

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terbentuknya SDM yang berkualitas bagi perusahaan dapat melalui banyak tahapan seperti pendekatan terhadap karyawan, terciptanya lingkungan kerja yang sehat, serta sikap kepedulian terhadap karyawan. Namun, fenomena perusahaan tidak memedulikan karyawan – karyawan khususnya peserta magang semakin mudah dijumpai. Salah satu kasus eksploitasi peserta magang yang gencar diperbincangkan diberbagai media, yaitu kasus eksploitasi peserta magang di Campuspedia. Campuspedia adalah *start up* media online asal Surabaya yang diminati pelajar dan mahasiswa karena memberikan berbagai informasi seputar kampus, beasiswa, beasiswa, beasiswa, dan masih banyak lagi.

Gambar 1.1

Berita Eksploitasi Peserta Magang di Campuspedia



Sumber: (CNN Indonesia, 2021)

Dalam kegiatan magang di Campuspedia, biasanya atasan memberikan tugas dan menentukan target performa harus sempurna,

bahkan beban kerjanya sama dengan pegawai *full time*. Peserta magang hanya digaji sebesar Rp.100.000,00 dalam sebulan. Bahkan upah tersebut masih dapat dikurangi sesuai dengan kinerja dari anak magang. Kemudian apabila peserta magang mengajukan *resign* harus membayar denda sebesar Rp.500.000,00 (CNN Indonesia, 2021).

Tidak hanya mengenai permasalahan mengenai gaji, namun di Campuspedia juga menuntut salah satu peserta magangnya untuk memata – matai perusahaan kompetitor (Detik.com, 2021), salah satu peserta magang merasa bahwa pimpinannya memiliki gaya komunikasi yang otoriter dimana pimpinannya secara sewenang – wenang memberikan tugas yang tidak sesuai dengan *passion* atau kemampuannya. Bahkan, salah satu peserta magang pernah diminta pimpinannya menyamar sebagai pihak kampus tempatnya berkuliah. Lalu berpura-pura menjadi klien perusahaan kompetitor agar mendapatkan *pricelist*, sistem kerja, atau yang lain. Dengan adanya gaya komunikasi semena – mena yang dimiliki oleh pemimpinnya ini tentunya membuat peserta magang merasa tidak memiliki lingkungan kerja yang nyaman di Campuspedia karena peserta magang yang terpaksa dalam melakukan pekerjaannya karena tidak dapat menolak perintah dari atasannya.

Selain kasus Campuspedia, terdapat kasus lain yang juga sempat menjadi topik hangat mengenai eksploitasi peserta magang yaitu kasus dari Ruangguru. Beberapa peserta magang merasakan beban tugas yang diberikan tidak sebanding dengan apa yang mereka terima. Ruangguru dinilai sengaja menggunakan peserta magang karena dapat memberikan upah yang terbilang rendah. Kondisi yang dilihat ini sangat berbanding terbalik dengan gencarnya Ruangguru dalam melakukan promosi.

Gambar 1.2

Berita Eksploitasi Peserta Magang di Ruangguru



Sumber: (Tribunnews, 2021)

Eksploitasi peserta magang di Indonesia ini bukanlah hal yang baru. Bahkan, hal ini sempat mendapat perhatian khusus dari Presiden Joko Widodo (Ihsanuddin, 2016). Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa ia meminta perusahaan untuk mempekerjakan peserta magang dengan sebaik - baiknya dan sesuai dengan kompetensinya karena hal itu akan sangat berguna bagi peserta magang saat selesai magang di perusahaan.

Gambar 1.3

Berita Jokowi Minta Peserta Magang Dipekerjakan Sesuai Kompetensinya



Sumber: (Kompas.com, 2016)

Banyak sekali perusahaan yang masih mempekerjakan peserta magang dengan tidak sesuai. Contohnya saja peserta magang ketika di kantor hanya disuruh membuat kopi, memfotokopi dokumen, membelikan makanan untuk karyawan lain, dan lain - lain. Hal itu tentu sangat tidak sesuai dengan kompetensi peserta magang itu sendiri karena tujuan magang adalah mendapatkan ilmu untuk mempersiapkan diri memasuki lingkungan kerja. Seharusnya, perusahaan turut membantu dan membimbing para peserta magang untuk benar benar paham akan kompetensinya masing masing. Padahal untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas diperlukan adanya lingkungan kerja yang membuat para karyawannya merasa nyaman. Lingkungan kerja yang nyaman ini dapat diciptakan dengan membangun komunikasi yang baik antar perusahaan, karyawan, dan peserta magang. Komunikasi yang terjadi dalam suatu perusahaan berdampak pada gaya komunikasi yang akan diterapkan oleh para karyawan kepada peserta magang. Gaya komunikasi yang diterapkan akan menentukan efektif atau tidaknya komunikasi yang terjadi dalam suatu perusahaan. Komunikasi yang terjalin dengan efektif inilah yang nantinya akan menghadirkan lingkungan kerja yang aman sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja para peserta magang.

Untuk mengatasi masalah tersebut, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tengah gencar menjalankan program “Merdeka Belajar Kampus Merdeka” dimana didalamnya terdapat berbagai macam kegiatan untuk meningkatkan *skill* para mahasiswa, salah satunya adalah program Magang Merdeka dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB). Program Magang Merdeka dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) ini adalah program yang dibuat oleh pemerintah yang bekerja sama dengan ratusan mitra untuk membantu para mahasiswa semester 5 dan 7 untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Program ini memiliki waktu periode mulai dari 1 – 2 semester tergantung kebijakan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang menjadi mitra kegiatan Magang Merdeka dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) adalah PT Telkom Indonesia Tbk. Telkom Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang teknologi informasi dan komunikasi Indonesia. Pada tahun 2012, Telkom Indonesia meluncurkan *Telkom Corporate University Center* atau yang lebih dikenal dengan Telkom CorpU. Telkom CorpU ini diciptakan guna membantu proses ekspansi global yang sedang dilakukan oleh Telkom selama beberapa tahun kebelakang (Mutaqqin, 2018). Berdasarkan kondisi tersebutlah Telkom membuat Telkom CorpU yang merupakan sebuah tempat yang dikelola khusus untuk pengembangan SDM yang nantinya akan membantu Telkom untuk mencapai visi dan misinya yaitu *center of excellent*.

Pada kegiatan Magang Merdeka dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) ini, mahasiswa yang magang di Telkom CorpU terikat kontrak selama kurang lebih 6 bulan. Dalam proses magang ini, karyawan Telkom disebut dengan mentor akan turut membantu mahasiswa atau "*mentee*" dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hubungan yang *intens* antara mentor dan *mentee* dalam program MSIB ini memerlukan komunikasi yang baik antara kedua belah pihak. Baik atau tidaknya gaya komunikasi yang digunakan mentor untuk memberikan pengetahuan atau menyampaikan informasi kepada *mentee* tentunya akan memengaruhi cara kerja *mentee* dan akan menambah motivasi kerja *mentee* sebagai peserta magang.

Salah satu teori komunikasi dalam perusahaan, perkantoran, maupun organisasi menurut Kohler (Anton Prasetyo, 2016), mengatakan bahwa komunikasi itu sendiri merupakan salah satu cara untuk melakukan koordinasi pada suatu perusahaan demi mendapatkan suatu tujuan dari perusahaan itu sendiri. Menurut Kohler (Heruatmadja, 2020), terdapat dua model komunikasi yang digunakan dalam rangka meningkatkan kinerja karyawan dalam suatu perusahaan yaitu komunikasi koordinatif dan

komunikasi interaktif. Komunikasi koordinatif merupakan salah satu cara perusahaan melakukan proses komunikasi yang bertujuan untuk menyatukan bagian - bagian perusahaan. Sedangkan komunikasi interaktif merupakan suatu proses pertukaran informasi dalam suatu perusahaan yang terjadi secara terus menerus atau berkesinambungan seperti bertukar pikiran, berkeluh kesah, bertukar pendapat yang digunakan sebagai bentuk penyesuaian bagian bagian yang ada diperusahaan.

Peneliti tertarik memilih topik penelitian ini karena peneliti merasa bahwa hubungan antara karyawan dan peserta Magang Merdeka ini terjalin sangat baik dan erat terutama pada *chapter copywriting & research* (POM CR-1). Walaupun magang dilakukan secara *Work From Home*, namun dengan komunikasi yang baik hal itu tentunya tidak memengaruhi semangat para *mentee* (peserta Magang Merdeka) untuk tetap belajar dan berdiskusi bersama mentor (karywan Telkom CorpU). Bahkan ada suatu kondisi dimana mentor selalu menerima keluh kesah *mentee* dalam menjalankan pekerjaan. Dalam satu minggu, setidaknya ada dua kali diskusi ataupun hanya sekedar *sharing* melalui *zoom* dengan mentor.

Pada sesi *sharing* ini, *mentee* akan menceritakan keluh kesah atau apa saja yang tengah dilakukan selama kurang lebih seminggu kebelakang. Mentor pun akan dengan seksama mendengarkan dan memberikan masukan terhadap apa yang telah disampaikan *mentee*, sehingga hal itu tentunya akan menimbulkan hubungan komunikasi yang baik antara mentor dan *mentee*.

Gambar 1.4

Kegiatan *Sharing* Mingguan antara Mentor dan *Mentee*



Sumber: (Riesta Rinanda Abidin A. H., 2021)

Dalam hal tersebutlah, peneliti mengangkat permasalahan mengenai gaya komunikasi seperti apa yang diterapkan oleh karyawan sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja peserta magang di Telkom CorpU. Penelitian ini merupakan penelitian yang penting untuk dilakukan karena dapat digunakan sebagai bentuk acuan perusahaan atau karyawan lain bagaimana cara berkomunikasi yang baik antar karyawan dengan peserta magang agar dapat menimbulkan lingkungan kerja yang sehat dan pastinya akan meningkatkan motivasi kerja entah itu pada karyawan maupun peserta magang.

Penelitian ini fokus terhadap lingkup kecil di kegiatan Magang Merdeka yaitu pada *chapter* POM 1 *Copywriting & Research* yang didalamnya terdapat enam orang *mentee* (termasuk peneliti) dan dua orang mentor. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dan menggunakan metode studi kasus.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini memiliki rumusan masalah “Bagaimana gaya komunikasi mentor dalam meningkatkan motivasi kerja peserta magang di Telkom CorpU?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi seperti apa yang digunakan oleh karyawan untuk meningkatkan motivasi kerja peserta magang di Telkom CorpU.

D. Manfaat Penelitian

D.1 Manfaat Akademis

Pada penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini mampu membantu para pembaca penelitian ini atau peneliti selanjutnya yang akan meneliti masalah yang sama agar penelitian ini bisa menjadi referensi dan agar penelitian selanjutnya bisa lebih baik lagi. Selain itu, diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan pemahaman bahwa gaya komunikasi antar karyawan yang ada di dalam suatu perusahaan merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan.

D.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti sangat berharap penelitian ini dapat berguna sebagai sarana dalam mewujudkan sebuah komunikasi yang baik antara karyawan dan peserta magang di perusahaan agar dapat terbentuknya lingkungan kerja yang sehat sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dan peserta magang.

E. Kerangka Teori

E.1 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan suatu bentuk penyampaian dan penerimaan pesan antar anggota dalam sebuah organisasi. Komunikasi organisasi dapat terjadi kapanpun saat seseorang berada dalam sebuah organisasi. Menurut Gold Halber (Abdul Syukur, 2019), mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan sebuah proses pengiriman dan penyampaian sebuah pesan yang memiliki hubungan timbal balik untuk mengatasi lingkungan sosial yang selalu berubah. Dalam pokok pemikiran Gold Heber (Harahap, 2020), terdapat tujuh konsep kunci dalam komunikasi organisasi, yaitu:

1. Proses

Sebuah organisasi terbentuk dikarenakan adanya sebuah kelompok yang didalamnya terdapat proses penyampaian dan pertukaran pesan yang dilakukan secara dinamis atau terus menerus. Dengan proses pertukaran pesan yang dilakukan secara terus menerus itulah maka dikatakan sebuah proses.

2. Pesan

Dalam sebuah komunikasi organisasi didalamnya berisi mengenai segala aspek yang berhubungan dengan pertukaran pesan dalam suatu organisasi. Pesan disini memiliki pengertian yaitu suatu rangkaian dari sebuah simbol baik itu berupa objek, fenomena, manusia, dan lain lain yang muncul karena adanya sebuah proses interaksi oleh seseorang. Pesan ini biasanya dapat berbentuk verbal atau non-verbal.

3. Jaringan

Didalam organisasi berisi sekelompok orang yang memiliki peran masing masing dalam sebuah organisasi. Proses penyampaian dan pertukaran pesan dalam sebuah organisasi ini terjadi dalam suatu

komponen yang dapat disebut sebagai jaringan komunikasi. Jaringan komunikasi ini dapat mencakup dua orang, tiga orang, hingga seluruh anggota dalam sebuah organisasi.

4. Keadaan saling tergantung

Keadaan yang saling tergantung antara bagian yang satu dengan bagian yang lain ini merupakan sifat dari suatu organisasi yaitu suatu sistem terbuka. Hal ini membuat apabila dalam suatu organisasi terdapat suatu bagian yang mengalami gangguan, maka hal itu tentunya akan berpengaruh terhadap bagian yang lain dan akan turut memberikan dampak terganggunya seluruh sistem organisasi. Maka dari itu, keterlibatan seorang pemimpin dalam proses penyampaian pesan dalam suatu organisasi harus memperhitungkan mengenai makna dari suatu pesan yang akan disampaikan kepada seluruh anggota organisasi supaya memiliki kesamaan pemikiran.

5. Hubungan

Dalam suatu hubungan organisasi akan dipengaruhi oleh bentuk sikap, *skill*, dan moral dari tiap tiap anggotanya. Hubungan dalam sebuah organisasi biasanya dimulai dari hubungan yang sederhana terlebih dahulu seperti hubungan antar dua orang. Kemudian, barulah memasuki fase hubungan yang lebih kompleks, seperti hubungan dalam kelompok kecil dan kelompok besar dalam sebuah organisasi.

6. Lingkungan

Lingkungan dalam suatu organisasi merupakan sebuah aspek yang akan diperhitungkan dalam penarikan dan pembuatan keputusan dalam sebuah sistem organisasi. Lingkungan organisasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal dalam suatu organisasi biasanya meliputi karyawan, staff, dan komponen – komponen dalam organisasi seperti tujuan, produk dan sebagainya.

Kemudian, lingkungan eksternal dari suatu organisasi biasanya meliputi konsumen dan kompetitor.

7. Ketidakpastian

Ketidakpastian yang dimaksud merupakan suatu kejadian dimana informasi yang diterima berbeda dengan informasi yang ada sebenarnya. Ketidakpastian ini biasanya terjadi karena terlalu sedikit informasi yang didapatkan sehingga terjadi ketidakpastian dalam penyampaian sebuah informasi dalam suatu organisasi.

Berjalannya suatu komunikasi organisasi yang efektif pada karyawan di suatu perusahaan seringkali didasari dengan budaya organisasi yang dianut oleh setiap karyawannya. Perusahaan sebagai organisasi pasti memiliki suatu budaya yang dianut atau diterapkan pada seluruh karyawannya. Budaya organisasi atau budaya kerja merupakan sebuah sistem atau paham yang diyakini oleh seluruh anggota organisasi tersebut yang membuat organisasi itu berbeda dari organisasi lain. Menurut Busro (Busro, 2018), mengatakan bahwa budaya yang kuat dalam suatu organisasi atau perusahaan akan menimbulkan dampak positif bagi para anggotanya. Biasanya, budaya yang diterapkan oleh pimpinan perusahaan akan berpengaruh terhadap sikap atau perilaku para bawahan atau karyawan baik didalam organisasi ataupun diluar organisasi tersebut. Secara singkatnya, budaya organisasi merupakan suatu kegiatan atau kebiasaan yang dilakukan secara berkali kali oleh karyawan atau anggota organisasi itu sendiri.

Edgar H. Schein (Nafis, 2020) mendefinisikan budaya organisasi mengarah pada sebuah skema atau sistem yang diikuti oleh seluruh anggota organisasi tersebut. Budaya organisasi merupakan sebuah unsur atau nilai nilai kolektif yang dianut oleh orang yang ada di dalam suatu organisasi. Unsur-unsur itu dapat berupa pengetahuan, perilaku, kebiasaan, nilai, hukum, seni, dan lain lain. Berdasarkan dari beberapa pendapat para

ahli, budaya organisasi merupakan suatu budaya yang akan terus menerus berlangsung pada karyawan atau anggota organisasi itu sendiri. Budaya tersebutlah yang nantinya akan menimbulkan dampak positif interaksi pada karyawan karena telah berada dalam satu pemahaman yang sama. Budaya organisasi ini juga nantinya akan memengaruhi gaya komunikasi yang diterapkan oleh seluruh elemen perusahaan seperti gaya komunikasi pimpinan terhadap karyawan, atau bahkan gaya komunikasi yang diterapkan karyawan terhadap peserta magang dalam suatu perusahaan.

E.2 Teori Penetrasi Sosial

Sikap yang terjadi pada setiap individu di suatu perusahaan akan bergantung terhadap gaya komunikasi seperti apa yang terjadi antar karyawan pada suatu perusahaan. Menurut Kaswan (Alias, 2018), mengatakan bahwa sikap kerja akan memengaruhi kinerja karyawan sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja. Menurut Kaswan sendiri, sikap kerja adalah suatu pemikiran atau perasaan seseorang mengenai suatu perilaku yang dilakukan saat melakukan pekerjaan. Sikap ini dinilai penting dalam pekerjaan karena hal tersebut dapat membantu individu untuk beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan kerjanya.

Dalam hubungan manusia, terdapat salah satu teori yang menggambarkan mengenai kedekatan antar individu, yaitu teori penetrasi sosial. Teori penetrasi sosial dikembangkan oleh Richard West dan Lynn H. Turner. Menurut West dan Turner (Elvi Junianti, 2018), mengatakan bahwa teori penetrasi sosial merupakan sebuah teori yang didalamnya berisi mengenai sebuah pola berkembangnya hubungan. Proses kedekatan hubungan interpersonal yang terjadi secara bertahap dan dinamis dari perkenalan menjadi hubungan yang lebih dekat atau intim. Sebuah keintiman yang bertahan lama ini biasanya membutuhkan kepekaan dan kesiapan mengenai keterbukaan diri. West dan Turner juga mengatakan bahwa teori penetrasi sosial ini memiliki empat tahapan proses terdapat empat tahapan proses penetrasi sosial yaitu orientasi (membuka sedikit

demis sedikit informasi diri terhadap lawan bicara), pertukaran penajakan afektif (mulai munculnya kepribadian seseorang di depan lawan bicara), pertukaran afektif (kondisi dimana proses interaksi lebih mendalam dan santai), dan pertukaran stabil (komunikasi yang terjadi menjadi lebih efisien karena menghasilkan keterbukaan yang total dan spontanitas bagi lawan bicaranya) (Dzakirah, 2021). Dari pokok pikiran tersebut, teori penetrasi sosial ini memiliki artian bahwa semakin lama atau semakin sering interaksi yang terjadi para seseorang dengan partnernya, maka akan semakin banyak juga informasi yang didapatkan. Dari hal tersebut, maka akan semakin akrab pula hubungan yang terjadi dalam suatu pekerjaan.

Teori penetrasi sosial ini sering digambarkan sebagai teori bawang. Maksud dari analogi bawang ini adalah karena pada setiap lapisannya dapat menggambarkan kepribadian seseorang. Lapisan ini juga menggambarkan tingkatan keintiman hubungan antar individu. Lapisan luar bisa dilihat oleh orang banyak dimana informasi yang didapatkan adalah informasi yang memang untuk publik atau umum. Sedangkan semakin kedalam maka semakin intim atau semakin personal lagi informasi yang didapatkan, hal ini akan menyatakan bahwa hubungan yang terjalin antar individu tersebut lebih intim sehingga dapat melihat karakter asli dari seseorang (Safitri, 2021). Pada Telkom CorpU, proses interaksi yang terjadi menggunakan proses penetrasi sosial dimana pada awalnya mentor dan *mentee* sama sama tidak mengenal satu sama lain, kemudian hubungannya berubah menjadi intim dikarenakan interaksi yang terjadi secara terus menerus dan sesuai dengan budaya organisasi yang ada.

E.3 Motivasi

Sebelum membahas lebih dalam mengenai motivasi kerja, menurut Malayu (Ardian, 2019), motivasi sendiri berasal dari bahasa latin yaitu '*movere*' atau '*move*' yang memiliki pengertian dorongan agar seseorang memiliki gairah untuk bekerja sama secara efektif dan terorganisir untuk

mencapai suatu tujuan. Lalu, untuk motivasi kerja sendiri secara umum memiliki pengertian yaitu suatu alasan yang dimiliki seseorang untuk mendorongnya melakukan suatu pekerjaan dengan perasaan semangat untuk mencapai tujuan dalam pekerjaan tersebut. Menurut Mangkunegara (Harahap, 2019), motivasi dapat juga digambarkan menjadi sebuah proses psikologi yang terjadi pada diri seseorang yang memiliki berbagai macam indikator, yaitu kerja keras, tujuan untuk masa depan, menggapai cita-cita, tujuan menyelesaikan suatu tugas, bentuk upaya untuk melangkah maju, tekun dalam bekerja, membuat hubungan yang baik antar rekan kerja, dan pemanfaatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan.

Menurut Hasibuan (Slamet Riyadi, 2017), motivasi dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Motivasi positif adalah suatu hal yang mengatur atau menggerakkan suatu individu ke arah yang lebih positif. Misalnya, rekan kerja yang memberikan pujian atau masukan yang positif sehingga rekan yang mendapatkan motivasi positif ini menjadi lebih semangat bekerja karena mendapatkan *support* dari rekan kerjanya.
- b. Motivasi negatif adalah suatu hal yang dilakukan oleh rekan kerja ataupun pimpinan yang dampaknya akan menjadikan seseorang menjadi tidak percaya diri. Misalnya, pimpinan memberikan arahan kepada bawahannya dengan cara memotivasi dan memberikan ancaman tersurat dalam proses memotivasi itu. Hal itu akan memberikan semangat hanya dalam jangka pendek karena hanya takut dihukum oleh pimpinan dan akan membuat dampak atau suasana negatif pada seseorang

Pada kegiatan MSIB ini, mentor berperan sebagai seseorang yang mendampingi dan membimbing para peserta magang (*mentee*) selama kegiatan berlangsung. Tak hanya itu, mentor juga memiliki tugas untuk memastikan bahwa para *mentee* tidak mengalami kendala selama magang

dan dapat menyelesaikan tugas serta rangkaian kegiatan selama magang di Telkom CorpU. Untuk mencapai tujuan tersebut, mentor selalu memastikan para *mentee*nya masih bersemangat atau tidak ketika magang berlangsung. Karena, apabila motivasi para peserta magang menurun, hal tersebut akan menghambat tugas – tugas yang diberikan kepada *mentee*. Maka dari itu, setiap minggu diadakan sesi *sharing* antara mentor dan *mentee* untuk monitoring dan memberikan motivasi positif terhadap *mentee* agar tetap semangat menjalani kegiatan MSIB di Telkom CorpU.

F. Kerangka Konsep

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui tentang gaya komunikasi seperti apa yang diterapkan oleh karyawan Telkom (mentor) sehingga dapat meningkatkan motivasi kerja terhadap peserta magang program MSIB (*mentee*) padahal kegiatan hanya dilakukan secara daring atau WFH. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti perlu menganalisis secara mendalam masalah tersebut dengan melakukan wawancara mendalam terhadap narasumber yang ada dalam kegiatan ini yaitu dua mentor dan lima peserta Magang Merdeka yang tergabung dalam *chapter copywriting & research* (POM CR-1).

Setelah melakukan wawancara, peneliti akan mulai menghubungkan hasil dari wawancara terhadap narasumber mengenai gaya komunikasi yang terjadi, kemudian bagaimana terimplementasikannya teori penetrasi sosial pada karyawan dan peserta magang program MSIB. Tahapan teori penetrasi sosial dimulai dari *mentee* yang pada awalnya akan bersikap malu malu atau cenderung takut terhadap karyawan Telkom CorpU (mentor) karena belum mengenal satu sama lain. Kemudian, seiring berjalannya waktu setelah melakukan berbagai macam pendekatan maka membuat hubungan antara mentor dan *mentee* menjadi lebih dekat atau intim. Hal ini tentu akan memengaruhi motivasi kerja para *mentee* menjadi meningkat dikarenakan hubungan yang terjalin dengan baik antara mentor dan *mentee*. Dari kerangka konsep ini, maka peneliti mendapatkan bentuk dari alur pemikiran penelitian ini dalam sebuah bentuk bagan, yaitu:

Bagan 1.1 Kerangka Konsep



Sumber: (Olahan peneliti, 2022)

G. Metodologi Penelitian

G.1 Jenis dan Paradigma Penelitian

Dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif merupakan suatu cara penelitian yang dibuat sangat sistematis yang biasanya digunakan untuk meneliti sebuah objek dengan sebenar - benarnya tanpa ada manipulasi. Menurut Bogdan dan Taylor (Suwendra, 2018), mengatakan bahwa jenis penelitian kualitatif merupakan suatu tata cara penelitian yang nantinya akan menghasilkan data deskriptif yang berupa kata kata atau yang keluar dari lisan para narasumber atau perilaku yang dapat diamati.

Pada penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme. Menurut Peter Berger dan Thomas Luckman (Butsi, 2019), paradigma konstruktivisme ini digambarkan sebagai suatu pendekatan yang dibentuk bukan secara ilmiah atau dengan campur tangan tuhan, namun merupakan suatu konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Pada paradigma konstruktivisme, peneliti menempatkan diri setara dengan subjek penelitian sehingga peneliti dapat menggambarkan apa yang dirasakan oleh subjek dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena memiliki kesamaan sudut pandang yaitu pengetahuan yang dimiliki tidak hanya hasil dari pengalaman saja, namun juga hasil dari konstruksi atau menggambarkan pemahaman yang dimiliki oleh subjek penelitian.

G.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penelitian dengan metode studi kasus ini merupakan suatu kegiatan penelitian ilmiah yang dilakukan secara terperinci entah itu untuk program, fenomena, maupun peristiwa yang terjadi pada seseorang ataupun suatu kelompok. Biasanya studi kasus digunakan untuk melakukan penelitian yang peristiwa atau fenomenanya sedang terjadi saat ini (Luthfiyah, 2017).

Pada penelitian ini peneliti berusaha memahami dan menjelaskan objek yang diteliti. Dalam penelitian yang berjudul “Studi Kasus Gaya Komunikasi Karyawan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Peserta Magang Merdeka di Telkom CorpU” terdapat suatu kasus yang harus dipahami peneliti dengan lebih dalam. Salah satunya adalah mengenai gaya komunikasi seperti apa yang diterapkan oleh mentor kepada *mentee* sehingga *mentee* memiliki motivasi kerja yang terus meningkat selama kegiatan MSIB berlangsung di Telkom CorpU.

G.3 Sumber Data Penelitian

Menurut Wahidmurni (Wahidmurni, 2017), mengatakan bahwa sumber data dalam penelitian kualitatif adalah suatu tindakan berupa persepsi ataupun perkataan tentang segala yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu juga terdapat sumber data tambahan seperti dokumen, dokumentasi foto, dan sebagainya. Untuk memenuhi pengumpulan sumber data, peneliti telah mengumpulkan sumber data menjadi dua yaitu dalam bentuk data primer dan data sekunder.

G.3.1 Sumber Data Primer

Pada penelitian mengenai gaya komunikasi yang ada di Telkom CorpU ini, peneliti menggunakan sumber data primer berupa wawancara dengan informan langsung yaitu karyawan (mentor) dan peserta Magang Merdeka (*mentee*). Informan untuk mentor dan *mentee* ini ditentukan oleh peneliti dengan kriteria yaitu orang – orang yang telah terikat kontrak kerja dengan Telkom CorpU baik karyawan tetap maupun magang minimal 3 bulan atau lebih. Peneliti menentukan informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang, yaitu:

1. Karyawan Telkom CorpU (mentor)

Pada penelitian ini, peneliti memilih informan karyawan Telkom CorpU yang memiliki peran di program Magang Merdeka

& Studi Independen Bersertifikat (MSIB) sebagai seorang mentor yang membimbing para peserta magang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Adapun karyawan Telkom CorpU ini telah berkomitmen menjadi mentor selama kurang lebih 6 bulan. Adapun mentor yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah dua orang yaitu Riesta Rinanda Abidin dan Achmad Hilman Zubaidilah yang berperan sebagai mentor dari *chapter Copywriting & Research* (POM-CR1). Dengan adanya mentor inilah yang nantinya akan menjelaskan mengenai gaya komunikasi seperti apa yang diterapkan oleh karyawan Telkom CorpU.

2. Peserta Magang Merdeka (*mentee*)

Selain mewawancarai dari sudut pandang mentor, peneliti juga mewawancarai lima peserta kegiatan Magang Merdeka (*mentee*) yang tergabung dalam anggota *chapter Copywriting & Research* (POM-CR1). Peneliti mewawancarai peserta magang ini karena mereka merupakan objek dari penerapan gaya komunikasi oleh mentor yang nantinya akan berpengaruh terhadap motivasi kerja saat magang di Telkom CorpU.

Peneliti juga mengamati atau mengobservasi secara langsung mengenai kegiatan Magang Merdeka yang sedang diselenggarakan selama 6 bulan ini. Hal ini guna mengumpulkan dokumen - dokumen pendukung seperti dokumentasi dan sebagainya.

G.3.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang digunakan untuk mendukung kevalidasian data primer. Sumber data sekunder yang didapatkan ini biasanya akan sangat membantu peneliti dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data data penelitian.

Hal ini nantinya akan membuat data data penelitian yang dilakukan oleh peneliti menjadi lebih valid.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa beberapa jurnal yang ada di internet dan juga beberapa buku yang membahas mengenai gaya komunikasi yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam suatu perusahaan.

G.4 Subjek dan Objek Penelitian

G.4.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah seseorang atau informan yang menjadi sumber informasi bagi topik yang sedang diteliti oleh peneliti. Biasanya, seseorang yang menjadi subjek penelitian merupakan orang yang sangat paham mengenai topik yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil subjek penelitian berjumlah tujuh orang, yaitu:

1. Dua mentor atau karyawan Telkom CorpU yang berperan sebagai mentor *Copywriting & Research* (CR 1). Kriteria mentor dalam penelitian ini adalah seorang karyawan Telkom CorpU yang memiliki peran di program Magang Merdeka & Studi Independen Bersertifikat (MSIB) sebagai seorang mentor yang membimbing para peserta magang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Adapun karyawan Telkom CorpU ini telah berkomitmen menjadi mentor selama kurang lebih 6 bulan.
2. Lima peserta Magang Merdeka yang berperan sebagai "mentee" (anggota CR 1). Kriteria *mentee* dalam penelitian ini adalah seseorang yang mengikuti kegiatan Magang Merdeka & Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di Telkom CorpU yang memiliki komitmen magang selama 6 bulan dan dibimbing oleh seorang mentor.

G.4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah salah satu hal yang paling penting di dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sebuah isu atau sasaran yang akan digunakan sebagai fokus penelitian melalui sebuah riset. Adapun objek penelitian ini adalah gaya komunikasi seperti apa yang terjadi antara karyawan Telkom CorpU (mentor) dengan peserta Magang Merdeka (*mentee*) yang dapat meningkatkan motivasi kerja di Telkom CorpU.

G.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017), teknik pengumpulan data adalah suatu langkah dalam penelitian terpenting dimana memiliki tujuan untuk mendapatkan sebuah data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi atau mengumpulkan data dan tinjauan literatur.

1. Teknik Observasi

Observasi merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data mengenai objek yang diteliti dengan cara mengamati. Dengan mengamati, peneliti akan dapat mengumpulkan data data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif dimana peneliti turut andil dan mengambil peran dalam penelitian ini sebagai *mentee* atau partisipan kegiatan Magang Merdeka & Studi Independen Bersertifikat (MSIB dan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan MSIB selama kurun waktu enam bulan di Telkom CorpU.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah sebuah bentuk percakapan dari dua belah pihak yaitu oleh pewawancara terhadap narasumber dengan maksud untuk menggali atau memperoleh sebuah informasi. Penelitian yang menggunakan teknik wawancara ini biasanya bertujuan untuk mengetahui hal-hal dari narasumber yang sifatnya lebih mendalam. Sebelum

melakukan wawancara, peneliti menyusun dan menyiapkan beberapa daftar pertanyaan berbeda yang akan ditanyakan kepada mentor dan *mentee*. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden yang kecil yaitu dengan mewawancarai dua karyawan Telkom CorpU (mentor CR 1) dan juga lima peserta Magang Merdeka yang tergabung dalam bagian *Copywriting & Research* (CR 1).

3. Tinjauan Literatur

Untuk menunjang penelitian, peneliti menggunakan teknik tinjauan literatur. Peneliti membaca buku dan jurnal yang dapat membantu peneliti menemukan data data pendukung yang valid mengenai penelitian gaya komunikasi karyawan di Telkom CorpU .

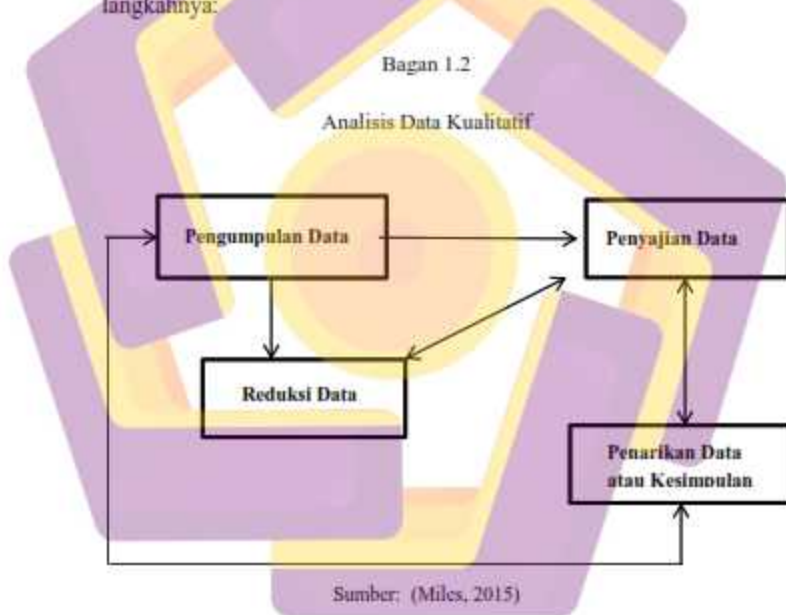
Untuk alur atau tahapan teknik pengumpulan data yg akan dilakukan, pertama tama peneliti memulai observasi pada seluruh rangkaian kegiatan Magang Merdeka & Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di Telkom CorpU. Peneliti menggunakan observasi partisipatif karena peneliti juga merupakan peserta dari program Magang Merdeka & Studi Independen Bersertifikat (MSIB). Kemudian, peneliti mulai mewawancarai para informan yaitu mentor dan *mentee*. Setelah itu, untuk menunjang data data menjadi lebih valid, peneliti menambahkan tinjauan literatur dengan membaca jurnal jurnal maupun buku yang berkaitan dengan penelitian.

G.6 Teknik Anallsis Data

Teknik analisis data merupakan metode dalam penelitian dimana peneliti memproses data data yang telah dikumpulkan sebelumnya menjadi sebuah informasi untuk disajikan kepada pembaca pada nantinya. Analisis data ini juga sangat diperlukan guna mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini memiliki tujuan tersendiri yaitu menggambarkan secara terstruktur mengenai fakta fakta yang ada dalam proses penelitian secara

faktual dan akurat. Data diperoleh dari berbagai proses pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan kajian literatur yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Kemudian, setelah data - data yang dibutuhkan terkumpul, peneliti mulai menganalisa data - data tersebut mulai dari membaca, mempelajari, dan lain lain sesuai dengan Teknik Analisa data menurut Miles dan Huberman.

Menurut Miles dan Huberman (Miles, 2015), aktivitas dalam analisis data kualitatif meliputi beberapa hal yaitu reduksi data, menyajikan data, dan verifikasi/kesimpulan. Berikut ini adalah langkah-langkahnya:



Pada tahapan pengumpulan data yang ada di lapangan (Telkom CorpU), peneliti mengumpulkan data data berupa data secara lisan (wawancara) oleh mentor dan *mentee*, tindakan atau tingkah laku, serta menambahkan beberapa dokumen pendukung seperti kumpulan jurnal dengan topik yang sama, dan juga bukti dokumentasi selama ada di lapangan. Kemudian, masuk ke tahapan reduksi data. Pada tahap ini,

peneliti mulai memilah atau meringkas data yang didapatkan pada saat pengumpulan data. Data diolah menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami. Setelah itu, peneliti masuk ke tahap penyajian data. Pada tahap ini, data dari hasil reduksi tadi disusun kembali menjadi sebuah teks atau naratif baik berupa sebuah catatan lapangan, bagan, dan grafik. Pada tahap ini, peneliti juga mulai dapat menilai apakah data yang diperoleh sudah tepat dan bisa dibuat kesimpulan atau perlu dianalisis kembali. Yang terakhir adalah tahapan penarikan data atau kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti sudah mulai menarik kesimpulan dari penelitian yang sudah dijalankan di Telkom CorpU. Penelitian memuat mengenai penjelasan dan sebab akibat mengenai gaya komunikasi seperti apa yang diterapkan oleh karyawan Telkom CorpU (mentor) kepada peserta magang (*mentee*).

G.7 Teknik Penyajian Data

Penyajian data merupakan sebuah kegiatan dalam penelitian dimana peneliti mulai menyusun data data dan informasi demi keperluan untuk mengambil kesimpulan dan mengambil tindakan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penyajian data kualitatif berupa teks atau naratif, catatan lapangan, wawancara, dokumentasi, tabel, dan bagan. Dengan bentuk ini kemudian peneliti menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang mudah dipahami sehingga memudahkan untuk melihat fenomena seperti apa yang sedang terjadi.

G.8. Validitas Data

Dalam suatu penelitian, data yang didapatkan oleh peneliti harus dipastikan dahulu kebenarannya untuk mempertanggungjawabkan informasi yang telah didapatkan. Untuk validitas data yang diperoleh selama penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (Andarusni Alfansyur, 2020), triangulasi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menguji suatu informasi agar informasi itu bisa dikatakan valid atau tidak. Pada penelitian yang dilakukan oleh

peneliti, untuk menguji keabsahan suatu data digunakan teknik validasi data yaitu triangulasi sumber.

Menurut Sugiyono (Mekarisce, 2020), validitas data menggunakan triangulasi sumber ini dilakukan dengan cara verifikasi data yang didapatkan dari sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti menguji valid atau tidaknya data mengenai gaya komunikasi karyawan Telkom CorpU dengan peserta magang melalui hasil dari wawancara dengan tujuh sumber yang berbeda, apakah pernyataan dari dua mentor sama dengan pernyataan dari lima *mentee*.

H. Lokasi Penelitian

Untuk lokasi penelitian ini adalah pada Telkom Corporate University Center yang terletak pada jalan Gegerkalong Hilir No 47 Bandung. Peneliti memulai penelitian ini dari bulan November 2021 sampai dengan bulan Februari 2022