

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi secara dua arah antarindividu, di mana pesan, persepsi, dan respons saling dipertukarkan secara langsung dalam konteks hubungan personal yang dinamis. Komunikasi jenis ini tidak hanya sekadar pertukaran pesan verbal, tetapi juga mencakup komponen nonverbal seperti ekspresi wajah, gestur, dan intonasi yang mempengaruhi pemaknaan pesan oleh penerima. Interpersonal communication menjadi fondasi penting dalam interaksi sosial karena memungkinkan pemahaman emosional, penyesuaian interaksi, serta penguatan hubungan antarindividu yang terlibat dalam suatu organisasi. Dalam konteks organisasi sosial dan kemanusiaan, komunikasi interpersonal dapat berperan sebagai alat penghubung yang memperkuat keterikatan sosial antara pengurus dan volunteer serta antar volunteer itu sendiri. Ketika volunteer mampu merasakan adanya komunikasi yang efektif dan empatik, maka hal ini berpotensi meningkatkan keterlibatan psikologis mereka dalam pekerjaan sukarela yang dilakukan. Sejumlah studi menegaskan bahwa kualitas komunikasi interpersonal dapat memengaruhi aspek-aspek psikososial dalam lingkungan kerja, termasuk motivasi dan kepuasan kerja individu yang terlibat dalam kegiatan organisasi. Oleh karena itu, mempelajari bagaimana komunikasi interpersonal bekerja dalam organisasi berbasis sukarelawan menjadi penting untuk memahami dinamika motivasi kerja volunteer secara menyeluruh. Variabel komunikasi interpersonal dalam penelitian ini difokuskan pada aspek

hubungan sosial, keterbukaan komunikasi, dan pemahaman emosional antar volunteer.

Motivasi kerja merupakan dorongan internal dan eksternal yang menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan serta mempertahankan perilaku tertentu agar mencapai tujuan yang diinginkan dalam konteks kerja. Motivasi tidak hanya berkaitan dengan imbalan materi, tetapi juga mencakup rasa kepuasan, konsistensi komitmen, serta tujuan personal yang ingin dicapai melalui tindakan kerja. Dalam lingkup volunteer, motivasi kerja memiliki karakter yang unik karena volunteer bekerja tanpa kompensasi finansial, melainkan termotivasi oleh nilai-nilai sosial, pemenuhan diri, serta rasa tanggung jawab terhadap misi organisasi. Penelitian empiris telah menunjukkan bahwa penguatan komunikasi dalam organisasi berkontribusi pada motivasi volunteer, di mana komunikasi yang efektif dan saling menghargai dapat memfasilitasi keterlibatan yang lebih tinggi dan intensitas kontribusi yang lebih besar dari para volunteer. Motivasi kerja volunteer yang tinggi dipandang sebagai faktor penting dalam keberhasilan program organisasi sosial karena volunteer yang termotivasi cenderung menunjukkan loyalitas, dedikasi, dan produktivitas yang lebih baik dalam pelaksanaan kegiatan. Penelitian tentang hubungan komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja sangat relevan dalam skenario organisasi nirlaba seperti yayasan karena dinamika hubungan sosial antar personal menjadi kunci utama dalam interaksi kerja volunteer. Oleh karena itu, studi ini fokus mengeksplorasi kedua variabel tersebut dalam konteks Yayasan M-Foundation, sebuah lembaga yang bergantung pada

partisipasi volunteer untuk menjalankan berbagai program sosial dan kemasyarakatan (Abdul Faqih, 2024).

Fenomena peningkatan partisipasi volunteer di Indonesia menunjukkan adanya tren sosial yang signifikan, di mana masyarakat semakin tergerak untuk berkontribusi secara sukarela bagi kesejahteraan komunitas. Survei nasional yang dilakukan oleh IndoRelawan bekerja sama dengan United Nations Volunteers (UNV) mengindikasikan bahwa kegiatan volunteering di Indonesia terus tumbuh antara 2019 hingga awal 2021, dengan mentor volunteer yang berkontribusi pada SDGs, pendidikan, kesehatan, serta bantuan sosial selama masa pandemi. Selain itu, survei global Gallup terhadap aktivitas masyarakat di Indonesia menunjukkan bahwa sekitar 65 persen responden dewasa pernah meluangkan waktu dalam aktivitas volunteer atau kerja sukarela. Populasi generasi muda usia produktif di Indonesia juga sangat signifikan — misalnya Generasi Z yang mencapai hampir 28 % dari total penduduk Indonesia pada tahun 2023 menurut BPS — yang menunjukkan potensi besar bagi keterlibatan volunteer di berbagai kegiatan komunitas. Tren ini memperlihatkan bahwa walaupun volunteer tidak menerima imbalan finansial, faktor-faktor sosial, nilai, dan pemenuhan diri makin mendorong individu untuk aktif dalam kegiatan sukarela. Fakta ini memperkuat pentingnya memahami secara mendalam faktor-faktor psikologis seperti komunikasi interpersonal yang dapat memengaruhi motivasi kerja volunteer — terutama dalam organisasi yang bergantung sepenuhnya pada partisipasi sukarela seperti Yayasan M-Foundation (Ayun et al., 2023).

Jika dilihat dari fenomena di lapangan, komunikasi interpersonal dalam organisasi volunteer masih menghadapi tantangan signifikan. Banyak volunteer melaporkan bahwa ketidakjelasan instruksi, minimnya feedback dari pengurus, serta kurangnya komunikasi yang hangat dapat menurunkan semangat dan rasa keterikatan mereka terhadap tujuan organisasi. Kondisi ini seringkali menimbulkan turunnya tingkat motivasi kerja seiring waktu, yang kemudian berdampak pada tingkat partisipasi, loyalitas, dan kualitas kontribusi volunteer bagi kegiatan yayasan. Permasalahan tersebut menjadi dasar munculnya kebutuhan untuk meneliti lebih jauh hubungan antara *communication practices* yang dilakukan organisasi dan motivasi kerja yang dirasakan oleh volunteer.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi hubungan antara komunikasi dengan motivasi kerja dalam berbagai konteks organisasi. Penelitian oleh Savitri et al. (2024) menunjukkan bahwa komunikasi internal memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi volunteer dalam konteks Masjid Nurul Asri, dengan kontribusi yang cukup tinggi terhadap dorongan kerja volunteer. Di ranah pendidikan, Yulianto et al. (2023) menemukan bahwa hubungan antara motivasi dan komunikasi interpersonal secara positif berkaitan dengan hasil belajar mahasiswa, menunjukkan peran komunikasi interpersonal dalam memotivasi perilaku individu dalam konteks pembelajaran. Selain itu, penelitian pada yayasan pendidikan di Denpasar menunjukkan hubungan positif antara komunikasi interpersonal dan motivasi kerja sumber daya manusia yang lebih umum (guru), sehingga memperkuat argumen bahwa kualitas komunikasi berkorelasi dengan motivasi dalam berbagai konteks kerja sosial. Penelitian lain

terkait volunteer menunjukkan berbagai faktor psikologis dan motivasional yang relevan dalam konteks kerja sukarela, termasuk dimensi motivasi psikologis yang berhubungan erat dengan keterlibatan volunteer dalam kegiatan sosial.

Walaupun penelitian-penelitian tersebut menjelaskan hubungan antara komunikasi atau faktor motivasi dengan hasil kerja atau kepuasan dalam konteks tertentu, identifikasi celah riset menunjukkan bahwa belum banyak penelitian yang secara langsung menguji hubungan antara komunikasi interpersonal dengan motivasi kerja volunteer dalam konteks yayasan sosial di Indonesia. Banyak studi yang ada masih terbatas pada organisasi berbasis pendidikan atau pada komunikasi internal secara umum, dan belum menggabungkan perspektif interpersonal communication *secara spesifik* dengan konteks motivasi kerja volunteer sebagai populasi penelitian. Selain itu, belum ada penelitian yang menempatkan organisasi seperti Yayasan M-Foundation sebagai titik kaji, padahal model organisasi sipil seperti ini memiliki dinamika komunikasi yang berbeda dibanding organisasi profit atau institusi pendidikan. Penelitian ini akan mengisi kekosongan tersebut dengan menjelaskan secara empiris bagaimana komunikasi interpersonal memengaruhi motivasi kerja volunteer dalam setting organisasi social-nonprofit, sehingga memberikan kontribusi baru terhadap bidang komunikasi organisasi dan manajemen volunteer.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer di Yayasan M-Foundation.

Penelitian ini penting secara akademik karena memperkaya kajian ilmiah mengenai komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi sukarela dan pengelolaan sumber daya manusia tanpa imbalan. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar rekomendasi bagi pengurus yayasan dan organisasi sosial lainnya untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam meningkatkan motivasi dan retensi volunteer. Ruang lingkup penelitian mencakup aspek-aspek komunikasi interpersonal (seperti keterbukaan, empati, dan dukungan interpersonal) serta motivasi kerja volunteer di lingkungan Yayasan M-Foundation, dengan pendekatan analisis kuantitatif melalui kuesioner yang dirancang khusus untuk populasi volunteer tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan, khususnya terkait pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer dalam konteks organisasi non-profit pendidikan di Indonesia. Penelitian ini hadir untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara empiris pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer di Yayasan M-Foundation. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan landasan teori Herzberg penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi dan motivasi kerja di sektor non-profit. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar perumusan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan komitmen, konsistensi, dan kinerja volunteer, serta mendukung keberlanjutan program sosial Yayasan M-Foundation.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu melihat seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer pada Yayasan M-Foundation.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer pada Yayasan M-Foundation.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian skripsi dengan judul Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer (studi pada yayasan M- Foundation ) dapat dilihat dalam berbagai aspek, baik dari segi akademis, praktis, maupun sosial. Berikut adalah manfaat-manfaat yang dapat dihasilkan:

### **1. Manfaat Teoritis:**

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi dan psikologi organisasi, khususnya mengenai hubungan antara komunikasi interpersonal terhadap motivasi kerja volunteer dalam konteks organisasi sosial.

### **2. Manfaat Praktis:**

- a) Bagi Yayasan M-Foundation, penelitian ini berfungsi sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan kebijakan dalam meningkatkan komunikasi dan motivasi kerja volunteer untuk memperbaiki kinerja

mereka.

- b) Bagi mahasiswa dan akademisi, hasil penelitian sebagai sumber referensi dalam studi lanjutan mengenai komunikasi interpersonal, motivasi kerja volunteer.
- c) Bagi masyarakat dan organisasi sosial, penelitian ini memberikan insight tentang pentingnya komunikasi dan motivasi dalam mengoptimalkan peran volunteer dalam kegiatan sosial serta peningkatan efektifitas organisasi non-profit.