

PENGARUH *SYMMETRICAL COMMUNICATION* TERHADAP *EMPLOYEE COMMUNICATION BEHAVIORS* YANG DIMEDIASI OLEH *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PADA PT. PUTRATAMA BHAKTI SATRIA

Advaito Bagaskoro, Ayu Rahma Haninda, Nur'aeni, S.Psi, M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi STIKOM InterStudi, Jakarta

Jl. Wijaya II No 62 Jakarta 12160

Email: advaito.bagaskr@gmail.com, rstudent77@gmail.com, nuraeni@unsub.ac.id

ABSTRAK

Saat ini hubungan karyawan dengan perusahaan sangat penting dalam berkomunikasi. Hal tersebut dibutuhkan untuk mendukung kepentingan sebuah perusahaan atau organisasi. Karyawan yang baik dilihat dari cara berkomunikasi dan perilaku menjadikan karyawan berkualitas. Komunikasi internal dalam perusahaan akan menjadikannya karyawan menjadi baik atau tidak berkualitas karena komunikasi adalah faktor yang penting. Pada penelitian ini perusahaan yang diteliti adalah PT. Putratama Bhakti Satria (PROTECOM) yang berdiri sejak tahun 1999, PROTECOM memiliki pengalaman dalam bidang jasa keamanan yang memiliki lebih dari 1000 personel. Tujuan serta rumusan masalah di studi ini ialah guna melihat seberapa berpengaruhnya *symmetrical communication* terhadap *employee communication behaviour* yang dimediasi oleh *employee engagement*. Referensi yang digunakan pada penelitian ini sebanyak tiga artikel ilmiah. *Symmetrical communication* merupakan hubungan antar karyawan yang perlu ada dalam sebuah organisasi untuk keinginan dan kepentingan pemangku perusahaan. *Employee engagement* berupa perilaku dalam komitmen di setiap karyawan terhadap tujuan sebuah perusahaan. ECB menghasilkan adanya interaksi karyawan yang memiliki komunikasi dengan publik. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai cara untuk mendapatkan data dengan pendekatan deskriptif. Sebaran kuesioner pada responden adalah teknik pengumpulan data yang digunakan. Karyawan PT. Putratama Bhakti Satria sebagai responden terpilih untuk dijadikan sebuah data. Jumlah 40 responden yang didapat dari sampel. Data yang digunakan pada hasil pembahasan yakni uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t parsial, dan uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian terdapat pengaruh antara *symmetrical communication* terhadap *employee communication behaviors* yang dimediasi oleh *employee engagement* pada PT. Putratama Bhakti Satria, sementara pada hubungan antara *Employee Engagement* terhadap ECB (H2b) dan hubungan *Symmetrical Communication* terhadap ECB yang dimediasi oleh *Employee Engagement* (H3) memiliki hubungan yang berlawanan arah (tidak berpengaruh).

Kata Kunci : Komunikasi Simetris, Perilaku Komunikasi Karyawan, Keterlibatan Karyawan.

ABSTRACT

Currently, the relationship between employees and the company is very important in communicating. This is needed to support the interests of a company or organization. Good employees are seen from the way they communicate and their behavior makes quality employees. Internal communication within the company will make employees good or not qualified because communication is an important factor. In this study, the company under study was PT. Putratama Bhakti Satria (PROTECOM) which was established in 1999, PROTECOM has experience in the field of security services which has more than 1000 personnel. The purpose and formulation of the problem in this study is to see how influential symmetrical communication on employee communication behavior mediated by employee engagement. The references used in this study were three scientific articles. Symmetrical communication is a relationship between employees that needs to exist in an organization for the wishes and interests of company stakeholders. Employee engagement in the form of behavior in the commitment of each

employee to the goals of a company. ECB results in the interaction of employees who have communication with the public. In this study using quantitative methods as a way to obtain data with a descriptive approach. Distributing questionnaires to respondents is the data collection technique used. Employees of PT. Putratama Bhakti Satria as the respondent was selected to be used as data. The number of 40 respondents obtained from the sample. The data used in the discussion results are validity and reliability tests, classical assumption tests, partial t tests, and multiple linear regression analysis tests. The results of the study have an influence between symmetrical communication and employee communication behaviors mediated by employee engagement at PT. Putratama Bhakti Satria, while the relationship between Employee Engagement to the ECB (H2b) and the relationship of Symmetrical Communication to the ECB mediated by Employee Engagement (H3) has a relationship that is in the opposite direction (no effect).

Keywords: *Symmetrical Communication, Employee Communication Behaviour, Employee Engagement*

PENDAHULUAN

Karyawan sering dianggap sebagai salah satu komponen strategis terpenting untuk organisasi (Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.). Karyawan adalah salah satu pemangku kepentingan paling kritis karena mereka adalah pendukung terkuat dan mungkin kritikus organisasi yang paling vokal jika kebijakan internal tidak memenuhi harapan mereka (Kang & Sung, 2017). Pada teorinya tentang hubungan antara komunikasi internal simetris dan program komunikasi karyawan yang sangat baik, (Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.) lebih lanjut berpendapat bahwa komunikasi karyawan yang sangat baik pada akhirnya dapat menghasilkan hubungan karyawan yang berkualitas dan perilaku karyawan yang mendukung terhadap organisasi. Hal tersebut sebagai upaya komunikasi untuk kepentingan simbiosis (Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.) dalam (Kang & Sung,

2017).

Beberapa penelitian mengangkat tema tentang kaitan antara perilaku karyawan terhadap organisasi. Terdapat artikel dalam satu kelompok yaitu (Sukatno, Martani Huseini, Imam Syafganti, 2018) menyatakan bahwa komunikasi internal dalam perusahaan sangat berpengaruh terhadap *Employee Engagement*. Sedangkan di masa pandemi ini, komunikasi antara karyawan dengan perusahaan kurang efektif padahal kunci paling penting dalam berjalannya perusahaan adalah komunikasi. Maka penelitian dari kelompok peneliti ini ingin mengefektivaskan komunikasi internal untuk terbentuknya *Employee Engagement* yang baik. Artikel penelitian berikutnya yang menjadi referensi Ni Nengah Dwi Hendrawati, Arinto H. Handoyo, Poppy Ruliana, n.d. menyatakan, “komunikasi efektif yang dialami pada organisasi diperlukan guna meningkatkan *engagement* karyawan”. Maka kelompok pada penelitian ini, ingin mencari tahu serta menganalisa bagaimana iklim

komunikasi pengaruhi *engagement* karyawan.

Symmetrical Communications di studi sebelumnya yaitu komunikasi karyawan tidak dapat menghasilkan komunikasi yang berkualitas karena komunikasi internal tidak berjalan dengan optimal. Komunikasi internal tidak sesuai yang diharapkan oleh perusahaan sebagai akibat dari masa pandemi yang mengharuskan komunikasi dengan jarak jauh.

Adapun perusahaan yang belum dapat memenuhi kebutuhan karyawannya yaitu PT Solid Logistic dan PT ASABRI (Persero). Belum adanya ikatan emosional terhadap organisasi menjadi penyebab dari masalah tersebut.

Penelitian ini menggunakan PT Putratama Bhakti Satria (PROTECOM) sebagai objek penelitian. Perusahaan ini bergerak pada bidang *outsourcing* keamanan professional. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1999. PROTECOM memiliki pengalaman dalam menjaga situs bisnis, kantor, area perumahan, tempat umum, dan lokasi pertambangan selama bertahun-tahun. PROTECOM memiliki lebih dari seribu personel keamanan yang berpengalaman dan berdedikasi, unit K9 yang terlatih untuk semua jenis penugasan, menyediakan perangkat keamanan, dan konsultasi keamanan tentang masalah keamanan di

dalam area bisnis.

Sumber daya manusia ialah hal penting guna kemajuan sebuah perusahaan. Terkait hal tersebut, dibutuhkan peran individu dalam kerjasama antar karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan dan tugas sesuai dengan tanggung jawab masing - masing. Tetapi dalam PROTECOM terdapat *time management* yang tidak sesuai dengan harapan karyawan di perusahaan tersebut. *Time management* dalam perusahaan tidak dapat memanfaatkan waktu secara efektif, beberapa masalah yang muncul seperti gaji yang telat, benefit yang didapatkan tidak berjalan lancar sesuai dengan yang ditetapkan dari awal membuat karyawan merasakan hilangnya kepercayaan pada perusahaan. Hilangnya kepercayaan tersebut membuat hubungan emosional intelektual yang dimiliki karyawan terhadap perusahaannya (*employee engagement*) berkurang bahkan menghilang.

Pada PROTECOM karyawan terbiasa berkomunikasi dengan atasan secara terbuka, hal tersebut merupakan penerapan dari *symmetrical communication*. Berdasarkan rekam jejak PROTECOM karyawan dapat menyimpan informasi perusahaan secara baik, ini merupakan penerapan *employee communication behaviour* pada PROTECOM.

Tujuan penelitian ini adalah mencari tahu Pengaruh *Symmetrical Communication* Terhadap *Employee Communication Behaviour* yang dimediasi oleh *Employee Engagement* di PROTECOM melalui karyawan di perusahaan tersebut.

LANDASAN TEORI

Symmetrical communication

(Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.) menyatakan organisasi perlu mendekati hubungan karyawan mereka dengan cara yang sama dengan hubungan mereka terhadap pemangku kepentingan lainnya: “*Excellent programs of employee communications are based on the concepts of strategic management, an integrated communication function, and the managerial role, and the two-way symmetrical model of public relations*”. Pada teori tersebut, (Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.) berpendapat bahwa komunikasi karyawan yang baik dapat menghasilkan hubungan karyawan yang berkualitas dan perilaku karyawan yang mendukung sebuah organisasi. Dapat dikatakan sebagai upaya komunikasi untuk kepentingan simbiotik (Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.) komunikasi simetris sering ditandai dengan adanya penekanan pada “kepercayaan, kredibilitas, keterbukaan, timbal balik, simetri jaringan, komunikasi horisontal, umpan balik, negosiasi” (Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, n.d.) dalam (Kang & Sung, 2017).

Terdapat lima indikator yang ada dalam *Symmetrical Communication* menurut

(Bretzer, 2007) yaitu:

1. Sosial (*Social*)
2. Karakteristik Pekerjaan (*Job Character*)
3. Status
4. Kinerja (*Performance/Status*)
5. Motivasi Ekonomi (*Economic Motivation/Status*)

Employee Engagement

Employee engagement terdapat tingkatannya, yakni: “ranah kognitif menjelaskan aspek pikiran, yang intinya ialah aspek evaluasi logis pada tujuan dan nilai - nilai organisasi; ranah afektif menjelaskan aspek emosional, yang mencakup rasa memiliki kepada perusahaan serta kebanggaan pada organisasi atau pekerjaannya; dan ranah konatif yakni menyatakan keniatan bertindak atas nama organisasi” (The Jakarta Consulting Group, 2014) dalam (Sukatno, Martani Huseini, Imam Syafganti, 2018).

Dell Inc., menjelaskan, *Employee Engagement* merupakan seorang karyawan yang mempunyai komitmen secara logis (pikiran) dan emosional (hati) terhadap perusahaan guna bekerja lebih dari pada umumnya. Lalu menurut (Vance, 2006), “*Employee engagement* ialah keadaan positif yang dinantikan perusahaan atas sikap serta perilaku karyawan tersebut yang terlibat dalam kesadaran baik dengan fisik, perasaan, emosi, dan gairah maka dapat mencapai efektivitas peran dari kinerja yang mereka lakukan demi pencapaian target perusahaan” (Sukatno, Martani Huseini, Imam Syafganti, 2018)).

Menurut Maheswari, “*Employee engagement* ialah pernyataan kesetiaan pada seseorang atau sesuatu di organisasi, mengenai seberapa keras mereka bekerja dan seberapa bertahan mereka tinggal pada organisasi menjadi akibat dari komitmen yang dimilikinya”. Lalu menurut (Dickson, 2008), “*Employee engagement* digambarkan jadi suatu rasa komitmen, miliki keinginan besar dan semangat, yang wujudkan usaha ke tingkat yang lebih tinggi, tetap bekerja keras dengan setiap kesulitan yang ada, melebihi apa yang diharapkan dan memiliki inisiatif”. Dari tingkat perputaran tenaga kerja yang rendah hingga tingginya tingkat produktivitas, karyawan yang terikat (*engaged employee*) ialah aset berharga. (Rifania Amanda, n.d.)).

Fokus dapat dijadikan sebagai pendorong *engagement* pada pekerjaan, yang mana karyawan bisa lebih berkonsentrasi pada pekerjaan tersebut sehingga saat terdapat pengaruh dari luar, karyawan itu tidak merasa terganggu. *Feeling of Intensity* (Intensitas) ialah kedalaman dari konsentrasi terhadap sebuah pekerjaannya. Disini intensitas bisa jadi tingkatan indikator dari kemampuan seorang karyawan saat bekerja. Bisa ditarik simpulan karyawan berkemampuan yang seimbang bersama tuntutan pekerjaannya maka energi dan fokusnya bisa diberi penuh ke

pekerjaannya. Lalu kemampuan karyawan lebih tuntutan pekerjaan yang diberi maka karyawan itu intensitasnya bisa beralih di hal lain. Khan mengatakan, karyawan dengan rasa *engage* akan lebih memberi pikiran, emosi dan kognitifnya pada pekerjaannya (Macey, 2009) dalam (Sukatno, Martani Huseini, Imam Syafganti, 2018)). “*Feeling of Enthusiasm* (Antusias) ialah keadaan psikologis secara positif dimana terpengaruhi kebahagiaan serta energi positif, pada hal ini energi positif ialah salah satu pendorong *positive well-being* dalam pekerjaan” (Cascio, W.F & Boudreau, 2016) dalam (Sukatno, Martani Huseini, Imam Syafganti, 2018)).

Terdapat tiga indikator yang ada dalam *Employee Engagement* Menurut (Schaufeli, W. B & BakkeR, 2010) yaitu:

1. Semangat bekerja (*Vigor*)
2. Keterikatan pada pekerjaan (*Dedication*)
3. Kondisi karyawan merasa cepatnya waktu dalam bekerja (*Absorption*)

Employee Communication Behaviors (ECB)

ECBs atau Perilaku komunikasi karyawan yang berinteraksi dengan publik bersifat sangat penting karena karyawan dianggap sebagai sumber informasi yang kredibel mengenai organisasi. Sebagai agen informal dari spanning spanning (Kim & Rhee, 2011), karyawan mengumpulkan informasi berharga untuk organisasi mereka dan mendistribusikan informasi yang dipelajari kepada anggota lain dari organisasi mereka (Dozier, 2007) dalam (Kang & Sung, 2017)).

Ketika karyawan membagikan informasi positif atau negatif tentang perusahaan mereka di luar batas-batas organisasi (yaitu megafon), secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi hasil hubungan masyarakat seperti reputasi perusahaan dan efektivitas organisasi (Kim & Rhee, 2011) dalam (Lee, 2019). Di samping itu, karyawan berhubungan buruk dengan organisasi cenderung berperan "Musuh organisasi" (Kim & Rhee, 2011) lewat sebaran negatif informasi mengenai organisasi kepada publik atau disebut dengan *mis. megaphoning negative* (Kang & Sung, 2017).

Terdapat empat indikator yang ada dalam *Employee Communication Behavior* Menurut (Organ, D.W, Podsakof, M.P, MacKenzie, 2006) yakni:

1. Kemauan menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan pribadi (*Civic Virtue*)
2. Kesungguhan dalam bekerja (*Conscientious*)
3. Mengutamakan kepentingan orang lain (*Altruism*)
4. Rasa hormat (*Courtesy*)

METODE PENELITIAN

Studi ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan survei menjadi teknik pengumpulan data. Tujuan memakai kuesioner jadi penghimpun data dari sejumlah

responden yang telah ditetapkan guna dapatkan informasi mengenai responden yang dilihat wakili populasi tertentu (Sugiyono, 2014). Pada pengujian hipotesis bisa memakai dasar kuesioner yang dipakai jadi dasar guna tarik simpulan penelitian tapi untuk konteks dan objek yang berbeda seperti penelitian terdahulu akan menghasilkan hasil yang berbeda juga.

Kuantitatif jadi pendekatan yang dipakai yakni gambarkan atau jelaskan masalah yang hasilnya bisa digeneralisasikan serta tidak pentingkan kedalaman suatu analisis, peneliti lebih pentingkan aspek pada keluasan data maka hasil riset dikatakan jadi representasi dari keseluruhan populasi (Kriyantono, 2016).

Ada empat paradigma dalam penelitian yakni positivisme, post-positivisme, konstruktivisme serta kritis (Bambang Prasetyo, 2016). Di studi ini dipakai paradigma positivisme yang akan memakai alat kuantitatif guna dapatkan data yang terukur dengan tepat. Alat yang dipakai disini ialah kuesioner yang akan disebarkan ke karyawan di PT Putratama Bhakti Satria.

Menurut (Supriyanto, 2013), "Populasi ialah wilayah generalisasi yang tersusun dari objek atau subjek yang miliki kualitas dan karakteristik tertentu juga ditentukan oleh peneliti guna dipelajari lalu ditarik kesimpulan, populasi bukan hanya terdiri dari orang, tapi juga benda-benda yang lain". Populasi di studi ini ialah karyawan di PT Putratama Bhakti Satria yang berjumlah 40

orang.

Pengambilan sampel yakni tahapan pada pemilihan sejumlah elemen dari populasi maka penelitian pada sampel dan pemahaman terkait karakteristiknya membuat kita bisa menggenerasikan karakteristik itu di elemen populasi (Supriyanto, 2013).

Teknik pengambilan sampel yang dipakai yakni teknik *total sampling*. Menurut (Sugiyono, 2014), total sampling ialah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dipakai jadi sampel.

Sampel disini ialah seluruh karyawan PT Putratama Bhakti Satria sebanyak 40 responden. Metode alat analisisnya ialah SPSS yang dipakai guna analisis regresi sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Responden yang ada di di studi ini ada 40 responden

Tabel karakteristik responden sesuai pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA/SMK	7	17%
D3	5	13%
S1	28	70%
Total	40	100%

Berdasarkan hasil tabel karakteristik data Pendidikan bahwa responden SMA/SMK sebanyak 7 orang (17%), D3 sebanyak 5 orang (13%) dan S1 sebanyak 28 orang (70%). Dengan ini terlihat bahwa mayoritas responden berada pada Pendidikan S1.

Tabel karakteristik responden berdasarkan jabatan

Jabatan	Jumlah	Persentase
GM	1	2%
HRD	3	7%
Finance	4	10%
Admin	3	8%
Marketing	6	15%
Community Relations	4	10%
GA	2	5%
Pengawas		
Lokasi/Client	10	25%
Officeboy	3	8%
Security	4	10%
Total	40	100%

Berdasarkan hasil tabel karakteristik data jabatan bahwa responden yang memiliki jabatan General Manager ialah 1 orang (2%). HRD, admin dan office boy memiliki 3 orang (8%). Finance, community relations memiliki 4 orang (10%), marketing memiliki 6 orang (15%), GA memiliki 2 orang (5%) dan pengawas lokasi/client memiliki 10 orang (25%). Dapat dilihat bahwa mayoritas responden jabatannya adalah pengawas lokasi/client.

Tabel karakteristik responden sesuai lama

Lama Kerja	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	8	20%
1 - 2 tahun	13	32%
> 2 tahun	19	48%
Total	40	100%

bekerja

Sesuai hasil tabel karakteristik data lama bekerja bahwa responden yang bekerja <1 tahun sebanyak 8 orang (20%), bekerja 1 - 2 tahun sebanyak 13 orang (32%) dan bekerja > 2 tahun sebanyak 19 orang (48%), dapat terlihat bahwa mayoritas responden bekerja selama lebih dari 2 tahun.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas ialah menguji tingkat kesesuaian dari batasan konseptual yang diberi dengan bantuan operasional yang sudah dikembangkan (Walizer, 1997). Validitas suatu variabel dan item pertanyaan dilihat dari nilai Keiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequancey* (KMO). Nilai KMO yang dinyatakan valid adalah di atas 0,5 (Field, 2005). Sesuai hasil uji validitas dan reliabilitas *item* kuesioner diperoleh semua nilai KMO Barlett > 0.50 maka simpulannya bila nilai pada data ini *valid*. Ini hasil dari uji validitas di studi ini.

Tabel Uji Validitas

Variabel Penelitian	Indikator	KMO	Barlett test	Component Matrix	Hasil	
X1	P1	0,886	0,000	-0,5	0,708	Valid
	P2				0,900	Valid
	P3				0,871	Valid
	P4				0,895	Valid
	P5				0,875	Valid
	P6				0,868	Valid
	P7				0,921	Valid
	P8				0,784	Valid
	P9				0,862	Valid
	P10				0,891	Valid
X2	P1	0,890	0,000	-0,5	0,736	Valid
	P2				0,830	Valid
	P3				0,906	Valid
	P4				0,920	Valid
	P5				0,842	Valid
	P6				0,879	Valid
	P7				0,907	Valid
	P8				0,625	Valid
	P9				0,649	Valid
	P10				0,836	Valid
Y	P1	0,760	0,000	-0,5	0,730	Valid
	P4				0,745	Valid
	P5				0,855	Valid
	P6				0,832	Valid

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kepercayaan dari alat yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian (Suryabrata, 2004). Pada uji reliabilitas, nilai yang dilihat adalah *cronbach alpha* di atas 0,6 agar dinyatakan *reliabel* (Malhotra, Naresh K., 2012). Pada tabel berikut, ditunjukkan semua variabel di studi ini memenuhi syarat nilai reliabilitas. Nilai tertinggi reliabilitas adalah variabel kinerja karyawan (0,964) dan nilai terendah reliabilitas adalah variabel stress kerja (0,957). Artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa alat ukur penelitian yang digunakan menunjukkan hasil yang konsisten.

Setelah kuesioner telah lolos uji validitas dan reliabilitas *pre-test*, maka kuesioner akan diproses lebih lanjut ke tahap *main-test*.

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Indikator	Cronbach's Alpha	Hasil
X1	P1	0.962	Reliable
	P2	0.953	
	P3	0.955	
	P4	0.955	
	P5	0.954	
	P6	0.956	
	P7	0.953	
	P8	0.960	
	P9	0.956	
	P10	0.954	
X2	P1	0.935	Reliable
	P2	0.927	
	P3	0.926	
	P4	0.923	
	P5	0.920	
	P6	0.923	
	P7	0.920	
	P8	0.943	
Y	P1	0.874	Reliable
	P2	0.836	
	P3	0.831	
	P4	0.850	
	P5	0.854	
	P6	0.836	

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Dari hasil uji *kolmogrov smirnov* di atas terlihat nilai signifikansi (Asymo. Sign 2-tailed) masing-masing setiap variabel lebih dari 0,05 (0.108, 0.200 dan 0.78), maka nilai residual tersebut telah terdistribusi secara normal sehingga asumsi normalitas untuk masing-masing model dapat diterima.

Uji T Parsial

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian secara satu persatu antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil uji t ini, variabel bebasnya adalah pengaruh *Symmetrical Communication* dan *Employee Communication Behavior* serta variabel terikatnya *Employee Engagement*. Hasil temuan data penelitian pada tabel di atas, diperoleh besarnya uji parsial atau uji hitung dalam variabel $X1 = 7,761$ dan variabel $X2 = 11,616$, signifikansi yang didapat 0,000. Berdasarkan hasil uji t

tersebut maka dapat diketahui secara jelas nilai signifikansi pengaruh *Symmetrical Communication* terhadap *Employee Communication Behavior* yang dimediasi oleh *Employee Engagement* pada PT. Putratama Bhakti Satria yaitu $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$ maka dengan demikian hipotesis statistic (H_a) diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan.

Hasil Uji T Parsial

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.126	40	.108	.956	40	.123
X2	.086	40	.200*	.954	40	.104
Y	.132	40	.078	.951	40	.082

*. This is a lower bound of the true significance.
a. Lilliefors Significance Correction

Uji Determinasi (R2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
X1	0,305	0,039	0,783	7,761	0,000
X2	0,881	0,076	0,883	11,616	0,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada hasil yang didapat besarnya variabel X1 kepada variabel Y diperoleh hasil R square yaitu $0,613 > 0,5$ menyatakan adanya pengaruh *Symmetrical Communication* 61% terhadap *Employee Engagement*, dan sisanya 39% dipengaruhi faktor lainnya.

Analisa selanjutnya variabel Y pada Z mendapatkan hasil R square sebesar $0,780 > 0,5$ mengartikan berpengaruhnya *Employee*

Communication Behavior 78% terhadap Employee Engagement, dan sisanya 12% terpengaruhnya oleh faktor-faktor lainnya.

Hasil Uji Determinasi (R2)

Model	Coefficients		R square
1	Konstanta	22.602	0.643
X1 ->			
X2	X1	0.313	
2	Konstanta	13.328	0.613
X1 ->			
Y	X1	0.305	
3	Konstanta	-5.311	0.780
X2 ->			
Y	X2	0.881	

Analisis Regresi Liner Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh (X) dan (Y) terhadap (Z), peneliti menggunakan analisa regresi linear berganda. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.6 Persamaan Regresi

Model	Coefficients		T value	P value	R square
1	Konstanta	22.602	13.453	0.000	0.643
X ->					
Y	X	0.313	8.269	0.000	
2a	Konstanta	13.328	7.643	0.000	0.613
X ->					
Z	X	0.305	7.761	0.000	
2b	Konstanta	-5.311	-1.92	0.062	0.780

		1	3	
Y ->		0.88	11.6	0.00
Z	Y	1	16	0

H1: Variabel X berpengaruh terhadap Y

H2a: Variabel X berpengaruh terhadap Z

H2b: Variabel Y berpengaruh terhadap Z

H3: Variabel Y memediasi pengaruh X terhadap Z

Berdasarkan hasil dalam tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi setiap model sebagai berikut:

Hipotesis 1: *Symmetrical communication* (X) berpengaruh terhadap *Employee Engagement* (Y)

$$Y = 22.602 a + 0.313 X$$

Dari persamaan diatas dapat didefinisikan sebagai berikut.

- Nilai konstanta a memiliki nilai positif sebesar 22.602. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Dapat diartikan bahwa saat X dianggap konstan atau nol, maka rata-rata variable Y bernilai 22.602 satuan.
- Nilai koefisien b_1 memiliki nilai positif sebesar 0.313. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Dapat diartikan bahwa setiap variable X sebesar 1 satuan, maka variable Y akan meningkat sebesar 0.313 satuan.

communication (X) berpengaruh terhadap ECB (*Employee Communication Behaviour*) (Z)

$$Z = 13.328 a + 0.305 X$$

Dari persamaan diatas dapat didefinisikan sebagai berikut.

- c. Nilai konstanta a memiliki nilai positif sebesar 13.328. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Dapat diartikan bahwa saat X dianggap konstan atau nol, maka rata-rata variable Z bernilai 13.328 satuan.
- d. Nilai koefisien b_1 memiliki nilai positif sebesar 0.305. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Dapat diartikan bahwa setiap variable X yakni 1 satuan, maka variable Z akan meningkat 0.305 satuan.

Hipotesis 2b: *Employee Engagement* (Y) berpengaruh terhadap ECB (*Employee Communication Behaviour*) (Z)

$$Z = -5.311 a + 0.881 Y$$

Dari persamaan diatas dapat didefinisikan sebagai berikut.

- e. Nilai konstanta a yakni -5.311. Nilai itu memperlihatkan dampak negatif (berlawanan arah) antara variabel Y ke Z. Dapat diartikan bahwa saat Y dianggap konstan atau nol, maka rata-rata variabel Z bernilai -5.311

satuan. Hal ini memperlihatkan adanya kontradiktif pada hubungan antara variabel *employee engagement* dengan ECB.

- f. Nilai koefisien b_1 bernilai positif sebesar 0.881. Tanda positif memperlihatkan dampak yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. dapat diartikan tiap variable Y yakni 1 satuan, maka variable Z akan naik 0.881 satuan.
- g. Pada Hipotesis 3: *Employee Engagement* (Y) memediasi pengaruh *Symmetrical Communication* (X) terhadap ECB (*Employee Communication Behavior*) (Z) tidak dianalisa lebih lanjut karena hubungan yang kontradiktif pada variabel *employee engagement* dengan ECB.

KESIMPULAN

Di studi ini ada tiga hipotesis, yakni:

- a) H1: Pengaruh *Symmetrical Communication* terhadap *Employee Engagement*. Nilai $\beta = 0.643$ yang menunjukkan terdapat sekitar 64% *Symmetrical Communication* sebagai faktor terkuat yang mempengaruhi *Employee Engagement* karyawan PT. Putratama Bhakti Satria. Terdapat sekitar 36% yang merupakan faktor lain.
- b) H2a: Pengaruh *Symmetrical Communication* terhadap ECB. Nilai $\beta = 0.613$ yang menunjukkan 61% *Symmetrical Communication* sebagai faktor terkuat yang mempengaruhi

ECB karyawan PT. Putratama Bhakti Satria. Terdapat sekitar 39% yang merupakan faktor lain.

- c) H2b: Pengaruh *Employee Engagement* terhadap ECB. Nilai $\beta = 0.780$ yang menunjukkan 78% *Symmetrical Communication* sebagai faktor terkuat yang mempengaruhi ECB karyawan PT. Putratama Bhakti Satria. Terdapat sekitar 22% yang merupakan faktor lain.
- d) H3: *Employee Engagement* memediasi pengaruh *Symmetrical Communication* terhadap ECB tidak dapat dianalisa lebih lanjut pada penelitian ini karena terdapat pengaruh negatif (berlawanan arah) antara kedua variabel.

Terdapat irisan pada hasil dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu (Kang & Sung, 2017), (Farida, 2021), (Kristiawan, 2019). Terdapat kesamaan pada pembuktian hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh *Symmetrical Communication* terhadap *Employee Engagement* (H1) dan *Symmetrical Communication* terhadap ECB (H2a). Sementara pada hubungan antara *Employee Engagement* terhadap ECB (H2b) dan hubungan *Symmetrical Communication* terhadap ECB yang dimediasi oleh *Employee Engagement*

(H3) memiliki hubungan yang berlawanan arah (tidak berpengaruh).

Keterbatasan di studi ini yang bisa jadi kesempatan bagi penelitian berikutnya dengan memperbanyak jumlah sampel sehingga mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

Pada rekomendasi praktis, perusahaan PROTECOM dapat meningkatkan keterikatan karyawan pada perusahaan (*Employee Engagement*) agar terbentuk perilaku komunikasi karyawan dengan perusahaan (ECB) yang tidak hanya dipengaruhi oleh *Symmetrical Communication* (komunikasi struktural) saja.

Daftar Pustaka

- Arikunto. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bambang Prasetyo, lina M. J. (2016). *metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*.
- Bretzer. (2007). What Decides The Job Satisfaction of Chief Environmental Inspectors, and What Difference Does it Make? *Journal of the American Political Science Association*.
- Bungin, B. (2013). *Metode penelitian sosial & ekonomi format format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Kencana Prenada Media Group.

- Cascio, W.F & Boudreau, J. . (2016). *The Search For Global Competence: From International HR To Talent Management*.
- Dickson. (2008). *Entrepreneurial selection and success: Does education matter Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Dozier, D. M. dan G. M. (2007). *Evolution of the Manager Role in Public Relations Practice*. 3–26.
- Farida, F. A. (2021). *Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Organizational Citizenship Behavior Dengan Peran Mediasi Employee Engagement*.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using SPSS* (2nd ed.). SAGE Publication India Pvt Ltd.
- Grunig, 1992; Grunig dkk., 2002; Kim dan Rhee, 2011. (n.d.). *No Title*.
- Hikmat, M. (2011). *Metode Penelitian*. Pustaka Setia.
- Kang, M., & Sung, M. (2017). How symmetrical employee communication leads to employee engagement and positive employee communication behaviors: The mediation of employee-organization relationships. *Journal of Communication Management*, 21(1), 82–102. <https://doi.org/10.1108/JCOM-04-2016-0026>
- Kim, J. N., & Rhee, Y. (2011). Strategic thinking about employee communication behavior (ECB) in public relations: Testing the models of megaphoning scouting effects in Korea. *Journal of Public Relations Research*, 23(3), 243–268. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2011.582204>
- Kristiawan, C. (2019). *Pengaruh Keadilan terhadap Organizational Citizenship Behaviour Dimediasi oleh Kepuasan Kerja pada Karyawan Bagian Produksi PT. Abioso Batara Alba*.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Macey, et al. (2009). *Employee Engagement: Tools for Analysis, practice, and Competitive Advantage*.
- Malhotra, Naresh K., and D. F. B. (2012). *Marketing Research: An Applied Approach 3rd European Edition*. Prentice-Hall.
- Ni Nengah Dwi Hendrawati, Arinto H. Handoyo, Poppy Ruliana, I. (n.d.). *pengaruh iklim komunikasi terhadap*

- engagement karyawan*. 122–136.
- Organ, D.W, Podsakof, M.P, MacKenzie, B. . (2006). *Organizational Citizenship Behavior*.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom.
- Rifania Amanda, A. (n.d.). *Pengaruh Employee Commnunication Terhadap Organizational Citizenship Behavior Yang Dimediasi Oleh Employee Engagement Pada Karyawan Di Beberapa Fakultas Universitas Trisakti Jakarta*. 148, 148–162.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukatno, Martani Huseini, Imam Syafganti, I. (2018). *Komunikasi Internal Pt. Solid Logistics Memengaruhi Meningkatnya Employee Engagement*.
- Supriyanto, A. S. dan V. M. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner dan Analisis Data*.
- Suryabrata, S. 2004. (2004). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Vance, R. . (2006). *Employee engagement and commitment*.
- Walizer, M. (1997). *Metode dan Analisis Penelitian*. Erlangga.