BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Employee Engagement*

1. Definisi *Employee Engagement*

Employee Engagement merupakan salah satu konsep yang dikembangkan dari *positive psychology* dan *positive organizational behavior*, Kahn (dalam Albrect, 2010) menggambarkan teori mengenai hubungan dengan keterlibatan yang terjadi erat secara fisik, kognitif dan emosional antara seseorang dengan perannya dalam sebuah pekerjaan, yang kemudian disebut sebagai *Employee Engagement*. Senada dengan definisi di atas, Federman (2009) (dalam M. Rizza Akbar, 2013) memandang *Employee Engagement* sebagai suatu tingkat dimana seseorang berperilaku dan seberapa lama dia akan bertahan dengan posisinya.

Istilah *Employee Engagement* di paparkan oleh Macey et al (dalam Nurofia, 2009dalam katarina dkk, 2015) yaitu menunjukkan seseorang fokus pada tujuan dan energi, yang merupakan bukti dari adanya inisiatif, penyesuaian diri, usaha dan ketahanan individu terhadap organisasi.

Kebanyakan *Employee Engagement* didefinisikan sebagai komitmen emosional dan intelektual terhadap oraganisasi (Baumruk,2004; Richman,2006; Shaw, 2005 dalam Endah Muljasih, 2015) atau sejumlah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

usaha melebihi persyaratan pekerjaan yang ditujukan oleh karyawan dalam pekerjaannya (Frank dkk dalam Saks, 2006 dalam Endah Muljasih,2015).

Employee Engagement adalah kondisi atau keadaan dimana karyawan bersemangat, *passionate, energetic,* dan berkomitment dengan pekerjaannya (Maylett & Winner, 2014). Schaufeli dan Bakker, Rothbard (dalam Saks, 2006) (dalam Akbar, 2013) mendefinisikan *Engagement* sebagai keterlibatan psikologis yang lebih lanjut melibatkan dua komponen penting, yaitu *attention* dan *absorption*. *Attention* mengacu pada ketersediaan kognitif dan total waktu yang digunakan seorang karyawan dalam memikirkan dan menjalankan perannya, sedangkan *Absorption* adalah memaknai peran dan mengacu pada intensitas seorang karyawan fokus terhadap peran dalam organisasi.

Thomas (2009) (dalam Akbar, 2013) menggambarkan *Employee Engagement*dengan istilah *worker Engagement*, yang diartikan sebagai suatu tingkat bagi seseorang yang secara aktif memiliki managemen diri dalam menjalankan suatu pekerjaan. Sedangkan menurut Robbins dan Judge (2008) *Employee Engagement*yaitu keterlibatan, kepuasan, dan antusiasme individual dengan kerja yang mereka lakukan.

Employee Engagement merupakan sikap positif pegawai dan perusahaan (komitmen, keterlibatan, dan keterikatan) terhadap nilai – nilai budaya dan pencapaian keberhasilan perusahaan. *Engagement* bergerak melampaui kepuasan yang menggabungkan berbagai persepsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karyawanyang secara kolektif menunjukkan kinerja yang tinggi, komitmen serta loyalitas (Kingsley & Associate, 2008 dalam Endah Muljasih).

Keterikatan karyawan merupakan sikap positif karyaan serta disertai dengan motivasi baik secara kognitif dan penghayatan, yakin akan kemampuan dan merasa senang saat bekerja.

Employee engagement merupakan antusiasme karyawan dalam bekerja, yang terjadi karena karyawan mengarahkan energinya untuk bekerja, yang selaras dengan prioritas strategic perusahaan. antusiasme ini terbentuk karena karyawan merasa *engaged (feel engaged)* sehingga berpotensi untuk menampilkan perilaku yang engage. Perilaku yang *engage* memberikan dampak positif bagi organisasi yaitu peningkatan revenue.(Nurofia, 2005)

Macey et al (2008) (dalam Asiyah, 2012) mendifinisikan *employee engagement* sebagai penghayatan seorang karyawan terhadap tujuan dan pemusatan energi, yang muncul dalam bentuk inisiatif, adaptibilitas, usaha, dan kegigihan yang mengenai masa depan, serta resiliensi.

Keterikatan kerja terjadi ketika seorang karyawan memiliki perasaan positif dengan pekerjaannya, bersedia terlibat dan mencurahkan energinya demi tercapainya tujuan – tujuan perusahaan, menghayati pekerjaan yang dilakukan dengan disertai antusiasme.

Benthal (2001) (dalam Endah Muljiasih, 2015) mengartikan *Employee Engagement* adalah suatu keadaaan dimana manusia merasa dirinya menemukan arti diri secara utuh, memiliki motivasi dalam bekerja,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mampu menerima dukungan dari orang lain secara positif, dan mampu bekerja ssecara efektif dan efesien di lingkungan kerja.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan beberapa tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa Employee Engagement yakni suatu hubungan atau keterlibatan yang erat secara fisik, emosional dan kognitif antara seseorang dengan organisasi atau perusahaan tempatnya bekerja, yang mengantarkan seseorang kepada sikap dan perilaku positif terhadap organisasi atau perusahaan demi tercapainya tujuan dan kesuksesan bersama.

2. **Aspek – Aspek *Employee Engagement***

Schaufeli dan Bakker, 2004 (dalam M. Rizza Akbar, 2013) menyebutkan ada tiga aspek dalam *Employee Engagement*, yaitu:

a. *Vigor*

Vigor ditandai oleh tingginya tingkat kekuatan dan reseliensi mental dalam bekerja, kesediaan untuk berusaha dengan sungguh – sungguh di pekerjaannya.

b. *Dedication*

Dedication di tandai oleh suatu perasaan yang penuh makna, antusias, inspirasi, kebanggaan dan tantangan.

c. *Absorpsion*

Absorpsion ditandai dengan penuh konsentrasi dan minat yang mendalam terhadap pekerjaan, waktu terasa berlalu begitu cepat dan individu sulit melepaskan diri dari pekerjaannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan menurut Macey et al (2009) yang membentuk *Engagement* yaitu :

a) Urgency

Urgency disini dapat dikatakan sebagai dorongan internal yang besar dalam diri karyawan yang mengarah pada pekerjaannya. Menurut Macey et al (2009) urgensi dapat didefinisikan sebagai kekuatan fisik, energi emosional, keaktifan dalam kognitif atau yang dikenal dengan vigor.

b) Fokus

Seorang karyawan yang *Engage* dengan pekerjaannya pasti akan fokus dengan pekerjaannya (Macey et al, 2009 dalam Balakrishan dam Masthan, 2013). Fokus yang dimaksud sebagai komponen *Engagement* adalah dimana setiap karyawan pasti akan memberikan perhatian penuh pada pekerjaan yang ada di depan matanya dan segera menyelesaikannya. Penyelesaian pekerjaan yang dimaksudadalah perasaan secara psikologis dalam menyelesaikannya bukan secara fisik karena pekerjaan itu sebuah tanggung jawab (Macey et al,2009)

c) Intensitas

Intensitas yang dimaksud dalam hal ini adalah seberapa besar intensitas terhadap konsentrasi dalam pekerjaannya. (Macey et al, 2009). Dalam hal ini juga intensitas dapat dijadikan sebagai indikator level dari kemampuan karyawan dalam bekerja. Jadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat disimpulkan jika karyawan memiliki kemampuan yang seimbang dengan tuntutan pekerjaannya maka energi dan fokusnya akan diberikan pada pekerjaannya (Macey et al, 2009)

d) Antusiasme

Antusiasme adalah keadaan psikologis secara positif dimana di pengaruhi oleh kebahagiaan dan energi positif, dalam hal ini energi positif merupakan salah satu pendorong positif well- being dalam pekerjaan. Karyawan yang antusias akan menunjukkan keaktifannya dalam bekerja dan akan terlibat dalam setiap pekerjaannya. Karyawan yang memiliki rasa *Engage* yang tinggi akan memunculkan passion dalam setiap pekerjaannya dimana perasaan itu dapat dikatakan sebagai antusiasme dalam pekerjaan.(Macey et al, 2009).

Menurut Macey, Schneider, barbera & Young (2009)(dalam Asiyah, 2012) employee engagement mencakup 2 dimensi penting, yaitu :

a. Employee engagement sebagai energi psikis

Karyawan merasakan pengalaman puncak *(peak experience)* dengan berada di dalam pekerjaan dan arus yang terdapat di dalam pekerjaan tersebut. *Employee engagement* merupakn keseriusan ketika larut dalam pekerjaan (*immersion)*, perjuangan dalam pekerjaan *(Striving*), penyerapan (*absorption*), fokus dan juga keterlibatan (*involvement).*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Employee engagement sebagai energi tingkah laku

Bagaimana *employee engagement* terlibat oleh orang lain. Employee engagement terlihat oleh orang lain dalam bentuk tingkah laku yang berupa hasil. Tingkah laku yang terlihat dalam pekerjaan berupa :

1. Karyawan akan berfikir dan bekerja secara proaktif, akan mengantisipasi kesempatan untuk mengambil tindakan dan akan mengambil tindakan dengan cara yang sesuai dengan tujuan organisasi.
2. Karyawan yang engage tidak terikat pada "job description" mereka fokus pada tujuan dan mencoba untuk mencapai secara konsisten mengenai kesuksesan organisasi.
3. Karyawan yang secara aktif mencari jalan untuk dapat memperluas kemampuan yang dimiliki dengan jalan yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
4. Karyawan pantang menyerah walau dihadapkan dengan rintangan atau situasi yang membingungkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DDI (dalam Handoko,2008) menyatakan untuk membangun employee engagement di perusahaan dapat dilakukan melalui tiga jalur yaitu :

1. *Human Resource*/ SDM perusahaan dengan menempatkan karyawan pada posisi sesuai dengan minat dan kemampuannya sehingga dapat menikmati (*enjoyment*). Harapannya bagi karyawan juga jadi mudah (*easy)* dan menghasilkan karya yang bagus (excellent)
2. *Owner* / pemegang saham yang membangun perusahaan dengan visi dan misi tidak hanya untuk profit tapi juga untuk masyarakat dan bumi kita melalui program corporate Social Reponsibility (CSR). Dari sana diharapkan tumbuh rasa kebermaknaan dan berkonstribusi dari karyawan.
3. *Leadeship* / pimpinan perusahaan yang memberikan penghargaan dan pengakuan terhadap konstribusi setiap karyawan. Penghargaan ini tidak selamanya berwujud materi tapi juga non materi berupa ucapan selamat, empati, simpati, dan sebagainya yang membuat karyawannya merasa di hargai dan dimanusiakan.

Lebih lanjut Hani T. Handoko (2008) juga mengemukakan komponen – komponen *Employee engagement* meliputi :

1. Balikan 2 arah, yaitu adanya mekanisme komunikasi dua arah dari karyawan ke menejemen dan manajemen ke karyawan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Trust pada kepemimpinan yaitu pimpinan menyampaikan visi organisasi dengan jelas dan segala janji yang di canangkan terpenuhi.
3. Pengembangan karir yaitu terbentuk system pengembangan karir yang jelas dan formal.
4. Memahami peran dalam meraih sukses yaitu karyawan memahami hubungan tugasnya dengan proses bisnis perusahaan.
5. Partisipasi dalam pembuatan keputusan yaitu proses pengambilan keputusan yaitu prose pengambilan keputusan melibatkan tingkat terendah dari implementassi keputusan.

Berdasarkan uraian diatas bahwa aspek – aspek yang dapat membentuk karyawan agar lebih *engage* lagi dengan pekerjaannya. Karyawan yang memiliki dorongan besar dalam dirinya mampu membuatnya lebih fokus dan selalu dapat berkonsentrasi dengan pekerjaannya sehingga hasil yang dicapai lebih baik lagi.

3. **Tipe Karyawan Berdasarkan Tingkat Keterikatan *(Employee Engagement)***

Seorang karyawan yang engaged akan merasa royal dan peduli dengan masa depan organisasinya. Karyawan tersebut memiliki kesediaan untuk melakukan usaha ekstra demi tercapainya tujuan organisasi untuk tumbuh dan berkembang. Gallup (2004) mengelompokkan 3 jenis karyawan berdasarkan tingkat *engagement* yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Engaged

Karyawan yang *engaged* adalah seorang pembangun (*builder)* mereka selalu menunjukkan kinerja dengan level yang tinggi. Karyawan ini akan bersedia menggunakan bakat dan kekuatan mereka dalam bekerja setiap hari serta selalu bekerja dengan gairah dan selalu mengembangkan inovasi agar perusahaan berkembang.

b. Not Engaged

Karyawan dalam tipe ini cenderung fokus terhadap tugas dibandingkan untuk mencapai tujuan dari pekerjaan itu. Mereka selalu menunggu perintah dan cenderung merasa kontribusi mereka diabaikan.

c. Actively Disengaged

Karyawan tipe ini adalah penunggu gua "*cave dweller*". Mereka secara konsisten menunjukkan perlawanan pada semua aspek. Mereka hanya melihat sisi negatif pada berbagai kesempatan dan setiap harinya, tipe *actively diengaged* ini melemahkan apa yang dilakukan oleh pekerja yang *engaged*

4. **Keuntungan dari keterikatan Karyawan**

Biro konsultasi DDI (dalam Handoko, 2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat keterikatan maka akan semakin tinggi kinerja organisasi tersebut. Handoko (2008) menjelaskan bahwa banyak keuntungan yang di hubungkan dengan level keterikatan yang tinggi, yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Meningkatkan produktivitas

b. Meningkatkan keuntungan perusahaan

c. Kualitas kerja yang tinggi

d. Meningkatkan efesiensi kerja

e. *Turnover* yang rendah

f. Mengurangi ketidakhadiran

g. Meminimalkan kecurangan dan kesalahan karyawan

h. Meningkatnya kepuasan pelanggan

i. Meningkatnya kepuasan karyawan

j. Mengurangi waktu yanghilang akibat kecelakaan kerja

k. Meminimalkan keluahan EEO atau *Employee Employment Opportunity*

5. **Faktor yang Mempengaruhi *Employee Engagement***

Menurut Federman 2009 (dalam M.Rizza Akbar, 2013) menyatakan bahwa *Employee Engagement*juga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu:

1) Kebudayaan (*Cultuure*)

2) Indikator Sukses (*Success Indikators*)

3) Pengertian Prioritas (*Priority Setting*)

4) Komunikasi (*Communication*)

5) Inovasi (*Innovation*)

6) Penguasaan Bakat (*Talent Acquisition*)

7) Peningkatan Bakat (*Talent Enhancement*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) Insentif dan Pengakuan (*Incentives andAcknowledgement*)

9) Pelanggaran (*Cusomer-Centered*)

Berdasarkan uraian diatas bahwa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi *employee engagagement* yakni ada sembilan faktor dan komunikasi termasuk dalam salah satu faktor yang telah disebutkan diatas.

B. Komunikasi Internal

1. Definisi Komunikasi internal

Komunikasi menurut Kotler (2000) (dalam abi krisma dan yoyok, 2014) menjelaskan bahwa " dalam prosesnya, komunikasi terdiri dari beberapa unsur, yaitu pengirim pesan (komunikator), pesan yang dikirimkan, saluran komunikasi yang digunakan (media), orang yang yang dituju (komunikan), efek yang ditimbulkjan (respon), dan timbal balik (*feedback*). Seorang komunikator harus mampu mengusahakan agar pesan yang disampaikan benar – benar di pahami oleh komunikan.

Komunikasi dalam sebuah organisasi perusahaan dan umumnya organisasi – organisasi lain, biasanya terjadi dalam dua kontek, yaitu komunikasi yang terjadi didalam perusahaan (*internal communication*) dan komunikasi yang terjadi di luar perusahaan (*external communication*). Di dalam komunikasi internal, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal sering terjadi kesulitan yang menyebabkan terjadinya kelancaran komunikasi atau dengan kata lain terjadi miss komunikasi. Kesulitan ini terjadi dikerenakan adanya kesalahpahaman, adanya sifat psikologis seperti egois, kurangnya keterbukaan antar pegawai, adanya perasaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertekan dan sebagainya, sehingga menyebabkan komunikasi tidak efektif dan pada akhirnya tujuan organisasi pun sulit di capai.(Siagian, 2002) (dalam siswandi, 2013)

Menurut Brennan (2009)(dalam kadek supernofa dkk, 2016) "komunikasi internal adalah pertukaran gagasan diantara para administrator dan pegawai dalam suatu organisasi atau instansi yang menyebabkan terwujudnya organisasi tersebut lengkap denganstrukuturya yang khas dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal dalam suatu organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi manajemen).

Komunikasi internal didefinsikan oleh Lawrance D. Brennan yakni "*Interchange of ideas among the administrators and its particular structure (organization) and interchange of ideas horizontally and vertically within the firm which gets work done(operation and management*)." (Pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan struktur nya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikaldi dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen).)

Komunikasi internal dalam organisasi terjadi antara manajer dengan karyawan (Mishra et al, 2014). Menurut Balakrishan dan Masthan (2013) komunikasi internal adalah proses pertukaran informasi baik secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informal dan formal antara pihak manajemen dan karyawan. Komunikasi dalam organisasi berfokus untuk menghubungkan karyawan secara individu, kelompok dan secara organisasi untuk merealisasikan pemahaman yang sama .

Menurut Zelko & Dance (dalam Arni Muhammad, 2005) (dalam danang dkk, 2012) komunikasi internal merupakan komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, dan komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Untuk menciptakan komunikasi internal harus adanya kelancaran, nilai penting dan kemanfaatan dalam komunikasi oleh atasan, teman sekerja dan bawahan, kejelasan sumber komunikasi, informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan (tidak kelebihan / kebanyakan), keseterdiaan informasi yang dibutuhkan bagi karyawan berkaitang dengan tugas – tugas pekerjaan, kelengkapan media informasi dan adanya kesadaran atau pengakuan dari pihak perusahaan akan nilai – nilai dari arti pentingnya suatu komunikasi timbal balik atasan dengan para karyawan.

Muhyadi dalam Kambey (2003) (dalam abi krisma dan yoyok, 2014) mengemukakan bahwa “komunikasi internal adalah proses penyampaian pesan – pesan yang berlangsung atar anggota organisasi.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan oleh beberapa tokoh diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal yakni pertukaran informasi yang terjadi didalam perusahaan antara atasan dengan bawahan, bawahan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan atasan maumpun sesama karyawan yang sama tingkatnya untuk menciptakan kenyaman dan kelancaran dalam berinterkasi mengenai pekerjaan atau kegiatan sehari – hari dilingkungan perusahaan.

2. Media Komunikasi Internal

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan tujuan. Media komunikasi internal Ig. Wursanto (2002) (dalam danang dkk , 2012) adalah :

1. Media komunikasi internal tertulis yakni komunikasi yang dilakukan dalam bentuk lisan atau tercetak.keuntungan menggunakan media ini yaitu dapat diperbanyak tanpa mengubah isi informasi, dapat dipelajari setiap waktu dan dijadikan dokumentasi. Misalnya surat, buku pedoman, majalah dan butelin, memo, papan pengumuman dan laporan kegiatan.
2. Media komunikasi internal lisan : komunikasi yang dilakukan dalam bentuk lisan atau kata – kata. Keuntungan menggunakan media ini adalah persoalan atau masalah dapat diselesaikan saat itu dan tidak memerlukan waktu yang cukup lama. Misalnya dengan menggunakan telepon, pertemuan atau rapat, wawancara, kunjungan dan koferensi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa media komunikasi dibagi menjadi dua yakni lisan dan tertulis, komunikasi internal secara tertulis yakni seperti surat, memo, buletin, papan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengumuman sedangkan secara lisan yakni seperti rapat, wawancara dan sebagainya.

3. **Dimensi Komunikasi Internal**

Di dalam buku ilmu komunikasi karangan Prof. Drs.Onong Uchjana Effendy, M.A menyebutkan bahwa dimensi komunikasi di bagi menjadi dua yaitu :

a. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal yakni komunikasi dari atas ke bawah *(downward communication)* dan dari bawah ke atas *(upward communication),* adalah komunikasi secara timbal balik *(two-way traffic communication).*

b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal yakni komunikasi secara mendatar, antara anggota staf atau sesama karyawan, dan sebagainya. Komunikasi horizontal ini seringkali berlangsung secara tidak formal. Mereka kerap kali berkomunikasi satu sama lain bukan pada waktu mereka sedang bekerja.

Berdasarkan uraian di atas bahwa dimensi komunikasi dibagi menjadi dua yakni vertikal dan horizontal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. **Jenis – Jenis Komunikasi**

Komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni :

a. komunikasi persona yakni komunikasi antara dua orang dan dapat berlangsung dengan dua cara.
b. Komunikasi kelompok yakni komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka.

Berdasarkan uraian diatas bahwa jenis – jenis komunikasi dibagi menjadi dua jenis yakni komunikasi persona dan komunikasi kelompok.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Hubungan komunikasi internal dan *Employee Engagement*

Tuntutan bisnis dalam perusahaan sekarang ini semakin meningkat, oleh karena itu memiliki dan mempertahankan karyawan yang cakap menjadi salah satu tugas organisasi. Setiap organisasi sudah dibekali strategi yang baik untuk mempertahankan karyawannya seperti dengan meningkatkan *Engagement*.

Sebelumnya, peneliti telah menjelaskan mengenai bahwa salah satu cara untuk meningkatkan *Engagement* dengan komunikasi yang baik salah satunya dengan komunikasi internal (Balakhrishan dan Mastha, 2013).

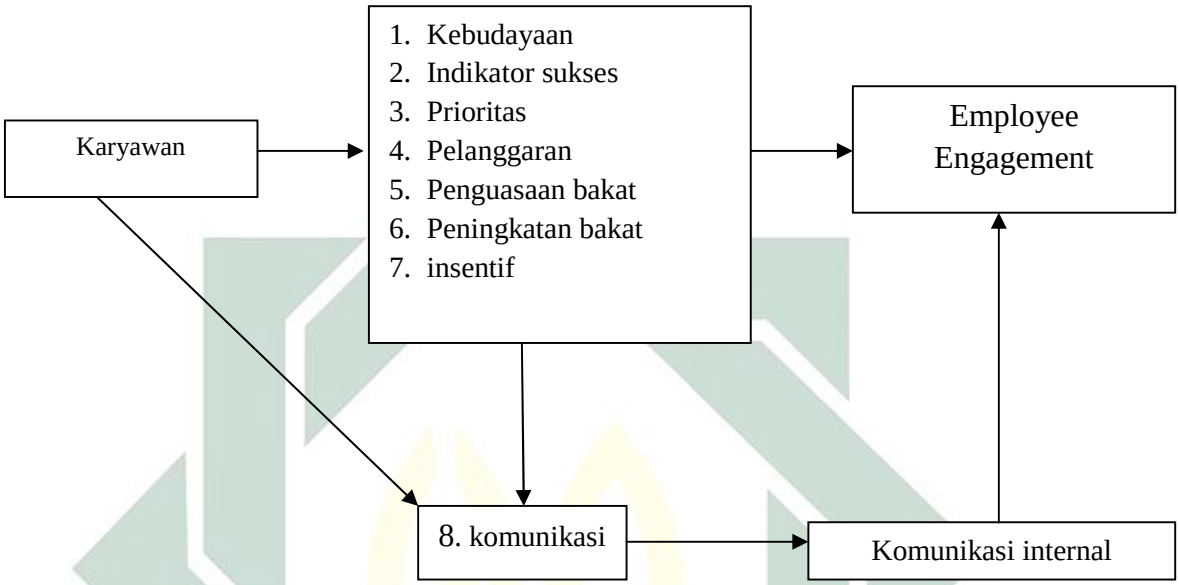
Sebagai salah satu kunci pencapaian *Employee Engagement* adalah dengan adanya komunikasi Internal (Baumruk, Gorman, & Gorman, 2006; Hoover, 2005; Woodruffe 2006; Yates 2006 seperti dikutip oleh Hayase 2009) dan sebuah organisasi yang memiliki komunikasi yang efektif dengan karyawannya akan memiliki tingkat *Engagement* atau keterikatan yang lebih baik lagi (Baumurk et al 2006; Debbusy, Ewning, & Pitt, 2003; Yates, 2006 dalam Hayase 2009 seperti dikutip oleh Hayase 2009).

Fungsi utama dari komunikasi didalam lingkungan professional adalah untuk mengirimkan dan menukar informasi untuk menyempurnakan tujuan dan sasaran perusahaan atau organisasi (Luisser & Achua, 2004; O'Hair et al, 2005; Pandey & Garnett, 2006 seperti dikutip dalam Hayase)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Kerangka Teoritis/Landasan Teoritis

Berikut ini adalah kerangka teoritis yang mendasari dilaksanakan penelitian ini :



Gambar 2.1 kerangka teoritik

Seorang karyawan adalah salah satu hal yang penting dalam sebuah perusahaan, seorang karyawan yang memiliki *employee engagement* dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni, kebudayaan, indikator sukses, prioritas, pelanggaran, penguasaan bakat, peningkatan bakat, insentif serta komunikasi. Adapun komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini ialah komunikasi internal apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *employee engagement*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritik teoritis tersebut, maka hipotesis ini adalah terdapat pengaruh komunikasi internal terhadap *Employee Engagement* pada karyawan Perum Bulog Divre Jatim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id