

organisasi. Namun, sekarang ini kepuasan kerja belum cukup menunjang performa dari setiap karyawan seperti yang dilansir pada artikel JCG (*The Jakarta Consulting Group*, 2015). Setiap karyawan di haruskan memiliki rasa *engagement*, keterlibatan kerja, komitmen, keinginan berkontribusi, dan rasa memiliki terhadap pekerjaan dan organisasinya tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap anggota karyawan harus memiliki rasa keterikatan dengan perusahaannya atau yang di kenal dengan istilah *employee engagement*.

Jika seorang karyawan memiliki keterikatan kerja (*employee engagement*) yang baik, karyawan tersebut akan memiliki komitmen kerja yang baik pula. Hal tersebut juga di ungkapkan oleh Balakrishnan dan Masthan (2013) bahwa *employee engagement* dapat di deskripsikan sebagai bentuk rasa emosional dari karyawan dan komitmennya pada kesuksesan organisasinya. Pada dasarnya setiap karyawan yang *Engage* akan berusaha meningkatkan performa dan kinerjanya untuk mencapai setiap tujuan organisasinya (Balakhrishan dan Masthan, 2013). Seperti yang disampaikan oleh Haudan (dalam Andjani dan Prianti, 2009) bahwa rasa *Engagement* menciptakan lingkungan kerja yang kompetitif sehingga orang akan berusaha tidak pernah ketinggalan untuk bertanding dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi. Jadi, setiap karyawan akan ikut bertanding dan tidak akan pernah tertinggal satu pertandingan pun sampai goal atau tujuan dari perusahaan tercapai.

Setiap perusahaan sekarang ini sudah memasuki bentuk kompetisi baru yaitu kompetisi dalam hal *talent* dan *skill* dari *Human Resources*. Dengan pengelolaan HR yang baik dapat membentuk rasa kesetiaan pada karyawan, maka dari itu pengelolaan *Employee Engagement* menjadi perhatian yang khusus dalam organisasi sekarang ini. Karena setiap perusahaan akan berusaha untuk mengikat karyawannya baik fisik, jiwa maupun pemikirannya (Balakrishnan dan Masthan, 2013).

[illegible]

Menurut survey AON-Hewwit (2013) bahwa tingkat *Engagement* pada karyawan masih rendah terutama di Asia. Di Indonesia, tingkat *Engagement* karyawan sebesar 71 persen jauh lebih tinggi dari pada di Jepang dan di Jepang sendiri tingkat *engagement* nya sebesar 43% .Namun karyawan yang tergolong *highly-Engage* hanya sebesar 15 persen. Masih banyak pegawai yang belum memiliki rasa keterikatan dengan perusahaan. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan pada PT.Primatexco Indonesia (Akbar, 2013) bahwa masih banyak karyawan yang tidak memiliki rasa *Engage*, akibatnya banyak karyawan yang masih sibuk dengan membuka akun *facebook* atau *twitter*. Sekitar 65 persen pelanggaran adalah keterlambatan kerja. Angka yang cukup tinggi untuk sebuah pelanggaran dimana terlambat dalam memulai pekerjaan akan mempengaruhi kinerja pekerjaan yang lainnya diperusahaan. Pada penelitian tersebut (Akbar, 2013) ditemukan bahwa rasa antusias dari karyawan terlihat sangat rendah dimana karyawan lebih sibuk bermain game diatas meja komputer mereka. Dapat disimpulkan bahwa karyawan yang tidak *Engage* dengan perusahaan akan menurunkan kinerja perusahaan itu sendiri, maka dari

Menurut Paradise (dalam Hayase, 2009) *Employee Engagement* sendiri adalah hasil kondisi pekerjaan yang mendukung hal ini berarti tiap – tiap karyawan memiliki rasa keterikatan untuk perusahaannya karena kenyamanan mereka dalam bekerja. Jika seseorang karyawan memiliki keterikatan kerja (*Employee Engagement*) yang baik, karyawan tersebut akan memiliki komitmen kerja yang baik juga. Hal tersebut juga di ungkapkan oleh Balakrishnan dan Masthan (2013) bahwa *Employee Engagement* dapat di deskripsikan sebagai bentuk rasa emosional dari karyawan dan komitmennya pada kesuksesan organisasinya.

[illegible]

Sedangkan menurut Federman (2009) salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya *Employee Engagement* di suatu perusahaan yakni komunikasi. Komunikasi adalah salah satu aspek penting dalam perusahaan. Dengan melalui komunikasi yang baik, tujuan perusahaan akan tercapai. Komunikasi dan organisasi tidak dapat dipisahkan, karena dengan komunikasi akan terjadi sebuah interaksi dalam perusahaan. Komunikasi yang terjadi dalam perusahaan menjadi kunci penting dalam berjalannya sebuah perusahaan. Komunikasi dalam perusahaan juga dapat dikatakan sebagai komunikasi internal, dimana hanya terjadi dilingkup organisasi itu saja.

[illegible]

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa komunikasi internal dapat membantu meningkatkan keterikatan karyawan dalam perusahaan. Dengan meningkatkan kualitas komunikasi internal dapat pula meningkatkan rasa *Engage* pada karyawan. Masih sangat sedikit penelitian yang berfokus pada *internal communication* dan *Employee Engagement*. Masih sangat sedikit penelitian yang berfokus pada *internal communication* dan *employee engagement* (Karanges, et. Al, 2015) .Terdapat penelitian yang dilakukan pada Singapore Airlines (Chong, 2007) (dalam Mishra, 2014) mengatakan bahwa dialog secara *face-to-face* antara karyawan dengan para staf dapat meningkatkan *brand image* yang baik dihadapan *customer*.

Menurut Pounsford (2007) (dalam Karen Mishra, 2104) penggunaan strategi komunikasi internal seperti *storytelling*, komunikasi informal, dan pelatihan dapat menunjang *employee engagement* didalam perusahaan. Walau masih sedikitnya penelitian mengenai pengaruh komunikasi internal terhadap

Peneliti tertarik untuk melihat hal ini dikarenakan, komunikasi merupakan unsur penting dalam membangun hubungan antar sesama manusia, dalam hal ini adalah antara pimpinan, karyawan dan komunikasi antar sesama karyawan. *Employee engagement* sendiri bukan merupakan hal yang mudah, untuk dapat mempertahankan karyawan dengan tingkat loyalitas dan komitmen sangat sulit dimiliki apalagi hingga sedemikian dalam. Komunikasi sendiri di rasa amat penting perannya terlebih dalam menciptakan *Engagement* para karyawan. Di Indonesia *Employee engagement* menjadi salah satu perhatian khusus. Tingkat *Engagement* di Indonesia masih rendah yaitu sebesar 15% (AON Hewit's, 2013). Menurut Seigts et al (2006) bahwa salah satu yang membuat karyawan *Engage* adalah *clarity* atau kejelasan dalam komunikasi. Komunikasi yang seperti apakah yang dapat menunjang *Engagement* karyawan? Apakah komunikasi internal juga menjadi salah satu penunjang *Employee engagement* dalam diri karyawan? Oleh karena itu peneliti merasa tertarik dan perlu untuk mencari tahu komunikasi internal dan *Employee engagement* serta menganalisis pengaruhnya pada karyawan di perusahaan.

[illegible]

yang mencakup tiap daerah untuk memasok memerlukan komunikasi yang baik didalam perusahaan. Untuk suatu perusahaan yang bersinergi, untuk senantiasa yang terbaik perlu komunikasi yang baik pula. Setiap orang dapat juga merasa terlibat dalam perusahaan dan mereka. Dalam mencapai meningkatkan *Employee engagement* atau manajemen perusahaan perlu meningkatkan *employee engagement* tersebut agar tetap memiliki *engage* dalam diri sendiri. Untuk meningkatkan hal tersebut pihak manajemen Bulog perlu melakukan beberapa kegiatan agar terus meningkatkan pada *employee engagement* dan sering melakukan diklat dan kegiatan yang dapat meningkatkan *employee engagement* agar tercipta *engage* yang baik . selain nantinya

yang mencakup tiap daerah untuk memasok memerlukan komunikasi yang baik didalam perusahaan. Untuk suatu perusahaan yang bersinergi, untuk senantiasa yang terbaik perlu komunikasi yang baik pula. Setiap orang dapat juga merasa terlibat dalam perusahaan dan mereka. Dalam mencapai meningkatkan *Employee engagement* atau manajemen perusahaan perlu meningkatkan *employee engagement* tersebut agar tetap memiliki *engage* dalam diri sendiri. Untuk meningkatkan hal tersebut pihak manajemen Bulog perlu melakukan beberapa kegiatan agar terus meningkatkan pada *employee engagement* dan sering melakukan diklat dan kegiatan yang dapat meningkatkan *employee engagement* agar tercipta *engage* yang baik . selain nantinya

Dari merumuskan masalah, penulis mengemukakan pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang diatas yakni apakah terdapat pengaruh komunikasi internal terhadap *Employee engagement* pada karyawan di Perum Bulog Divre Jatim ?

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bahwa terdapat pengaruh komunikasi internal terhadap *Employee engagement* di Perum Bulog Divre Jatim.

Sebelumnya penelitian ini dilakukan terdapat penelitian – penelitian yang telah dilakukan tentang komunikasi internal yakni penelitian yang dilakukan pada tahun (2010) oleh Blanka Urbaskova dari Republik Ceko bahwa penelitian ini memfokuskan sarana komunikasi yang umum untuk di gunakan dalam perusahaan. selain itu juga ditujukan untuk melihat pendapat karyawan mengenai suasana di dalam perusahaan. hasil penemuan dilapangan menunjukkan banyak hal positif dalam pelaksanaannya bahwa hubungan interpersonal yang baik, budaya dan persahabatan mendominasi di tempat kerja serta hampir semua karyawan menyadari tentang ruang lingkup kerja mereka masing- masing.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Jonnie Catherine De Lacy dari Queensland University of Tecnology pada tahun (2009) tentang *Employee Engagement* mempunyai tujuan yakni mendefinisikan tentang keterlibatan dan kemudian memeriksa bagaimana perilaku afektif pemimpin tersebut mempengaruhi setiap dimensi keterlibatan.

Penelitian tentang *Employee engagement* sebelumnya pernah diteliti oleh M.Rizza Akbar (2013), pada karyawan PT. Primatexco yakni Perbedaannya dengan peneliti terletak pada variabel dan subjeknya. Pada penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *Employee engagement* dengan nilai koefesiensi regresi sebesar 0,623. Artinya semakin baik budaya organisasinya maka semakin tinggi *Employee engagement*, sebaliknya semakin buruk budaya organisasi maka semakin rendah pula *Employee engagement*.

Penelitian selanjutnya tentang penelitian *Employee engagement* dan komunikasi internal yang telah diteliti oleh Made Dwi Anjani dan Desi Dwi Prianti (2009). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan memberikan rekomendasi terhadap pemecahan masalah dalam keterikatan karyawan di dalam komunikasi internal serta memberikan pemahaman tentang kriteria keterlibatan yang efektif dalam komunikasi internal.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Endah Muljasih pada tahun (2015) tentang persepsi dukungan organisasi dengan keterlibatan karyawan. Penelitian ini memiliki perbedaan pada variabel serta subjeknya. Dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara dukungan organisasi dan keterikatan karyawan, yang memiliki $r = .631; p < .001$.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Danang Indra Putranto, Sri Suryoko, Handoyo Djoko W tentang komunikasi internal dan kepuasan karyawan. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikansi bahwa komunikasi internal memberikan pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

Perbedaan penelitian-penelitian di atas dengan peneliti terletak pada variabel, subjek dan juga tempat untuk melakukan penelitian.