

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sejak tahun 2017, tren perusahaan merekrut karyawan magang mengalami peningkatan yang cukup pesat di Indonesia. Riset yang dilakukan oleh Jobplanet sebagai salah satu situs penyedia lowongan pekerjaan ini memaparkan bahwa saat itu tidak hanya perusahaan *startup* saja yang membuka program magang, tetapi juga merambah ke perusahaan-perusahaan besar. Program perekrutan karyawan magang tidak hanya menguntungkan produktivitas perusahaan, namun juga bagi para karyawan magang yang notabene didominasi oleh mahasiswa maupun *fresh graduate* yang belum memiliki pengalaman kerja. Dengan dibukanya program magang bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa yang sedang menjalani masa studinya maupun yang baru saja lulus, dapat menjadi hawa baru bagi perusahaan di Indonesia untuk mendapatkan ide-ide yang juga *fresh* (Setiawan, 2017).

Bahkan di tahun 2021 hingga 2022 Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah, memprediksikan tahun 2021 sampai 2022 akan menjadi *The Year of Apprenticeship* atau Tahun Magang. Karena program magang diyakini sebagai solusi untuk meningkatkan produktivitas perusahaan yang tersendat pandemi sekaligus menambah Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia, dalam hal ini pemegang untuk memiliki pengalaman bekerja secara profesional di tengah pandemi Covid-19 yang entah kapan berakhir (Yun, 2021). Di tahun ini pun sedikitnya ada 300 lebih perusahaan terbaik yang bergabung dalam program magang Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Program magang tersebut menyasar kaum muda termasuk mahasiswa (Doddy, 2021).

Sayangnya dalam sebuah survei yang dilansir oleh kompas.com, menyatakan bahwa 65% pemegang yang berstatus pelajar atau mahasiswa melakukan magang hanya demi menuntaskan kewajiban dari sekolah ataupun kampusnya saja. Sehingga kinerja yang diberikan oleh pemegang yang masih berstatus mahasiswa hanya terbatas untuk nilai dari kampus mereka saja, padahal program magang memiliki banyak dampak positif bagi mereka (Kasih, 2020).

Hal ini menjadi tantangan yang cukup berat bagi perusahaan yang memiliki banyak pemegang mahasiswa untuk dapat memupuk motivasi kerja karyawan magangnya yang tidak sebatas mendapat nilai dari kampus asalnya saja, tetapi juga untuk memberikan yang terbaik pada perusahaan. Karena motivasi kerja karyawan sangat berkaitan dengan kinerja yang ia hasilkan.

Dalam beberapa penelitian mengenai hubungan motivasi kerja dengan kinerja karyawan di beberapa perusahaan yang dilakukan oleh Jaya & Ningsih (2018:27), Akbar dkk (2020:89), Orocamna dkk (2018:30), dan Erica dkk (2020:21), mendapatkan hasil yang signifikan tentang motivasi yang sangat berkaitan dengan kinerja karyawan. Semakin kuat karyawan memiliki motivasi untuk bekerja, semakin tinggi pula kualitas kerja yang dihasilkannya.

Selain berpengaruh pada kinerja, motivasi juga memiliki kaitan yang erat dengan komitmen karyawan pada organisasinya. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh As & Ilham (2018:225) yang menguji hubungan motivasi dengan komitmen karyawan magang terhadap organisasi, memberikan hasil bahwa variabel motivasi berpengaruh positif terhadap variabel komitmen. Artinya semakin besar motivasi pada karyawan magang, maka rasa memiliki dan tanggung jawab karyawan pada perusahaan tersebut pun semakin besar.

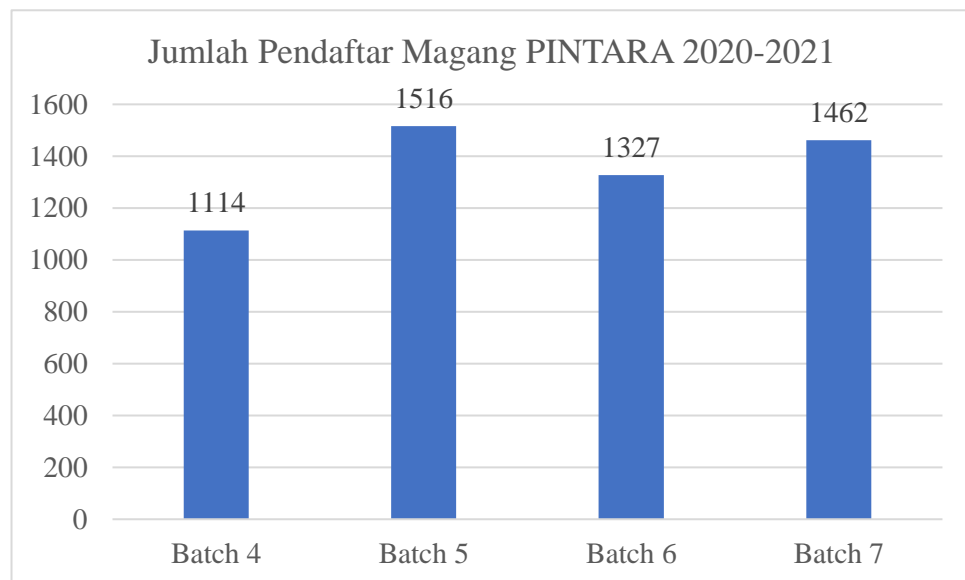
Salah satu cara yang dapat perusahaan lakukan dalam meningkatkan motivasi kerja yaitu dengan menggunakan komunikasi. Pemberian motivasi dapat dilakukan melalui komunikasi antara pimpinan dengan karyawannya. Sitorus (2020:2) mendefinisikan pimpinan sebagai seseorang yang memiliki kemampuan mempengaruhi orang-orang yang berada dalam organisasi juga mengarahkan para karyawannya untuk dapat bekerja sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Dalam Teori Ekonomi *Path-Goal* yang dikutip oleh Djampagau (2019:18), pemimpin dapat melakukan banyak hal untuk mendorong kinerja karyawannya dan mempengaruhi para karyawan agar percaya untuk mendapatkan hasil yang maksimal mereka perlu berusaha keras dalam menyelesaikan tugasnya. Secara garis besar pemimpin memiliki tugas untuk mengatur dan bertanggung jawab penuh dengan kinerja dari karyawannya. Hal ini termasuk dalam motivasi kerja karyawannya.

Pemaparan diatas memberikan gambaran besar tentang bagaimana

motivasi karyawan magang menjadi faktor yang sangat krusial bagi produktivitas sebuah perusahaan. Terutama perusahaan yang banyak memiliki karyawan magang dan program tersebut bersifat *unpaid* atau tidak digaji. Salah satu perusahaan yang memiliki karyawan magang yang cukup banyak adalah PT. Inspirasi Mandiri Nusantara. Perusahaan ini memiliki karyawan magang kurang lebih 100 orang per-*batch* atau pertiga bulan.

PT. Inspirasi Mandiri Nusantara atau yang biasa dikenal sebagai Pintara, merupakan perusahaan *startup* yang cukup diminati oleh para pencari program karyawan magang. Berikut adalah data statistik jumlah pendaftar magang di perusahaan Pintara:



Gambar 1. 1 Jumlah Pendaftar Magang Pintara Tahun 2021

(Sumber: Data HRD Perusahaan Pintara)

Data statistik diatas memperlihatkan bahwa jumlah pendaftar terbanyak yaitu ada pada tahun 2020-2021 (*batch 5*), dimana pada *batch* tersebut jumlah total pendaftar magang Pintara sebanyak 1.516 orang. Program penerimaan karyawan magang secara *unpaid* atau tanpa gaji di perusahaan ini rutin dibuka setiap 3 bulan sekali dengan jumlah pendaftar kisaran 1.000-1.500 orang, dimana jumlah pemegang yang diterima hanya kisaran 100 orang saja.

PT. Inspirasi Mandiri Nusantara atau Pintara adalah perusahaan yang bergerak di bidang media informasi mengenai pendidikan tinggi, kampus, beasiswa, serta info seputar minat bakat mahasiswa. Perusahaan ini memiliki

platform utama yaitu Instagram @kampusindonesia yang menyajikan banyak informasi seputar dunia kampus dan telah diikuti oleh lebih dari 400 ribu orang. Instagram @kampusindonesia adalah platform media informasi utama perusahaan dan juga digunakan sebagai wadah promosi produk yang dimiliki oleh perusahaan maupun wadah distribusi konten kerjasama dengan klien yang berupa *paid promote*.

Terdapat tiga kompetitor perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, yaitu Campuspedia, Zona Mahasiswa, dan satu media online yaitu Seputar Kuliah. Ketiga kompetitor ini juga menjadikan instagram sebagai platform utama perusahaan mereka. Persaingan antara perusahaan pun dapat dilihat dari *Engagement Rate* (ER) Instagram yang mereka miliki. Berikut adalah data ER-nya:

No	Sosmed dan Kompetitor milik	Desember 2021-Januari 2022			
		Instagram	Followers	Followers Gair	ER
1	Instagram Kampus Indonesia	Kampusindonesia	406,413	2,111	0,9238
2		seputarkuliah	718,727	-1,424	0,3445
3		campuspedia	352,562	-3,036	0,1063
4		zonamahasiswa.id	863,336	14,631	0,0238

Gambar 1. 2 Urutan Enggament Rate (ER) Perusahaan dan Kompetitor Desember 2021-Januari 2022

(Sumber: Data Social Media Analysis Perusahaan Pintara)

Gambar diatas menampilkan urutan ER platform utama perusahaan beserta kompetitornya. Dapat kita lihat bahwa urutan pertama yang memiliki ER tertinggi adalah @kampusindonesia yaitu sebesar 0,9, lalu disusul oleh @seputarkuliah, @campuspedia, dan terakhir oleh zonamahasiswa.id.

Dari keempat perusahaan diatas, perusahaan yang membuka program magang hanyalah Campuspedia dan Pintara (@kampusindonesia). Sebenarnya Campuspedia lah yang merupakan kompetitor terberat dari perusahaan, dikarenakan media informasi yang dimiliki Campuspedia sama-sama dikelola oleh karyawan magang. Namun satu tahun belakang ini Pintara bisa dikatakan sedang berada di titik puncak dari perusahaan-perusahaan sejenis yang sumber dayanya banyak dari karyawan magang. Bagi perusahaan media informasi yang menggunakan platform utamanya media sosial, *Enggament Rate* merupakan hal yang paling penting untuk melihat kestabilan konten yang

mereka buat dan pada awal tahun 2022, Pintara berhasil mengalahkan kompetitor yang merupakan perusahaan sejenis. Dari data tersebut peneliti melihat bahwasanya Pintara memiliki kinerja yang bagus, meskipun rata-rata tugas yang krusial di pegang oleh para karyawan magangnya seperti memegang tugas pengelolaan platform utama perusahaan.

Selain itu perusahaan Pintara ini juga dikenal dikalangan mahasiswa karena tergolong sangat unik, dimana karyawan magang yang memiliki kinerja yang baik bisa meneruskan jenjang karirnya di dalam perusahaan hingga ke jajaran pimpinan. Pintara memiliki lebih banyak karyawan magang dibandingkan dengan karyawan tetap dan karyawan magang di Pintara pun didominasi oleh mahasiswa.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai komunikasi interpersonal pimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan yang ditemukan peneliti, berjudul “Komunikasi Antarpribadi Pimpinan dan Pegawai dalam Meningkatkan Motivasi Kerja di Kantor Desa Dayun Kabupaten Siak”. Penelitian ini dilakukan oleh Tua (2017), hasil dari penelitian ini secara garis besar adalah menjelaskan tentang bagaimana komunikasi antarpribadi pimpinan dan karyawan berjalan di Kantor Desa Dayun dalam proses meningkatkan motivasi kerja. Penggambaran hasil yang diberikan dalam penelitian ini merujuk pada teori ciri atau karakteristik komunikasi antarpribadi/interpersonal DeVito sebagai tolak ukur efektivitas komunikasi antarpribadi. Dengan demikian ditemukan fakta bahwa komunikasi antarpribadi pimpinan dan karyawan dalam penelitian ini berjalan dengan efektif, tentunya dengan cara berkomunikasi khas dari Desa Kantor Dayun. Elemen efektivitas komunikasi antarpribadi di Kantor Desa Dayun terpenuhi dengan baik sehingga motivasi yang menjadi pesan utama dalam proses komunikasi berlangsung tersampaikan dengan baik, dan hal ini juga tergambar dari kinerja karyawan Kantor Desa Dayun yang terbilang cukup bagus.

Berdasarkan observasi awal, peneliti melihat kinerja karyawan magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara terbilang baik dari tahun ke tahun, sejak 2019 pertama kali perusahaan ini membuka program magang. Hal ini bisa kita lihat dari konsistensi konten media sosial serta produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, yang notabene dikerjakan oleh karyawan magang berjalan

sangat baik. Bahkan saat ini *platform* utama mereka memiliki *Engagement Rate* tertinggi dibandingkan perusahaan sejenis meskipun dikelola oleh karyawan magang. Itu artinya motivasi kerja karyawan magang di Pintara cukup tinggi sehingga kinerja yang mereka hasilkan pun sangat baik. Motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan magang Pintara tentunya tidak akan lepas dari usaha pimpinan di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara, dimana pimpinan Pintara memiliki cara komunikasinya sendiri dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang, sehingga karyawan magang dapat memiliki kinerja yang baik.

Pimpinan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pimpinan dengan jabatan manajer, karena di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara pimpinan yang bertanggung jawab atas kinerja karyawan magang juga berkomunikasi langsung dengan karyawan magang tanpa perantara adalah manajer. Namun terdapat keunikan dari salah satu struktur organisasi yang ada dalam perusahaan ini yaitu kluster bisnis tidak memiliki manajer. Sehingga tanggung jawab terhadap kinerja karyawan magang di kluster bisnis dibebankan kepada pimpinan dengan jabatan Chief Operating Officer. Hal ini juga menjadi salah satu alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara.

Peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dan menganalisis tentang bagaimana komunikasi interpersonal yang efektif dilakukan oleh pimpinan Pintara dalam meningkatkan motivasi kerja para karyawan magang yang mereka miliki. Adapun gap atau perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini, peneliti menganalisis cara pimpinan PT. Inspirasi Mandiri Nusantara dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang dengan komunikasi interpersonal yang efektif.

Penelitian dengan fenomena karyawan magang dirasa sangat penting untuk peneliti bahas, karena program magang menjadi salah satu program yang prospek dalam membantu produktivitas perusahaan serta membantu pengembangan sumber daya manusia (SDM) di Indonesia. Penelitian ini juga dilakukan pada perusahaan yang notabene dapat berkembang dengan baik meskipun mereka menempatkan karyawan magang pada posisi dan tugas-tugas yang krusial dalam perusahaan. Penelitian pada perusahaan yang didominasi

oleh karyawan magang ini dapat berguna untuk perusahaan yang ingin membuka program magang *unpaid*, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal pimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang.

Berdasarkan pemaparan fenomena diatas, maka peneliti menyusun penelitian yang berjudul “Analisis Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara”.

1.2.Fokus Penelitian

Fokus penelitian dibutuhkan untuk membatasi permasalahan dalam penelitian lebih terarah dan tidak meluas, dan menjadi lebih mudah dipahami oleh para pembaca. Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan oleh peneliti, maka efektivitas komunikasi interpersonal menjadi fokus pada penelitian Analisis Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara.

1.3.Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini, berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian maka identifikasi masalah yang diteliti oleh peneliti yaitu **“Bagaimana Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara?”**

1.4.Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah dicantumkan peneliti diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang efektif yang dilakukan oleh pimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara.

1.5.Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan sumbangan

pemikiran yang baru dalam bidang akademik Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai kajian komunikasi interpersonal. Sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembaca yang ingin membuat penelitian dengan kajian yang sama kedepannya.

1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Untuk Penulis

Penulis sekaligus peneliti berharap dengan penelitian ini, peneliti mendapatkan wawasan lebih tentang komunikasi interpersonal, serta pengalaman menerapkan ilmu yang telah peneliti dapatkan di universitas.

2. Untuk PT. Inspirasi Mandiri Nusantara

Penelitian ini dapat menjadi bahan analisis lanjutan maupun masukan untuk perusahaan, agar mendapatkan cara paling baik dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang melalui komunikasi interpersonal pimpinan.

3. Untuk Masyarakat

Penelitian yang telah dibuat peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat atau pembaca. Khususnya pada seseorang yang memiliki perusahaan sejenis dan membutuhkan wawasan mengenai bagaimana meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya lewat komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pimpinan.

1.6. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Oktober hingga bulan April 2022. Berikut adalah pembagian waktu untuk menjalankan penelitian tersebut.

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Bulan					
		Oktober 2021	November 2021	Desember 2021	Januari 2022	Februari 2022	Maret 2022
1.	Mencari tema, objek, dan						

	subjek penelitian						
2.	Mengumpulkan kajian, literatur terdahulu						
3.	Menentukan informan penelitian						
4.	Desk Evaluasi						
5.	Pengumpulan dan penyusunan data						
6.	Penyusunan Skripsi						

(Sumber : Olahan Penulis, 2021)