

Analisis Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Magang Di Pt. Inspirasi Mandiri Nusantara

Tasya Diva Alfira¹, Agus Aprianti²

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, tasyadivaalfira@student.telkomuniversity.ac.id,

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, agusaprianti@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

PT. Inspirasi Mandiri nusantara atau Pintara adalah salah satu perusahaan yang memiliki karyawan magang dengan jumlah yang banyak dan didominasi oleh mahasiswa. Perusahaan yang bergerak di bidang media informasi pendidikan ini memiliki kinerja yang paling baik diantara para pesaingnya meskipun mayoritas karyawannya adalah karyawan magang. Hal tersebut berarti motivasi kerja yang dimiliki oleh karyawan magang Pintara cukup tinggi. Pimpinan perusahaan dapat meningkatkan motivasi kerja tersebut melalui komunikasi interpersonal antara pimpinan dan karyawan magang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang komunikasi interpersonal yang efektif yang dilakukan oleh pimpinan Pintara dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya. Teori yang digunakan adalah komunikasi interpersonal oleh DeVito yang membahas tentang kualitas umum ciri/karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi interpersonal pimpinan dengan karyawan magang di Pintara telah efektif karena memunculkan semua ciri/karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan. Peneliti juga menemukan bahwa salah satu kendala dalam memunculkan keterbukaan karena perbedaan jarak jabatan antara pimpinan dan karyawan magang. Unsur yang paling dominan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang di Pintara adalah empati dan sikap positif.

Kata kunci: Efektivitas Komunikasi Interpersonal, Karyawan Magang, Motivasi Kerja, Pimpinan, PT. Inspirasi Mandiri Nusantara

Abstract

PT. Inspirasi Mandiri Nusantara or Pintara is a company that has a large number of interns and is dominated by students. This company move in educational information media has the best performance among its competitors even though the most of its employees are interns. This means that the work motivation of Pintara's interns is quite high. Company leaders can increase work motivation through interpersonal communication between leaders and interns. The purpose of this study was to find out about the effective interpersonal communication carried out by Pintara leaders in increasing the work motivation of their interns. This research uses interpersonal communication theory by DeVito which discusses the general qualities/characteristics of effective interpersonal communication. Researchers use qualitative methods with intrepreative paradigm. Data collection techniques that use in this study are in-depth interviews and documentation. This study found that interpersonal communication with interns at Pintara is effective because it showed all the characteristics/effective interpersonal communication which is, empathy, supportive attitude, positive attitude. The most dominant elements in increasing the work motivation of interns at Pintara are empathy and positive attitude.

Keywords: *Effectiveness of Interpersonal Communication, Interns, Work Motivation, Leaders, PT. Inspirasi Mandiri Nusantara*

I. PENDAHULUAN

Tren merekrut karyawan magang pada tahun 2017 meningkat pesat di Indonesia, hingga di tahun 2022 Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah memprediksikan bahwa tahun ini akan menjadi *The Year of Apprenticeship* atau Tahun Magang. Program magang dianggap pemerintah menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kinerja

perusahaan yang terkendala akibat dari pandemi Covid-19 (Yun, 2021). Di tahun 2021 lalu sedikitnya terdapat 300 lebih perusahaan terbaik Indonesia yang bergabung dalam program magang pemerintah Indonesia (Doddy, 2021). Program magang ini dilakukan untuk memperbaharui kinerja perusahaan dengan ide-ide yang *fresh* terutama ide dari pemegang yang masih berstatus mahasiswa maupun *fresh graduate* (Setiawan).

Program magang ini memang dirasa sangat menuntungkan untuk kedua belah pihak, baik perusahaan maupun pemegang. Namun dalam sebuah survei yang dilakukan *kompas.com* menyebutkan bahwa 65% pemegang yang berstatus mahasiswa melakukan magang hanya untuk menuntaskan kewajiban pendidikannya saja. Sehingga kinerja pemegang hanya sebatas untuk tugas sekolah atau tugas kuliahnya. Padahal banyak sekali manfaat magang yang bisa merasa rasakan (Kasih, 2020).

Hal ini juga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk membuat motivasi kerja karyawan magangnya bukan hanya untuk menuntaskan pendidikan pribadinya saja namun juga dapat memberikan kinerja terbaik bagi perusahaan. Karena motivasi kerja erat kaitannya dengan kinerja yang dihasilkan hal ini peneliti kutip dari beberapa penelitian yaitu penelitian Jaya & Ningsih (2018:27), Akbar dkk (2020:89) dan penelitian lainnya. Selain motivasi sangat berpengaruh pada kinerja seorang karyawan magang, motivasi kerja juga berpengaruh dengan komitmen seseorang terhadap perusahaan tempat ia bekerja (As & Ilham, 2018:225).

Salah satu cara yang dapat perusahaan lakukan untuk meningkatkan motivasi kerja adaah menggunakan komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan. Sitorus (2020:2) mendefinisikan pimpinan sebagai seseorang yang memiliki kemampuan mempengaruhi karyawannya sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Dalam salah satu teori ekonomi *Path-Goal* disebutkan bahwa pemimpin atau pimpinan dapat melakukan banyak hal untuk mempengaruhi karyawannya, sehingga pemimpin pun memiliki tugas untuk mengatur dan bertanggung jawab atas kinerja karyawannya (Djampagau, 2019:18). Hasil penelitian-penelitian yang telah peneliti paparkan memberikan gambaran nyata bahwa motivasi kerja karyawan magang sangat diperlukan untuk membuat kinerja karyawan magang dapat terjaga. Selain itu peneliti juga menggambarkan bagaimana peran pimpinan terhadap meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya sangat diperlukan, salah satu caranya dengan berkomunikasi.

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 membahas mengenai bagaimana proses terjadinya komunikasi yang dilakukan antara kepada kantor dan pegawai di kantor Desa Dayun, dalam penelitian disebutkan bahwasanya komunikasi yang dilakukan telah berjalan dengan efektif karena mencakup semua unsur efektivitas komunikasi yang disebutkan oleh DeVito yaitu keerbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung dan kesetaraan. Komunikasi yang dilakukan pimpinan pada penelitian ini dianggap dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan magang.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu perbedaan lokasi penelitiannya beserta penelitian terhadap karyawan magang. Peneliti memiliki lokasi penelitian di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara. Perusahaan yang memiliki karyawan magang yang banyak salah satunya adalah PT. Inspirasi Mandiri Nusantara atau Pintara. Perusahaan yang bergerak dibidang media informasi pendidikan ini membuka program magang per-tiga bulan sekali. Pendaftar program magang di Pintara rata-rata masih berstatus mahasiswa atau baru lulus perguruan tinggi. Jumlah pendaftar di Pintara setiap periodenya mencapai 1000-1500 orang dan yang diterima

hanya kisaran 100 orang saja. Program magang di perusahaan ini tergolong sangat unik karena karyawan magangnya dapat mengerjakan tugas perusahaan yang terbilang cukup krusial, salah satunya mengelola platform media sosial utama yang mereka miliki. Selain itu juga karyawan magang Pintara dapat menjabat sebagai koordinator kluster dan jika kinerjanya dianggap bagus maka akan bisa langsung direkrut menjadi karyawan tetap.

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.

Dari perusahaan-perusahaan kompetitor yang disebutkan diatas, hanya Pintara dan Campuspedia yang membuka program magang, namun *Engagement Rate* (ER) Instagram Pintara jauh lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Itu berarti Pintara dianggap berhasil dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya meskipun karyawan magang Pintara ditempatkan di pekerjaan yang krusial bagi perusahaan. Tentunya hal itu tidak akan lepas dari bagaimana pimpinan karyawan magang di Pintara dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya sehingga memiliki kinerja yang baik. Oleh karena itu 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 peneliti menganalisis keefektifan komunikasi interpersonal pimpinan pada karyawan magang dalam meningkatkan motivasi kerja, serta lokasi penelitiannya berbeda.

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. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana komunikasi yang efektif yang dilakukan pimpinan Pintara dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya.

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”.

II. TINJAUAN LITERATUR

1. Komunikasi

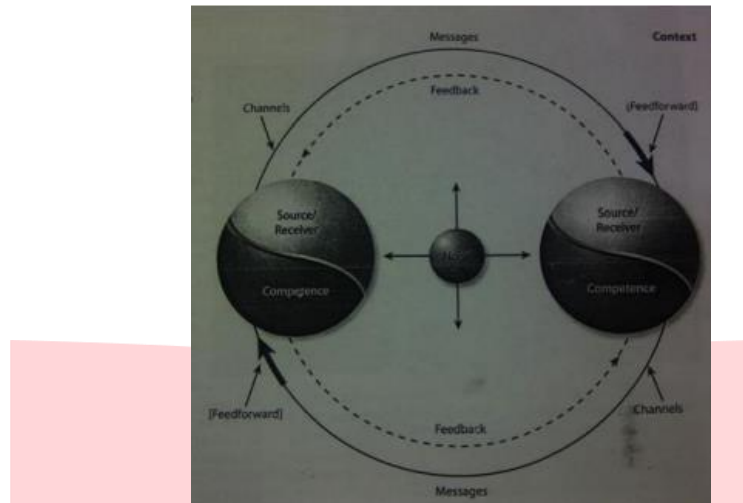
Secara bahasa komunikasi diambil dari kata Latin yaitu *communis* atau *communicare* yang berarti “sama”, atau lebih jauh bermakna “menyampaikan sesuatu” (Mulyana, 2015: 45). Menurut Lasswell (dalam Rezi, 2018: 17) komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan kepada “siapa”, “apa yang disampaikan”, “melalui saluran apa”, “disampaikan kepada siapa”, dan “berdampak apa”.

2. Komunikasi Organisasi

Definisi komunikasi organisasi disampaikan oleh Katz dan Kahn (dalam Muhammad, 2007:65) komunikasi organisasi adalah berjalannya pertukaran informasi, serta makna di dalam organisasi. Sedangkan definisi lain dari komunikasi organisasi yaitu proses komunikasi yang berjalan di dalam organisasi dan memiliki tujuan untuk menyelaraskan kerja sama serta menjaga keharmonisan di dalam organisasi (Suranto, 2018:13). Dengan kata lain, komunikasi organisasi juga merupakan komunikasi manusia yang berada di dalam organisasi. Tujuan komunikasi organisasi menurut Liliweri (2014:373) adalah untuk menyatakan gagasan, berbagi informasi, mengungkapkan emosi dan perasaan, dan menjalankan koordinasi.

3. Komunikasi Interpersonal

Definisi komunikasi interpersonal atau antar pribadi menurut Pace (dalam Ngalimun, 2018:2), yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung oleh dua orang atau lebih, sehingga pesan yang dikirimkan oleh komunikator bersifat langsung, begitu pula dengan tanggapan dari komunikan. Definisi lainnya dari komunikasi interpersonal datang dari DeVito (dalam Tua, 2017:6), menurutnya komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain melalui media, sehingga menghasilkan efek juga umpan balik dari si penerima. Tujuan dari komunikasi interpersonal menurut DeVito (2009:17-19) yaitu *to learn* (belajar), *to relate* (berhubungan), *to influence* (meyakinkan), *to play* (bermain), dan *to help* (menolong). Lalu, komunikasi interpersonal juga memiliki unsur-unsur di dalamnya. Unsur-unsur dari komunikasi interpersonal adalah terdiri dari sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan efek (Ngalimun, 2020:13).



Gambar 2. 1 Komunikasi Interpersonal atau Antar Pribadi Menurut DeVito

(Sumber : Ensiklopedia Komunikasi Alex Sobur P-Z (Sobur, 2014)

Gambar tersebut menunjukkan model komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh DeVito. menurutnya komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain melalui media, sehingga menghasilkan efek juga umpan balik dari si penerima.

Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan komunikasi interpersonal yang baik. Komunikasi interpersonal dianggap efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami oleh komunikan, dan juga dapat merespon sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Efektivitas komunikasi interpersonal dapat kita lihat dari karakteristik-karakteristik perspektif humanistik yang dikemukakan oleh DeVito (2011:285-290). Terdapat lima kualitas umum pendekatan humanistik (atau disebut juga pendekatan lunak) dalam meningkatkan efektivitas komunikasi antarpribadi, yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), perilaku positif (*positiveness*), sikap mendukung (*supportiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Keterbukaan merupakan situasi dimana komunikator dan komunikan memiliki sikap saling terbuka yang dapat mendorong rasa menghargai satu sama lain dan juga dapat mengembangkan hubungan interpersonal yang dimiliki, dimana karakteristik ini mengacu pada aktivitas pertukaran ide dan gagasan antara kedua pihak tanpa rasa takut dan menutup-nutupi. Unsur empati merupakan kemampuan dalam memposisikan diri sebagai lawan bicara dan apa yang sedang dihadapi, dimana karakteristik ini menekankan komunikator untuk menahan emosi agar ia tidak mengkritik, dan mengevaluasi secara berlebihan. Lalu unsur perilaku positif merupakan unsur yang diperlihatkan dengan sikap dan perilaku dari pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal, dengan tidak menaruh prasangka yang buruk atau curiga pada lawan bicaranya. Selanjutnya adalah unsur sikap mendukung, yaitu unsur yang memperlihatkan sikap komunikator dan komunikan yang saling mendukung sehingga terselenggaranya komunikasi yang efektif. Terakhir, unsur kesetaraan merupakan unsur yang menganggap komunikator dan komunikan memiliki nilai yang sama, tercipta suasana setara, juga sama-sama berharga untuk dapat menciptakan komunikasi yang baik.

4. Motivasi Kerja

Menurut Anoraga (1992:2) motivasi kerja memiliki arti sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk semangat melakukan kerja. Menurut Purwanto (2006), motivasi mendukung terjadinya tiga hal pokok yaitu menggerakkan, mengarahkan tingkah laku, juga menjaga tingkah laku si pemilik motivasi. Motivasi dalam bekerja bisa naik juga turun tergantung dengan dorongan yang ada dalam seseorang. Terdapat dua sumber motivasi seseorang untuk melakukan pekerjaan yaitu motivasi dari dalam dirinya sendiri (internal) maupun motivasi yang disebabkan oleh orang lain (eksternal) (Johannes, 2002).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, yaitu jenis paradigma yang menekankan untuk memahami perilaku manusia, peranan bahasa, interpretasi, dan pemahaman. paradigma ini pada awalnya berasal dari akal yang mencari kejelasan mengenai peristiwa yang terjadi di dalam sosial atau budaya yang mendasar pada sudut

pandang dan pengalaman orang yang diteliti (Sarantakos dalam Manzilati, 2017:4). Metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat menggambarkan, melukiskan, dan memaparkan suatu fenomena secara apa adanya secara mendalam sesuai dengan situasi dan kondisi saat penelitian itu dilaksanakan (Ibrahim, 2015:62).

Subjek dari penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara yang terdiri dari *Chief Operating Officer* (COO), *General Affairs Manager*, *Social Media Manager*, dan *karyawan magang* yang berkaitan dengan pimpinan-pimpinan perusahaan tersebut. Sedangkan objek penelitian ini adalah komunikasi antarpribadi antara pimpinan dan karyawan magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara.

Penelitian ini akan dilaksanakan di kantor PT. Inspirasi Mandiri Nusantara, tepatnya di Kompleks Ruko Tlogomas Square Kav. 13, Jalan Tlogomas No. 23, Malang, Jawa Timur, 65153. Sedangkan untuk lokasi wawancara berada di tempat tinggal masing-masing informan melalui *virtual meeting*.

Dalam penelitian ini, peneliti telah menghimpun unit analisis penelitian. Berikut di bawah ini adalah tabel unit analisis penelitian.

Tabel 3.1 Unit Analisis Penelitian

Input	Analisis	Sub Analisis
Analisis Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan Magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara	Penerapan komunikasi interpersonal yang efektif agar pemberian motivasi berjalan baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan (<i>Openness</i>) 2. Empati (<i>Empathy</i>) 3. Perilaku Positif (<i>Positiveness</i>) 4. Sikap Mendukung (<i>Supportiveness</i>) 5. Kesetaraan (<i>Equality</i>)

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

Informan dari penelitian ini terdiri dari tiga informan kunci, tiga informan pendukung, dan satu informan ahli. Berikut adalah deskripsi dari informan-informan yang peneliti himpun.

Tabel 3.2 Informan Penelitian

No	Nama Informan	Jabatan	Keterangan
1.	Titannia Oliviana Putri	<i>Chief Operating Officer</i>	Informan Kunci 1
2.	Vergillia Agam Saputri	<i>Social Media Manager</i>	Informan Kunci 2
3.	Fahmi Al Aziz	<i>General Affairs Manager</i>	Informan Kunci 3
4.	Paskalis Sinurat	<i>Coordinator Cluster Creative</i>	Informan Pendukung 1
5.	Venli	<i>Coordinator Cluster Business</i>	Informan Pendukung 2
6.	Mega Aryani Puteri	<i>Coordinator HRD Admin</i>	Informan Pendukung 3
7.	Saiful Anwar	<i>Chief Executive Officer</i>	Informan Ahli

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

Untuk pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data, peneliti menggunakan teknik dari Miles dan Huberman (2014:91), yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Terakhir, untuk menganalisis keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi khususnya triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2014:127), teknik triangulasi sumber adalah teknik dalam menggabungkan jenis data yang berbeda-beda seperti hasil data dari observasi, wawancara, maupun dokumen agar mendapatkan data dengan hasil yang valid.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti berupa transkrip wawancara, sehingga untuk mempermudah bab ini peneliti akan langsung menampilkan pembahasan berikut dengan model pembahasannya.

Dari penelitian yang telah peneliti lakukan, hasil wawancara para pimpinan Pintara menunjukkan bahwa mereka menggunakan komunikasi dengan karyawan magangnya untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan magang. Komunikasi itu dilakukan baik digunakan secara langsung dalam proses penyampaian motivasi kerja maupun digunakan untuk strategi peningkatan motivasi kerja. Hal ini juga dikatakan oleh informan ahli yaitu *Chief Executive Officer* PT. Inspirasi Mandiri Nusantara. Ia menyebutkan bahwasanya apa yang dikatakan oleh para pimpinan Pintara sesuai dengan apa yang dilakukan oleh pimpinan di kantornya.

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan memperlihatkan bahwasanya komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pimpinan Pintara kepada karyawannya telah berjalan efektif dikarenakan mencakup semua unsur efektivitas komunikasi interpersonal menurut DeVito (2011, 285-291).

Peneliti menggunakan teori ciri atau karakteristik komunikasi interpersonal yang dapat dipertimbangkan dalam melihat komunikasi yang efektif dari DeVito (2011:285-291). Dalam penelitian ini digunakan untuk melihat efektivitas komunikasi interpersonal pimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang. Ciri atau karakteristik komunikasi interpersonal yang dipertimbangkan adalah Keterbukaan (*Openness*), Empati (*Empathy*), Perilaku Positif (*Positiveness*), Sikap Mendukung (*Supportiveness*), dan Kesetaraan (*Equality*). Berikut adalah pembahasan berupa analisis penelitian. Dan berikut adalah hasil analisis setiap unsurnya:

1. Keterbukaan (*Openness*)

Unsur keterbukaan identik dengan kejujuran antara satu sama lain dan juga diri sendiri pada saat melakukan komunikasi. Para pimpinan Pintara mengatakan unsur ini cukup dibutuhkan dalam meningkatkan motivasi kerja. Ketika pimpinan terbuka terhadap karyawan magangnya otomatis karyawan magang juga akan terbuka terhadap lawan bicaranya.

Namun dalam unsur ini, salah satu pimpinan Pintara yaitu Nia yang menjabat sebagai pimpinan kluster bisnis ternyata mengalami hambatan dikarenakan Nia dan karyawan magangnya memiliki rentang jabatan yang cukup jauh. Dimana Nia sebenarnya adalah seorang *Chief Operating Officer* yang menggantikan posisi manajer bisnis hingga saat ini.

Adapun cara pimpinan Pintara dalam memunculkan unsur keterbukaan dalam proses komunikasinya adalah sebagai berikut: Cara pertama adalah mengangkat topik yang diminati karyawan magang. Seperti yang dijelaskan oleh Nia dan Vergi, ketika mereka mencari tau terlebih dahulu apa yang diminati oleh karyawan magang dan mengangkat topik tersebut dalam komunikasi mereka, karyawan magang akan lebih antusias dan cenderung terbuka tentang dirinya yang diawali dengan minat maupun hobi lalu menjalar ke hal yang lain. Cara selanjutnya adalah pimpinan mengangkat topik pembicaraan seputar kantor dan pekerjaan secara santai sehingga hal ini dapat menarik minat karyawan magang tentang kantor. Dan cara terakhir yaitu dengan mengusahakan bekerja bertatap muka langsung dengan karyawan atau WFO, karena karyawan yang WFO akan cenderung lebih mudah terbuka dikarenakan juga pimpinan dapat melihat gerak gerak secara langsung karyawan magangnya.

2. Empati (*Empathy*)

Jika unsur keterbukaan lebih mengarah kepada kejujuran, unsur empati erat kaitannya dengan peduli terhadap satu sama lain juga seolah-olah dapat merasakan kesulitan satu sama lain. Dari hasil analisis wawancara, peneliti menemukan bahwa unsur empati digunakan secara dominan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang. Hal ini dikarenakan empati sangat berperan penting ketika karyawan magang sedang memiliki kinerja yang turun. Sehingga adanya empati akan memberikan dampak langsung pada karyawan magang yang mengalami masalah. Untuk memunculkan unsur empati ini pimpinan Pintara melakukan pemberian solusi sebagai bentuk nyata empatinya terhadap karyawan magang. Selain itu pimpinan Pintara juga memberikan hari libur di saat penting seperti natal dan tahun baru sehingga dapat membuat karyawan magangnya kembali bersemangat untuk bekerja setelah itu. Selanjutnya cara terakhir adalah dengan selalu mengingatkan tugas-tugas penting yang dimiliki karyawan magangnya.

3. Sikap Positif (*Positiveness*)

Sama dengan unsur empati, sikap positif juga bagi para pimpinan Pintara dianggap sebagai unsur yang dominan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya. Karena dengan adanya sikap positif, karyawan magang dapat lebih nyaman saat harus melakukan komunikasi dengan pimpinannya. Hal itu menyebabkan proses pengiriman pesan yang di dalamnya terdapat motivasi kerja akan lebih efektif tersalurkan pada karyawan magangnya itu.

Dan berikut adalah cara-cara pimpinan Pitara dalam memunculkan unsur sikap positif pada proses komunikasi yang ia lakukan dengan karyawan magangnya. Pmpinan dapat memanfaatkan pikiran negatif terhadap lawan bicaranya untuk mendapatkan strategi komunikasi yang baik, ataumembuat *plan B*. namun pikiran negatif tersebut tidak boleh disalurkan dengan sikap atau perilaku yang negatif gar tidak menimbulkan ketidaknyamanan. Selain itu pimpinan juga bisa melakukan koreksi kepribadian terhadap diri sendiri agar menjaga tindakannya menjadi lebih baik. Dan sikap positif dapat timbul karena empati juga sikap profesionalisme yang dijunjung tinggi oleh pimpinan.

4. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Sikap mendukung berperan dalam mengefektifkan komunikasi. Menurut para pimpinan Pintara, sikap mendukung merupakan sikap satu sama lain yang merasa saling berharga. Sikap mendukung muncul karena spontanitas.

Dari hasil wawancara yang telah dipaparkan, peneliti melihat beberapa cara yang dilakukan pimpinan Pintara untuk memunculkan unsur sikap mendukung pada proses komunikasi dengan karyawan magang salah satunya yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan magangnya. Dan berikut adalah cara dalam temuan penelitian:

Salah satu cara dalam memunculkan sikap mendukung yang dilakukan oleh Nia dan Fahmi adalah dengan memberikan kepedulian yang lebih pada karyawan magangnya. Selain itu pimpinan juga perlu melakukan apresiasi. Apresiasi adalah tindakan nyata saat seseorang memiliki sikap mendukung. Melakukan apresiasi kepada karyawan magang dilakukan pimpinan Pintara sebagai bentuk dukungan mereka agar hubungan serta komunikasi yang mereka jalankan dengan karyawan magangnya bergerak kearah yang baik. Selain apresiasi, aksi nyata untuk memunculkan sikap mendukung pada proses komunikasi pimpinan dan karyawan magang di Pintara ialah dukungan dalam bentuk verbal atau diungkapkan dengan lisan. Karyawan magang akan cenderung merasa mendapatkan dukungan ketika dukungan tersebut benar-benar disampaikan oleh lisan pimpinannya.

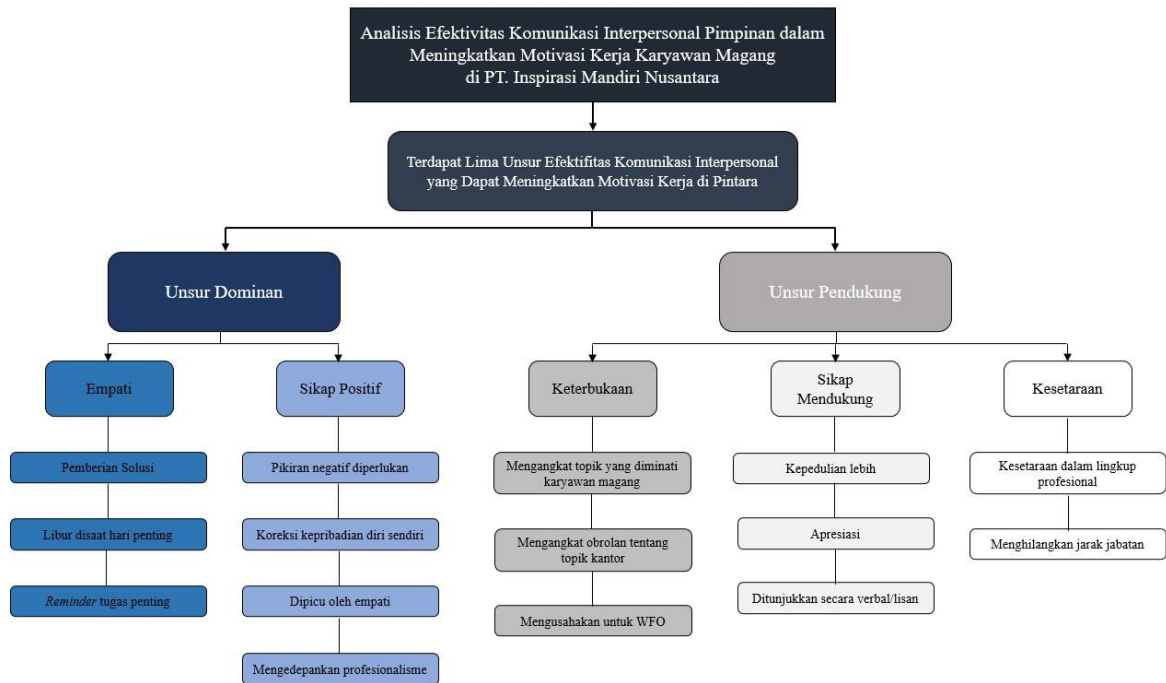
5. Kesetaraan (*Equality*)

DeVito memaparkan di dalam komunikasi yang efektif haruslah ada komunikator dan komunikan sama-sama saling mengakui satu sama lain berharga dan juga akan menyumbangkan sesuatu pada proses berjalannya komunikasi (DeVito, 2011:291). Sedangkan dari hasil wawancara para informan memaknai kesetaraan dalam proses komunikasi yang mereka lakukan dengan karyawan magang sebagai memiliki hak dan kewajiban yang sama, tidak adanya batasan dalam melakukan komunikasi serta tidak saling mengedepankan keegoisan.

Kesetaraan yang baik di dalam hubungan kantor menurut Nia dan Fahmi adalah kesetaraan yang bersifat profesional. Itu artinya kesetaraan yang terjalin masih sama-sama memperhatikan posisi satu sama lain di dalam lingkup organisasi. Seperti karyawan magang tetap perlu bersikap sopan terhadap pimpinannya dan berlaku sepatutnya terhadap pimpinannya seperti tidak melontarkan kata-kata yang biasanya dipakai pada acara yang tidak formal. Dan pimpinan juga harus menghargai karyawan magang misalnya tidak melakukan komunikasi melalui virtual tentang pekerjaan diluar jam kerja.

Cara agar pimpinan dan karyawan magang tidak mengalami batasan yang menimbulkan rasa sungkan saat berkomunikasi satu sama lain terlebih seorang karyawan magang pada pimpinannya ialah hilangkan rasa *gap* jabatan yang ada. Vergi mengakui komunikasi yang ia jalankan dengan karyawan magangnya terasa lebih nyaman disaat kita tidak menganggap mereka adalah seorang pimpinan dan karyawan. Namun hal ini boleh dilakukan selagi masih dalam tahapan wajar dan sesuai dengan saling menghargai satu sama lain.

Dalam proses wawancara yang mendalam, penulisan hasil wawancara hingga penulisan analisis penelitian. Peneliti menemukan banyak hal menarik dalam setiap unsur efektivitas komunikasi interpersonal yang di tulis pada tabulasi setiap unsur. Untuk memudahkan pembacaan tabelnya peneliti merangkum semua tabel tersebut ke dalam sebuah model penelitian. Berikut adalah rangkuman tabulasi yang dibentuk sebagai model dari hasil wawancara dan pembahasan dari setiap informan yang terlibat:



Gambar 4.1 Bagan Analisis Hasil dan Pembahasan Penelitian

(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2022)

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti dapatkan melalui wawancara mendalam beserta dokumentasinya dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal pimpinan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan pimpinan Pintara dengan karyawan magangnya telah terjalin dengan efektif, hal ini terlihat dari semua unsur efektivitas komunikasi interpersonal yang semuanya ada pada proses komunikasi pimpinan dan karyawan magang Pintara. Unsur-unsur tersebut adalah keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung dan kesetaraan.

Unsur efektivitas komunikasi interpersonal pimpinan yang paling dominan di PT. Inspirasi Mandiri Nusantara atau Pintara dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang adalah unsur empati dan sikap positif. Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan informan ahli yang merupakan *Chief Executive Officer* PT. Inspirasi Mandiri Nusantara. Unsur empati sangat berperan penting untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan magang ketika karyawan magang dalam keadaan tidak baik-baik saja dan keadaan tersebut mempengaruhi kinerjanya. Sedangkan unsur sikap positif digunakan untuk menciptakan suasana nyaman berkomunikasi sehingga pesan-pesan yang berisi motivasi kerja dapat lebih efektif tersampaikan pada karyawan magang. Sementara unsur efektivitas komunikasi yang tidak dominan dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan magang di Pintara adalah keterbukaan, sikap mendukung dan kesetaraan.

REFERENSI

Akbar, I. R., Prasetiyani, D., & Nariah, N. (2020). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Unggul Abadi Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 84–90. <https://doi.org/10.32493/jee.v3i1.7317>

Anoraga, P. (1992). *Psikologi Kerja*. Rineka Cipta.

As, S., & Ilham, F. W. (2018). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Karyawan Magang Bakti Bca Pada Pt. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2), 217. <https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.59>

DeVito, J. A. (2009). *The interpersonal communication book*. Pearson Education.inc.

- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Karisma Publishing Group.
- Doddy. (2021). *300 Lebih Perusahaan Terbaik Bergabung dalam Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat*. Dikti.Kemdikbud.Go.Id. <https://dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/300-lebih-perusahaan-terbaik-bergabung-dalam-program-magang-dan-studi-independen-bersertifikat/>
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Jaya, I., & Ningsih, S. (2018). Hubungan Motivasi Kerja Dengan Kinerja Karyawan Pada Pt Kao Indonesia. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 2(1), 20–29. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v2i1.728>
- Johannes, A. (2002). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Motivasi dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Salesman Kanvas. *Widya Manajemen & Akuntansi*, 2(3).
- Kasih, A. P. (2020). *65 Persen Pelajar/Mahasiswa Lakukan Magang karena Tugas, Padahal...* Kompas.Com. <https://edukasi.kompas.com/read/2020/02/19/18590501/65-persen-pelajar-mahasiswa-lakukan-magang-karena-tugas-padahal?page=all>
- Liliwari, A. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (2014). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP.
- Muhammad, A. (2007). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Purwanto, N. (2006). *Psikologi Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rezi, M. (2018). *Psikologi Komunikasi : Pembelajaran Konsep Terapan*. Phoenix.
- Setiawan, S. R. D. (2017). *Kenapa Perusahaan Butuh Pegawai Magang?* Kompas.Com. <https://amp.kompas.com/ekonomi/read/2017/09/01/170000726/kenapa-perusahaan-butuh-pegawai-magang>
- Sitorus, R. M. T. (2020). *PENGARUH KOMUNIKASI ANTARPRIBADI PIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KERJA* (I. Selviani (ed.)). SCOPINDO.
- Tua, B. S. (2017). KOMUNIKASI ANTARPRIBADI PIMPINAN DAN PEGAWAI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA DI KANTOR DESA DAYUN KABUPATEN SIAK. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 4(April), 5–24.
- Yun. (2021). *Menaker Canangkan 2021-2022 Sebagai Tahun Magang*. Cncbindonesia.Com. <https://www.cncbindonesia.com/news/20210701200428-4-257566/menaker-canangkan-2021-2022-sebagai-tahun-magang>