BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Y atau yang bisa disebut sebagai *millenials/techno-savvy/digital natives*, yaitu mereka yang lahir pada tahun 1980 – 1995 (Hays, 2014), mulai memasuki dunia pekerjaan sejak tahun 2015. Saat ini, jumlah generasi Y semakin mendominasi di dunia pekerjaan bahkan diperkirakan pada tahun 2025 generasi Y akan mengisi 75% dunia pekerjaan diseluruh dunia (Mendryk, 2015). Fenomena meningkatnya karyawan generasi Y juga terlihat pada institusi-institusi di Indonesia, seperti misalnya pada Lembaga Sandi Negara (Lemsaneg). Pada tahun 2014, didapat data bahwa 57% pegawainya didominasi oleh generasi Y. Fenomena ini juga terdapat pada Bank Indonesia (BI), dimana pekerja generasi Y sampai tahun 2016 sudah mencapai 29% dari jumlah karyawan. Secara lebih lanjut, Arinsi (2013) menegaskan bahwa diperkirakan 3 tahun kedepan generasi Y akan menguasai BI sampai dengan 50%. Meningkatnya generasi Y di dunia kerja, maka diperlukan manajemen sumber daya manusia yang sesuai untuk karakteristik mereka.

Dalam lingkungan kerja, generasi Y memiliki ekspektasi yang tinggi untuk dirinya, memiliki kepercayaan diri yang tinggi, serta *multitasking* (Gillbert, 2011). Selain itu, Solnet & Hood (2008) memaparkan bahwa generasi Y dicirikan sebagai generasi yang mudah mengekspresikan pendapat, mandiri, menginginkan *feedback* secara langsung, dan menyukai tantangan. Hasil survey yang dilakukan oleh Ryza (2016) pada sebuah situs JakPat menghasilkan bahwa generasi Y memiliki kesulitan dalam berkomunikasi dengan atasan, terlebih dengan atasan yang berbeda generasi dari mereka. Komunikasi antar individu dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi secara langsung (*face to face*) yang memberikan kesempatan kepada orang lain agar memahami apa yang

disampaikan, baik secara verbal maupun non verbal (Deddy, 2004). Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan cara berinteraksi langsung atau bertatap muka.

Generasi Y saat ini menunjukkan kemampuan yang kurang dalam kemampuan interpersonal. Rangel (2017) memaparkan bahwa generasi Y mengalami kesulitan seperti tidak terlibat dalam sebuah komunikasi serta memiliki pendekatan yang tidak pantas ketika berbicara. Sedangkan, komunikasi yang buruk dapat merugikan hubungan interpersonal seseorang, bahkan karirnya. Selain itu, menurut *Pew Research Survey* (dalam Khush, 2018), generasi Y memiliki cara berfikir mendalam yang kurang dan kurangnya memiliki keterampilan sosial dalam berkomunikasi secara langsung (*face to face*). Kurangnya kemampuan akan komunikasi secara langsung membuat generasi Y memiliki kemampuan komunikasi verbal yang menurun. Menurunnya kemampuan komunikasi verbal dapat disebabkan karena penggunaan teknologi yang berlebihan. Sedangkan, kemampuan komunikasi verbal penting dalam memajukan individu pada karirnya, dapat memelihara dan membangun hubungan dengan orang lain, dan menggambarkan citra positif di tempat kerja. Padahal, kemampuan komunikasi interpersonal yang baik sangatlah penting dimiliki para karyawan untuk menyukseskan sebuah organisasi (Yate, 2009), untuk menangani konflik, serta bernegosiasi (Singh dan Lalropuii, 2014).

Dampak yang terjadi akibat kurangnya komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y diantaranya menjadi lebih canggung ketika berinteraksi secara *interpersonal* dan tidak memiliki kesiapan untuk berkolaborasi secara efektif dengan rekan tim (Alsop, 2013). Selain itu, hasil penelitian atau survey yang dilakukan oleh English, Manton, dan Walker (2007) menghasilkan bahwa sebagian besar *fresh graduate* cenderung kurang memiliki komunikasi interpersonal ketika memasuki dunia pekerjaan.

Kersten (2002), mengatakan bahwa karakteristik lain yang dimiliki oleh yaitu memiliki kecakapan dalam penggunaan teknologi. Hal ini dikarenakan generasi Y adalah generasi pertama yang selama kehidupannya hidup di zaman digital dan teknologi informasi yang mendalam (Bennet, Maton, Kervin, 2008; Wesner & Miller, 2008), termasuk dalam penggunaan media sosial.

Media sosial merupakan perangkat elektronik yang dapat meningkatkan komunikasi, mendukung kolaborasi, dan memungkinkan pengguna untuk menghasilkan dan berbagi konten (Thielst, dalam Sarringhaus, 2011). Media sosial mempermudah pengguna untuk memantau kegiatan orang lain tanpa berhadapan secara langsung, serta berguna untuk menjalin hubungan dengan teman lama, atau bahkan menciptakan hubungan dengan teman baru (Quan-Haase & Young, 2010). Menurut *American Press Institute*, sebanyak 88% generasi Y menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi dari *facebook*. Adapun 57% diantaranya, mendapatkan informasi dari *facebook* dengan membuka akunnya paling tidak sehari sekali. Di Indonesia, generasi Y juga menggunakan media sosial untuk saling berkoneksi dengan orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Ekoputri, & Halim (2017) yang menghasilkan bahwa generasi Y selalu mengakses media sosial yang dimilikinya. Bahkan, hasil perhitungan akan penggunaan internet di Indonesia menurut Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJI) juga mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Dalam penggunaan media sosial, generasi Y menggunakan waktunya sebanyak 19 jam per hari untuk mengakses media sosial, sedangkan generasi X, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1965-1979 (Hays, 2014), menghabiskan waktu 13 jam per hari untuk mengakses media sosial (Rosen, 2011). Sejalan dengan itu, hasil penelitian Gafni & Geri (2013), menunjukkan bahwa lamanya penggunaan *gadget* membuat generasi Y lebih dapat mengaplikasikan penggunaan internet dibandingkan dengan generasi X, khususnya media sosial. Sejalan dengan itu, hasil survey dari *we are social* pada awal tahun 2016 menyatakan sebanyak 84% pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi Y (Sumara, 2016).

Penggunaan media sosial dengan frekuensi tinggi dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap penggunanya. Dampak positif yang ditimbulkan dari media sosial antara lain membantu karyawan untuk lebih fokus akan tujuan dari perusahaan, dan mengembangkan ide-ide kecil menjadi wawasan yang berharga (Lee, 2013). Selain itu, Dronen (2014) menyebutkan penggunaan media sosial di tempat kerja juga membantu cara berinteraksi dari karyawan satu ke karyawan yang lainnya.

Disisi lain, media sosial dapat membuat seseorang berkurang konsentrasinya. Selain itu media sosial juga dapat membuat seseorang kurang memperhatikan komunikasi langsung (*face-to-face*), kurang berkomunikasi, tidak memperhatikan dunia nyata, lebih agresif, membuat seseorang menjadi tidak sabar, *self-centered*, mengalami perubahan pada pola otak, aktivitas, dan penurunan rentang atensi dari 12 menit menjadi 5 menit, bahkan menjadikan seseorang lebih memilih komunikasi melalui media sosial daripada secara langsung (Beth, 2011; Vidyarthi dalam Munene & Nyaribo, 2013; Chasombat, 2014).

Selain itu, Alsop (2013) mengatakan bahwa penggunaan media sosial yang terlalu sering dapat mengakibatkan hilangnya kemampuan untuk berinteraksi secara langsung. Hal ini didukung oleh Chasombat (2014) yang menyatakan bahwa individu yang mengandalkan hubungan secara *online* dapat kehilangan kemampuan berinteraksi pada kehidupan nyata. Penggunaan jaringan sosial yang terlalu sering juga dapat menjadikan seseorang ditolak oleh kehidupan sosial (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay, & Scherlis, 1998). Hasil penelitian Drago (2015) menunjukkan bahwa teknologi memiliki dampak negatif karena membuat individu bergantung dengan teknologi dan mengabaikan komunikasi secara langsung.

Dalam Islam, Islam mengajarkan kepada setiap umatnya untuk berkomunikasi kepada siapapun, sebagaimana firman Allah Subhannahu Wata'ala, "*Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal*" (QS. Al-Hujurat(49):3). Komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena segala gerak langkah seseorang selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi islami merupakan komunikasi yang berakhlak *al-karimah* atau beretika. Komunikasi yang berakhlak *al-karimah* berarti komunikasi yang bersumber kepada Al-quran dan hadis (sunah Nabi).

Frekuensi penggunaan media sosial dapat mempermudah seseorang dalam melakukan pekerjaannya. Sebagaimana dalam firman Allah Subhannahu Wata'ala:

"... *Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu…*" (QS. Al-Baqarah(2): 185). Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat membuat seseorang membuang-buang waktunya. Membuang-buang waktu dalam islam merupakan hal yang tidak boleh dilakukan, sebagaimana sabda Rasulullah : "*Diantara (tanda) kebaikan islam seseorang adalah meninggalkan perkara yang tidak bermanfaat baginya.*" (Hadis Hasan. Diriwayatkan oleh At-Tirmidzi).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa karyawan memiliki kecenderungan menurunnya cara berkomunikasi secara langsung. Berkurangnya cara berkomunikasi dapat diperoleh dari seringnya menggunakan media sosial. Sehingga peneliti memiliki asumsi bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada perusahaan dan karyawan terkait kemampuan menggunakan media sosial secara efektif, dan komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh karyawan generasi Y.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena diatas, pertanyaan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini:

1. Apakah terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y?
2. Bagaimana hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y dalam sudut pandang Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y.

2. Untuk melihat hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y dalam sudut pandang Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- Penelitian ini juga bermanfaat untuk menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya mengenai generasi Y, kemampuan menggunakan media sosial, dan komunikasi interpersonal.
- Menjadi sumbangan pengetahuan dalam ilmu psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait kemampuan menggunakan media sosial secara efektif, dan komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh karyawan generasi
- Sebagai bahan rujukan bagi praktisi dalam melakukan intervensi pada kemampuan menggunakan media sosial dan komunikasi interpersonal pada karyawan

1.5 Ringkasan Alur Pemikiran

Generasi Y

- Generasi Y merupakan generasi yang lahir antara tahun 1980-1995 (Hans, 2014).
- Karakteristik generasi Y antara lain kepercayaan diri yang tinggi, *multitasking*, dan juga memiliki kecakapan dalam teknologi (Gillbert, 2011; Kersten, 2002).
- Penelitian Bennet, Maton, Kervin, (2008); Wesner & Miller, (2008): generasi pertama yang selama kehidupannya hidup di zaman digital dan teknologi informasi yang mendalam, termasuk dalam penggunaan media sosial

Komunikasi Interpersonal

- Deddy (2004), komunikasi interpersonal adalah komunikasi secara langsung (*face to face*) yang memberikan kesempatan kepada orang lain agar memahami apa yang disampaikan, baik secara verbal maupun non verbal.
- Hasil penelitian yang dilakukan oleh English, Manton, dan Walker (2007): sebagian besar *fresh graduate* cenderung kurang memiliki komunikasi interpersonal ketika memasuki dunia pekerjaan.
- Karyawan yang lebih muda diantaranya menjadi lebih canggung ketika berinteraksi secara *interpersonal* dan tidak memiliki kesiapan untuk berkolaborasi secara efektif dengan rekan tim (Alsop, 2003).

Penggunaan Media Sosial

- Penggunaan media sosial di tempat kerja juga membantu cara berinteraksi dari karyawan satu ke karyawan lainnya (Dronen, 2014).
- Individu akan kurang konsentrasinya, kurang memperhatikan komunikasi langsung (*face-to-face*), kurangnya kemampuan berkomunikasi, tidak memperhatikan dunia nyata, lebih agresif, membuat seseorang menjadi tidak sabar, *self-centered*, lebih memilih komunikasi memalui media sosial daripada secara langsung (Beth, 2011; Vidyarthi dalam Munene & Nyaribo, 2013; Chasombat, 2014).

Pertanyaan Penelitian

Apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y?