusahaan.

Daftar Pustaka

- Anna Dolot. (2018). *The Characteristics of Generation Z*.
- Cilliers, E. J. (2017). the Challenge of Teaching Generation Z. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188–198.
<https://doi.org/10.20319/pijss.2017.31.188198>
- Danim, S. (2002). *Menjadi peneliti kualitatif*.
- Darwati, Y. (2015). *Rev-Universum-Vol-9No1_061*.
- Everett, D. L. (2005). Cultural constraints on grammar and cognition in Pirahã: Another look at the design features of human language. *Current Anthropology*, 46(4), 621–646.
<https://doi.org/10.1086/431525>
- Gibson, James L., John M. Ivancevich, J., & Donnelly, H. (2007). *Organizations; Behavior, Structure, Process*.
- Herzberg. (2005). *The Motivation to Work*.
- Howe N & Strauss W. (2020). *The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve*.
- Kirchmayer, Z., & Fratričová, J. (2018). What motivates generation Z at work? Insights into motivation drivers of business students in Slovakia. *Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018: Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020, April*, 6019–6030.
- Koonz, C. (1989). *The Cultural Experience of the Turin Working Class, trans*.
- Mannheim, K. (1952). *The Problem of a Sociology of Knowledge*.
- Moleong, J. . (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13(1), 79–96.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00285.x>
- Putri, N. W. E. (2019). Peran Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Permasalahan Peserta Didik: Studi Kasus Proses Bimbingan Konseling di SMK Kesehatan Widya Dharma Bali. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 52–67.
<https://doi.org/10.37715/calathu.v1i1.776>
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job Wolrd (Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network, IV*, 21–24.
- Rakhmat, A., & Saraswati, E. (2013). Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Prinsip Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR). *Feb Ub*, 1–13.
- Sendjaja, S. D. (2014). Memahami Teori Komunikasi: Pendekatan, Pengertian, Kerangka Analis, dan Perspektif. *Teori Komunikasi*, 1–49.
<http://repository.ut.ac.id/4413/3/SKO-M4204-M1.pdf>

- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: the Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, April.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Terry, G. R. (2008). *Prinsipprinsip manajemen*.
- Yin. Robert K. (2015). *Studi Kasus Desain & Metode*.