

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam suatu perusahaan, terdapat individu dengan keberagaman usia yang masuk dalam berbagai kelompok generasi. BPS (2021) menyebutkan bahwa usia produktif yaitu individu dengan usia antara 15-64 tahun yang termasuk dalam generasi *baby boomers*, generasi X, generasi Y (milenial), dan generasi Z. Data terbaru yang dipaparkan BPS (2021) bahwa jumlah pekerja di Indonesia paling banyak diduduki oleh generasi Y yang lahir antara tahun 1981-1996 yaitu 47,9 juta. Selanjutnya, disusul oleh generasi X yang lahir antara tahun 1965-1980 dengan 42,8 juta. Kemudian, generasi *baby boomers* yang lahir antara tahun 1946-1964 dengan 24,4 juta.

Winasis (2018) menjelaskan bahwa perbedaan generasi angkatan kerja tersebut biasa disebut dengan istilah *generation gap* atau kesenjangan generasi. Hal tersebut dapat menimbulkan hambatan dalam suatu perusahaan. Winasis juga menerangkan bahwa kesenjangan dan miskomunikasi disebabkan karena perbedaan sudut pandang, motivasi, dan etika kerja. Gravett dan Throckmorton (2007) menjelaskan bahwa adanya perbedaan generasi di suatu perusahaan menimbulkan perbedaan pola pikir, sikap, dan kebiasaan sehingga dalam perusahaan tersebut akan mudah mengalami kerentanan dalam hal komunikasi yang dapat menimbulkan konflik antar generasi.

Hutapea (2016) memaparkan bahwa komunikasi merupakan aspek yang penting dalam kehidupan karena manusia adalah makhluk sosial yang berkaitan dengan proses interaksi. Barnard (dikutip Kuswarno, 2001)

memaparkan bahwa dalam organisasi, komunikasi merupakan kekuatan utama yang membuat dinamis sistem kerja sama dan menghubungkan tujuan organisasi. Komunikasi mempunyai arti penting antara lain untuk dapat menjalin hubungan yang baik antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan bersama (Kalesaran, Warouw, & Pollii, 2019).

Tiap organisasi menginginkan komunikasi berjalan dengan lancar, namun dalam organisasi sendiri terdapat beberapa kelompok generasi yang mempunyai gaya komunikasi yang berbeda-beda. Seperti halnya studi yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) tentang generasi X dan generasi Y di PT Petrokimia Gresik menunjukkan adanya perbedaan orientasi pada tujuan perusahaan. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa generasi X lebih berorientasi pada proses dalam mencapai tujuan, sedangkan generasi Y lebih berorientasi pada tujuan yang dicapai tanpa memperdulikan prosesnya. Kemudian, ditemukan adanya perbedaan komunikasi interpersonal antar kedua kelompok subjek. Hasil studi tersebut diperkuat oleh penelitian dari fakta yang disampaikan oleh Putri, Hartanto, dan Husna (2019) bahwa karyawan dengan perbedaan generasi dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan risiko terjadinya ketidakseimbangan dalam berkomunikasi di lingkungan kerja.

Dewi dan Atmaja (2018) menerangkan bahwa organisasi bergantung pada komunikasi organisasi yang efektif. Mereka memaparkan bahwa adanya efektivitas dalam komunikasi organisasi dapat membuat keberhasilan dalam mencapai fungsi organisasi termasuk penstrukturan, memimpin, mengontrol, pemilihan keputusan, dan mencapai tujuan. Sebaliknya, mereka menerangkan jika komunikasi dalam organisasi tidak efektif dapat menimbulkan masalah

seperti konflik, pertentangan, adanya potensi salah dalam mengambil keputusan, pelaksanaan yang buruk, dan kesalahpahaman.

Menurut Kuswarno (2001), efektivitas komunikasi dapat ditentukan oleh gaya komunikasi. Anwar (2015) menambahkan bahwa ketika individu berinteraksi, jika makna yang disampaikan oleh pengirim dapat diterima oleh penerima pesan walaupun menggunakan gaya komunikasi yang berbeda, maka hal tersebut dapat menciptakan efektivitas komunikasi organisasi sehingga menentukan kesuksesan organisasi. Sebaliknya, jika komunikasi tidak berjalan dengan efektif dapat memicu konflik dalam organisasi. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mengetahui gaya komunikasi individu dalam perusahaan adalah hal yang penting demi tercapainya efektivitas komunikasi organisasi.

Widjaja (dikutip Fajrie, 2017) mendefinisikan gaya komunikasi merupakan perilaku individu yang digunakan khusus dalam situasi atau kondisi tertentu. Gaya komunikasi berisi mengenai bagaimana cara penyampaian dan gaya bahasa yang digunakan dalam berbicara. Widjaja juga menjelaskan bahwa gaya komunikasi dapat berupa verbal seperti kata-kata, nonverbal seperti nada bicara, bahasa tubuh, serta adanya ruang dan jarak. Kemudian, menurut Potter dan Perry (2017) gaya komunikasi juga dipengaruhi oleh perkembangan, persepsi, nilai, latar belakang sosiokultural, emosi, gender, pengetahuan, peran dan hubungan, lingkungan, dan jarak. Tiap individu menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda tergantung emosi individu pada saat tersebut, misalnya ketika sedang marah, bahagia, dan sedih (Fajrie, 2017).

Ada beberapa gaya komunikasi yang digunakan seseorang dalam proses komunikasi. Menurut Liliweri (2011) ada tiga jenis gaya komunikasi, yaitu: Pertama, gaya asertif yaitu individu cenderung aktif mendengarkan, terencana, langsung menyatakan perasaan dan keinginannya. Kedua, gaya non asertif yaitu individu cenderung berbicara pasif, mengikuti opini orang lain, serta berbicara dengan ragu-ragu. Terakhir, gaya agresif yaitu individu cenderung tertutup, sedikit mendengarkan, dan sering menyela pembicaraan orang lain.

Menurut Larasati (2019) gaya komunikasi asertif merupakan bentuk gaya komunikasi yang efektif dan empatik karena gaya komunikasi ini selalu mengedepankan penyampaian dan maksud yang jelas, serta mementingkan relasi yang sehat dengan lawan bicara. Pendapat tersebut diperkuat oleh Runtuwene, Tangkudung, dan Papatungan (2021) yang menjabarkan bahwa gaya komunikasi asertif cukup efektif untuk membangun hubungan yang baik dengan karyawan di perusahaan, karena tanpa gaya komunikasi asertif terbukti bahwa banyak karyawan yang kurang baik dalam melaksanakan tugas sebagai karyawan.

Gaya komunikasi memengaruhi pekerjaan, kesejahteraan emosional, dan hubungan individu (Muhammad, Aryadillah & Putri, 2019). Pengaruh tersebut menunjukkan pentingnya memahami gaya komunikasi dalam organisasi. Seperti halnya yang disampaikan oleh Dave (dikutip Heng & Yazdanifard, 2013) bahwa tiap generasi memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda. Generasi *baby boomers* cenderung lebih memilih komunikasi dengan tatap muka atau menggunakan telepon daripada menggunakan internet, blog, ataupun *chat* dalam situasi formal, sedangkan generasi X

cenderung lebih sering berkomunikasi dengan cara yang biasa mereka lakukan seperti *email*, telepon, *chat*, dan internet tetapi mereka menghindari untuk berkomunikasi tatap muka, diskusi dalam tim, dan penulisan surat yang formal. Mereka kesulitan dalam berkomunikasi dengan generasi yang lebih tua atau lebih muda dari mereka. Kemudian, generasi Y cenderung lebih banyak berkomunikasi dengan internet, *email*, telepon, atau *chat*. Mereka juga menghindari berkomunikasi tatap muka bahkan percakapan telepon.

Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk. (2019) mengenai analisis pengaruh perbedaan generasi terhadap pola komunikasi organisasi pada subjek generasi X dan generasi Y dengan hasil ditemukan adanya hubungan antara perbedaan generasi karyawan terhadap pola komunikasi di perusahaan. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada variabelnya, penelitian ini menggunakan variabel gaya komunikasi, sedangkan penelitian tersebut menggunakan pola komunikasi organisasi. Perbedaan selanjutnya terdapat pada kelompok subjek, penelitian ini menggunakan tiga kelompok subjek yaitu generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menggunakan dua kelompok subjek yakni generasi X dan generasi Y.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Venter (2017) yang membahas perbedaan komunikasi antara generasi Y dan generasi *baby boomers*. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada kelompok subjek. Penelitian tersebut menggunakan dua kelompok subjek yaitu generasi Y dan

generasi *baby boomers*, sedangkan penelitian ini menggunakan tiga jenis subjek yaitu generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y.

Masih sedikitnya penelitian yang membahas gaya komunikasi pada lintas generasi mendorong peneliti untuk melakukan penelitian ini sehingga memunculkan suatu pertanyaan apakah ada perbedaan gaya komunikasi pada generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y?

## **1.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan gaya komunikasi antara generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y dalam organisasi.

## **1.3. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah hasil penelitian bagi pengembangan ilmu Psikologi Industri dan Organisasi (PIO) khususnya yang berkaitan dengan perbedaan gaya komunikasi antar generasi dalam organisasi.

### **b. Manfaat praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas untuk suatu organisasi mengenai gaya komunikasi antara generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y.