

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan dalam sebuah penelitian untuk menunjukkan pemahaman peneliti mengenai topik dan juga perkembangan masalah serta prosedur topik yang diteliti (Hart, 2018, p. 1). Maka dari itu, terdapat tiga penelitian terdahulu yang akan digunakan dalam penelitian ini guna melengkapi pemahaman terkait *AI* dalam media, *work meaningfulness*, dan memperjelas *research gap* yang ditemukan dari penelitian terdahulu.

AI dalam media sebenarnya sudah diimplementasikan sejak dekade lalu khususnya di negara-negara Barat dan Eropa yang perekonomiannya dan infrastrukturnya memadai. Media-media berita di luar Barat dan Eropa pun kini berlomba-lomba untuk menggunakan *AI* dalam pekerjaannya. Namun, implementasi *AI* ini ternyata tidak sepenuhnya dianggap memberikan dampak yang positif untuk media berita khususnya bagi jurnalis. Penelitian yang dilakukan oleh Noain-Sanchez (2022) & Munoriyarwa et al. (2023) menggambarkan perbedaan persepsi jurnalis terhadap kehadiran *AI* dalam media. Studi eksploratif yang dilakukan Noain-Sanchez (2022) fokus menggali lebih dalam implementasi *AI* di media dari segi dampak *AI* terhadap proses produksi berita, manfaat, tantangan, dan dilema etik yang muncul.

Noain-Sanchez (2022) melihat kemampuan *AI* dalam ranah media ini semakin berkembang dan bahkan meningkatkan efisiensi jurnalis dalam bekerja. Namun, di sisi lain, kehadiran *AI* di media berita yang semakin signifikan ini menimbulkan pertanyaan terkait implementasi etik dan nilai-nilai jurnalisme. Alhasil, Noain-Sanchez (2022) mendasari penelitiannya dengan masalah tersebut dan menelusuri implementasi *AI* di media berita dengan melibatkan 15 partisipan yang meliputi ahli media, akademisi, profesional bidang media massa, dan penyedia teknologi dari Jerman, Spanyol, Amerika Serikat, dan Inggris Raya.

Hasil wawancara Noain-Sanchez (2022) bersama para partisipan mengungkap bahwa *AI* ini memberikan lebih banyak manfaat dalam pekerjaan jurnalis, di antaranya analisis data, audiens, dan memproduksi berita secara otomatis. Alhasil jurnalis pun dapat lebih fokus melakukan pekerjaan yang bersifat investigatif dan berkualitas. Berbanding terbalik dengan sudut pandang partisipan dalam penelitian Noain-Sanchez (2022), jurnalis-jurnalis dari Afrika Selatan justru menilai *AI* secara negatif meskipun sebenarnya teknologi ini sudah diimplementasikan di media-media sana. Munoriyarwa et al. (2023) dalam penelitiannya menggunakan konsep *technology appropriation* untuk menganalisis bagaimana teknologi *AI* diterapkan dalam media berita dan persepsi jurnalis terhadap implementasi tersebut.

Konsep *technology appropriation* merupakan cara memahami sifat teknologi dan bagaimana masyarakat mengadaptasi teknologi agar sesuai dengan kepentingan politik, ekonomi, sosial, dan organisasi yang mereka miliki. *Technology appropriation* memiliki empat prinsip utama, yaitu adanya proses penyesuaian teknologi oleh individu yang didasari objektif tertentu, teknologi dapat memainkan ragam peran, penggunaan teknologi dapat mengubah peran dan struktur organisasi, dan memanfaatkan teknologi secara positif.

Munoriyarwa et al. (2023) menjelaskan bahwa implementasi teknologi *AI* dalam media-media di Afrika Selatan dapat dikategorikan menjadi tiga tahap: *AI* digunakan secara menyeluruh pada proses *news-making*; eksklusif digunakan hanya pada alat-alat reportase seperti kamera; dan digunakan sebagian (*partial appropriation*) untuk proses *news-making* dan distribusi. Meskipun teknologi *AI* ini semakin signifikan digunakan, partisipan menganggap *AI* sebagai praktik Barat yang tidak memberikan ruang untuk mereka menerapkan praktik *news-making* yang lebih sesuai dengan gaya media Afrika Selatan

Sikap skeptis partisipan ini muncul sebagai wujud kekhawatiran mereka akan *AI* menggantikan pekerjaan jurnalis, permasalahan *sustainability* teknologi *AI* dari aspek biaya dalam jangka panjang, dan seringnya isu etik

yang muncul seperti masalah transparansi. Munoriyarwa et al. (2023) menekankan bahwa sikap skeptis, masalah finansial, dan etik yang disebutkan sebelumnya menjadi landasan mengapa penilaian jurnalis yang positif terhadap *AI* seperti di Eropa dan Amerika Serikat tidak dapat diterapkan di ranah media Afrika Selatan.

Studi Noain-Sanchez (2022) dan Munoriyarwa et al. (2023) dinilai relevan dengan penelitian ini dari segi tujuan penelitian yang ingin melihat pandangan jurnalis tentang *AI*. Kedua penelitian tersebut menambahkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang konsep *AI* karena Noain-Sanchez (2022) dan Munoriyarwa et al. (2023) menjelaskan konsep *AI* secara menyeluruh terutama tentang hubungan antara *AI* dengan istilah-istilah lain seperti *automated journalism* dan *robot journalism*. Selain itu, terdapat *research gap* yang ditemukan dari kedua penelitian, yakni permasalahan etik dalam *AI* dan penggunaan teori.

Permasalahan etik yang masih ada bahkan pada media-media Barat yang diketahui telah menggunakan teknologi *AI* bertahun-tahun (Noain-Sanchez, 2022) menimbulkan pertanyaan apakah kekhawatiran isu etik terkait *AI* juga dialami oleh jurnalis-jurnalis Indonesia. Alhasil penelitian ini ingin menganalisis masalah etik menurut jurnalis dan memperkaya perspektif tersebut dari kelompok partisipan (jurnalis) yang belum menggunakan teknologi *AI*.

Kemudian, *research gap* berikutnya adalah kurangnya penjelasan secara teoretis tentang perspektif jurnalis terkait *AI*. Meskipun Munoriyarwa et al. (2023) menggunakan konsep *technology appropriation*, penjelasannya lebih fokus pada bagaimana *AI* digunakan dan disesuaikan dengan kebutuhan media berita, bukan dampak *AI* terhadap jurnalis itu sendiri. Noain-Sanchez (2022) juga menyoroti perlunya pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak dari teknologi *AI*. Maka, kelangkaan teoretis untuk memberikan pemahaman tentang dampak *AI* khususnya bagi jurnalis menjadi *gap* yang ingin dijawab oleh penelitian ini melalui konsep *work meaningfulness*.

Work meaningfulness berhubungan dengan bagaimana individu memandang pekerjaannya secara positif karena merasa pekerjaannya bernilai dan memberikan manfaat yang melampaui kepentingan pribadi mereka (Olsen, 2023). Olsen (2023) dalam penelitiannya menganalisis perubahan *work meaningfulness* para jurnalis akibat implementasi otomatisasi (*automated journalism*) di dua media di Norwegia. Kedua media tersebut sudah menggunakan otomatisasi untuk memproduksi berita. Perubahan *work meaningfulness* dilihat dari dua aspek, yaitu *inward* dan *outward*. Olsen (2023) membedakan *inward* sebagai kesadaran penuh individu akan potensi yang dimiliki, sedangkan *outward* mengarah ke sejauh mana pekerjaannya berkontribusi untuk kebaikan masyarakat yang lebih luas. Aspek *inward* meliputi *autonomy*, *skill variety*, *task identity*, dan *task significance*. Sementara *outward* berkaitan dengan keselarasan antara nilai-nilai yang dimiliki individu dengan keyakinan, tujuan, dan budaya organisasi media.

Studi kasus yang dilakukan Olsen (2023) tersebut mengungkap bahwa kehadiran *automated journalism* mengubah *work meaningfulness* jurnalis secara signifikan. Wartawan mengalami penurunan kebermaknaan kerja baik dari aspek *inward* maupun *outward* akibat implementasi otomatisasi di media. Wartawan menilai otomatisasi telah membatasi variasi pekerjaan yang dilakukan, otonomi, dan ruang untuk berkembang. Selain itu, wartawan merasa adanya ketidakselarasan prinsip yang dimiliki antara wartawan dengan media tempat mereka bekerja. Hal tersebut ditunjukkan dengan media yang lebih mengutamakan implementasi teknologi sehingga membuat wartawan merasa tidak cukup baik dalam bekerja, kurang apresiasi, dan frustrasi. Kepercayaan dan tujuan yang dimiliki wartawan pun menjadi terguncang.

Uniknya, partisipan selain wartawan, yaitu *editor* dan *developer*, justru merasa otomatisasi telah meningkatkan *work meaningfulness* mereka. Otomatisasi disebut meningkatkan variasi pekerjaan dan aktivitas kedua kelompok partisipan. Kemudian, mereka juga menilai teknologi seperti *automated journalism* sebagai faktor utama untuk memenuhi tujuan media dan bentuk investasi jangka panjang. Penelitian Olsen (2023) dan penelitian ini

memiliki keselarasan dalam tujuan penelitian yang ingin mendalami persepsi jurnalis dari konsep *work meaningfulness*. Maka, pemaparan Olsen (2023) mengenai aspek *inward* dan *outward* akan diadopsi dalam penelitian ini untuk memperjelas pemahaman konsep *work meaningfulness*. Sementara *research gap* yang terlihat dari penelitian Olsen (2023) adalah persepsi partisipan yang terbatas pada dua media saja.

Analisis persepsi jurnalis mengenai teknologi *AI* ini masih minim penjelasan secara teoretis (Munoriyarwa et al., 2023; Noain-Sanchez, 2022) dan membutuhkan perspektif yang lebih beragam dari media-media dengan latar belakang yang berbeda (Olsen, 2023). Maka, merujuk pada celah penelitian yang ditemukan dari Munoriyarwa et al. (2023), Noain-Sanchez (2022), dan Olsen (2023), penelitian ini ingin mencari tahu bagaimana jurnalis-jurnalis di media Indonesia mengalami perubahan *work meaningfulness* karena kehadiran *AI* yang semakin nyata dan apakah jurnalis-jurnalis ini mempermasalahkan isu etik *AI* pula. Penelitian ini juga menambahkan persepsi jurnalis dari media yang belum menggunakan *AI* untuk melengkapi temuan terkait *AI* dari penelitian terdahulu (Olsen, 2023).

2.2 Konsep Penelitian

2.2.1 *AI* dalam Jurnalistik

Istilah *artificial intelligence* atau *AI* pertama kali diperkenalkan pada 1956 oleh John McCarthy dan Marvin Minsky yang merupakan ilmuwan komputer dari Universitas Stanford melalui *workshop* mereka, yaitu penelitian musim panas Dartmouth tentang *AI* (DSRPAI) (Haelein & Kaplan, 2019, p. 3). *Workshop* ini melibatkan berbagai peneliti lainnya yang dianggap sebagai pendiri *AI* (*founding fathers*) seperti Claude Shannon dan Nathaniel Rochester untuk bersama-sama mengembangkan studi baru terkait mesin yang dapat mensimulasikan kecerdasan manusia (Haenlein & Kaplan, 2019, p. 3).

AI dapat dipahami sebagai cabang ilmu komputer yang menyimulasikan mesin untuk bekerja dan bereaksi layaknya manusia (Biswal & Gouda, 2020; Haenlein & Kaplan, 2019). Teknologi yang populer digunakan seperti *machine learning*, *expert systems*, *natural language generation* (NLG) dan *natural language processing* (NLP) merupakan bagian dari *AI* (Broussard, et al., 2019, p. 5). Meski kini terdapat banyak macam teknologi *AI*, Rashidi et al. (2025, p. 8) dan Maurya et al. (2024, p. 3) secara sederhana membedakannya menjadi *Traditional AI* dan *Generative AI*. Model *Traditional AI* atau non-*Generative AI* memiliki kemampuan untuk menyelesaikan suatu masalah terbatas pada kumpulan data yang telah dilatih ke sistemnya (*training data*) (Maurya et al., 2024; Rashidi et al., 2025). Salah satu contohnya seperti *virtual personal assistants* seperti Siri dan Google Assistant yang hanya dapat melakukan tugas tertentu (terbatas cakupannya) dan sistemnya tidak mampu untuk beradaptasi sendiri (Maurya et al., 2024, p. 4).

Berbeda dengan *traditional AI* yang lebih mengandalkan data yang dilatih ke sistemnya, *Generative AI* atau disebut sebagai generasi *AI* berikutnya dirancang untuk lebih fleksibel dan dapat menghasilkan suatu *output* atau data baru tanpa memerlukan instruksi khusus (Maurya et al., 2024; Rashidi et al., 2025). Model *Generative AI* dirancang untuk mampu belajar, bernalar, dan memecahkan masalah dengan cara yang serupa selayaknya manusia (Maurya et al., 2024, p. 4). Salah satu contohnya adalah *text generation* atau *image generation* seperti ChatGPT yang digunakan untuk membuat teks baru seperti artikel atau deskripsi produk (Alto, 2023, p. 55).

AI dalam konteks jurnalisme mengacu pada sistem otomatisasi (*automation*) yang diprogram untuk melakukan tugas-tugas jurnalis manusia pada proses produksi berita dan interaksi dengan audiens (Biswal & Gouda, 2020; Yu & Huang, 2021). Ketika membicarakan *automation*, implementasi *AI* dalam ranah jurnalistik sebenarnya bukanlah hal yang

baru (Amponsah & Atianashie, 2024; Biswal & Kulkarni, 2024). Namun, kehadiran *AI* ini memang diimplementasikan dalam ranah jurnalistik secara berbeda-beda dan berkembang setiap tahunnya (Amponsah & Atianashie, 2024, p. 2).

Pada saat memasuki tahun 2000-an hingga akhir 2010, *AI* dalam jurnalistik berada pada fase baru. Semula yang hanya digunakan sebatas membantu untuk menyusun data, *AI* kemudian digunakan untuk memproduksi berita berbasis data seperti hasil skoring olahraga secara otomatis (*automated content generation*), analisis tren dari dataset besar, hingga adanya personalisasi konten untuk kebutuhan audiens (Amponsah & Atianashie, 2024, pp. 2-3).

Berkaca pada perkembangan *AI* dalam ranah jurnalistik, *AI* kini bukan sekadar alat untuk mempercepat kerja jurnalis saja, melainkan *partner* untuk berkolaborasi membuat karya-karya jurnalistik (Marconi, 2020, p. 55). Kolaborasi yang dimaksud berupa integrasi *AI* pada setiap tahap produksi berita, mulai dari analisis tren untuk menemukan ide berita saat *newsgathering*, mengubah format teks menjadi video pada proses produksi, hingga mengoptimalkan strategi distribusi berita secara *real time* di media sosial (Marconi, 2020, p. 6).

Ketika membahas implementasi *AI* dalam proses produksi berita, terdapat beberapa istilah yang digunakan untuk menjelaskan kegunaan *AI*. Misalnya saja, beberapa penelitian menggunakan istilah *automated journalism* ketika membahas penggunaan *AI* dalam memproduksi berita secara otomatis (*automated news*) (Tandoc Jr. et al., 2020; Wu, 2019; Wolker & Powell, 2021). Otomatisasi ini pun menjadi inti dari pengertian *robot journalism* dan *algorithm journalism* sehingga biasanya kedua terminologi tersebut digunakan secara bergantian dengan *automated journalism* (Clerwall, 2014; Dorr, 2016).

Automated journalism atau *robot journalism* tersebut lebih jelas dipaparkan sebagai proses penggunaan algoritma untuk mengubah data yang ada menjadi sebuah narasi berita secara otomatis tanpa melibatkan

jurnalis manusia (Graefe, 2016; Latar, 2018). Selain *automated* dan jurnalisme robot, istilah *algorithmic personalization* pun digunakan saat menjelaskan penggunaan *AI* untuk menentukan bagaimana jurnalis dapat memberikan berita yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens (Blassnig et al., 2024; Evans et al., 2023; Hansen & Hartley, 2023). Kemudian, terdapat istilah *Generative AI* dalam *newsroom* yang kian digunakan untuk menjelaskan perangkat-perangkat *AI* seperti *ChatGPT*, *MidJourney*, dan *DALL-E* yang dapat membuat konten dalam format narasi atau gambar berdasarkan arahan jurnalis (Cools & Diakopoulos, 2024; Pavlik, 2023; Shi & Sun, 2024).

Pemaparan terkait perkembangan implementasi *AI* dan istilah-istilahnya dalam ranah jurnalistik menjadi panduan untuk peneliti lebih memahami variasi penggunaan teknologi *AI* di *newsroom*. Kemudian, konsep *AI* dalam jurnalistik ini memudahkan peneliti untuk mengetahui teknologi apa saja yang termasuk *AI* sehingga dapat lebih teliti dalam memilih informan yang sesuai dengan kriteria penelitian kategori pertama dan kedua, yaitu yang menggunakan *AI*.

2.2.2 *AI* dan Etik dalam Jurnalistik

AI kian dikembangkan untuk bisa memiliki kemampuan *reasoning* atau menjelaskan proses berpikir dalam membuat keputusan selayaknya manusia (Chu et al., 2024, p. 1). OpenAI o1 menjadi salah satunya, model *AI* yang dilengkapi kemampuan *reasoning* atau bernalar dengan menjelaskan langkah-langkah bagaimana *AI* dapat menyusun suatu jawaban secara bertahap (*chain of thought*) (Chu et al., 2024; Janakiram, 2024). Meski begitu, proses *decision-making AI* tersebut masih sulit dipahami untuk sebagian pengguna sehingga dinilai dapat menimbulkan dilema etik dalam implementasinya (Bogina et al., 2022; Vaasen, 2022). Ketika para jurnalis membuat berita, menjadi transparan terhadap bagaimana proses sebuah berita dilakukan menjadi salah satu prinsip penting dalam praktik jurnalisme untuk menjaga kredibilitas (Karlsson,

2020; Kovach & Rosenstiel, 2021). Namun, ketika melibatkan *AI* dalam pembuatan berita, jurnalis akan mengalami keterbatasan dalam menjelaskan prosesnya karena unsur ketidakjelasan (*opacity*) yang dimiliki *AI* (Chen & Chekam, 2021, p. 313).

Unsur ketidakjelasan (*opacity*) ini berhubungan dengan sistem *AI* yang kompleks sehingga sulit bagi penggunanya (jurnalis) untuk bisa memahami sepenuhnya bagaimana *AI* mendapatkan sebuah kesimpulan (*output*) dari data yang tersedia (*input*) (Chen & Chekam, 2021, p. 313). Alhasil, bagaimana dan sejauh mana transparansi ini seharusnya dilakukan ketika melibatkan *AI* dalam proses pembuatan berita pun menjadi perdebatan (Milosavljevic & Vobic, 2019; Thäsler-Kordonouri & Barling, 2023).

Jurnalisme identik diketahui sebagai praktik yang sepenuhnya melibatkan jurnalis manusia sehingga bersikap transparan akan adanya keterlibatan *AI* dalam berita dinilai berpotensi menurunkan *engagement* audiens (Thäsler-Kordonouri & Barling, 2023, p. 15). Sementara di satu sisi, audiens dinilai memiliki ekspektasi tersendiri terhadap sumber informasi yang disampaikan dalam berita sehingga pentingnya untuk jurnalis menjadi transparan terkait bagaimana data dan algoritma digunakan (Milosavljevic & Vobic, 2019; Thurman et al., 2017).

Penulisan *authorship* atau *byline* menjadi salah satu cara untuk menyampaikan keterlibatan *AI* dalam produksi berita meskipun prinsip kepenulisannya masih dianggap ambigu ketika melibatkan jurnalis dan juga *AI* (Thurman et al., 2017, p. 13). Tindakan media untuk transparan dalam menjelaskan proses perolehan data hingga distribusi berita menjadi cara media menyeimbangkan logika algoritma yang sulit dipahami (Koliska & Diakopoulos, 2019, pp. 250-251).

Selain masalah transparansi, standar etik yang ada kini semakin sulit diimplementasikan saat media melibatkan *AI* seperti otomatisasi dalam produksi berita (Paik, 2023, p. 11). Praktisi media menyadari semakin berkurangnya kekuasaan jurnalis dalam mengontrol (*editorial autonomy*)

berita yang diproduksi karena menggunakan sistem berbasis algoritma (Bastian et al, 2021; Paik, 2023). Dalam studi Paik (2023, p. 20), pergeseran kekuasaan *editorial autonomy* ini menimbulkan dilema etik terkait bagaimana media tetap bisa independen dan menjaga akuntabilitasnya ketika terus-menerus mengandalkan alat berbasis *AI* untuk produksi dan distribusi berita.

Merujuk pada pemaparan di atas, implementasi *AI* dalam media menuai ragam diskusi terkait permasalahan etik khususnya transparansi dan *editorial autonomy* yang muncul bahkan di media-media yang sudah menerapkan *AI* bertahun-tahun dalam proses produksi berita (Milosavljevic & Vobic, 2019; Thäsler-Kordonouri & Barling, 2023; Thurman et al., 2017). Alhasil, penelitian ini pun ingin mengetahui apakah jurnalis-jurnalis di Indonesia memiliki kekhawatiran yang sama terkait dilema etik mengingat *AI* semakin signifikan diimplementasikan di media Indonesia.

2.2.3 Work Meaningfulness

Work meaningfulness mengacu pada pengalaman subjektif seseorang di mana individu melihat pekerjaannya sebagai suatu hal yang menyenangkan, penting, dan bisa memenuhi tujuan-tujuan lain selain kepentingan pribadi (Bailey, 2017; Rosso et al., 2010; Vuori et al., 2012). Pekerjaan dianggap *meaningful* atau tidak berdasarkan evaluasi individu terhadap sejauh mana pekerjaannya bisa memenuhi nilai-nilai tertentu (Martela & Pessi, 2018, p. 3). Maka, *work meaningfulness* bukanlah suatu hal yang mutlak karena ada kalanya pekerjaan yang dilakukan dirasa tidak berarti (*meaningless*) (Allan et al., 2019, p. 501).

Hackman & Oldham (1976, pp. 255-256) melalui konsep *job characteristics model* mengidentifikasi empat faktor yang memengaruhi *work meaningfulness*, yakni *skill variety*, *task identity*, *task significance*, dan *work autonomy*. Olsen (2023, p. 3) mengelompokkan keempat faktor tersebut sebagai aspek *inward* dari *meaningfulness*.

Aspek *inward* tersebut dikembangkan karena adanya keterbatasan penjelasan dari teori-teori sebelumnya terkait perilaku individu dalam bekerja (Hackman & Oldham, 1976, p. 250). Hackman & Oldham (1976, pp. 251-254) berargumen bahwa teori *motivation-hygiene*, teori *activation*, *social-technical systems*, dan *jobs and individual differences: an interactive approach* kurang memiliki bukti empiris dan minim penjelasan spesifik akan situasi seperti apa yang membuat individu menunjukkan reaksi berbeda terhadap apa yang dikerjakannya. Alhasil Hackman & Oldham (1976) pun merumuskan *job characteristics model*.

Hackman & Oldham (1976, p. 257) dalam konsepnya mendefinisikan *skill variety* sebagai macam-macam kemampuan individu yang dibutuhkan pada saat melakukan pekerjaannya. Ketika pekerjaan yang dilakukan tidak terpaku pada satu *skill* saja, individu akan semakin merasa pekerjaannya dapat mengasah berbagai *skill* yang dimiliki. Hal ini disebut dapat memunculkan rasa kebermanaknaan dari pekerjaan yang dilakukan (Hackman & Oldham, 1976, p. 257). Sementara *task identity* berhubungan dengan keterlibatan individu dalam menyelesaikan pekerjaannya sejak tahap awal hingga akhir sehingga membuat pekerjaannya dinilai bermakna (Hackman & Oldham, 1976, p. 257).

Hackman & Oldham (1976, p. 257) menghubungkan *task significance* dengan kesadaran individu akan dampak positif yang diberikan pekerjaannya untuk kehidupan orang lain baik di dalam maupun di luar tempat individu itu bekerja. Kemudian, *work autonomy* diartikan sebagai sejauh mana individu dapat secara bebas menentukan cara menyelesaikan pekerjaannya (Oldham & Hackman, 2010, p. 464). Ketika aspek *inward* terpenuhi, individu akan lebih termotivasi sehingga mendorong kinerja yang lebih berkualitas dan meningkatkan kepuasan terhadap pekerjaannya (Allan et al., 2019, p. 502).

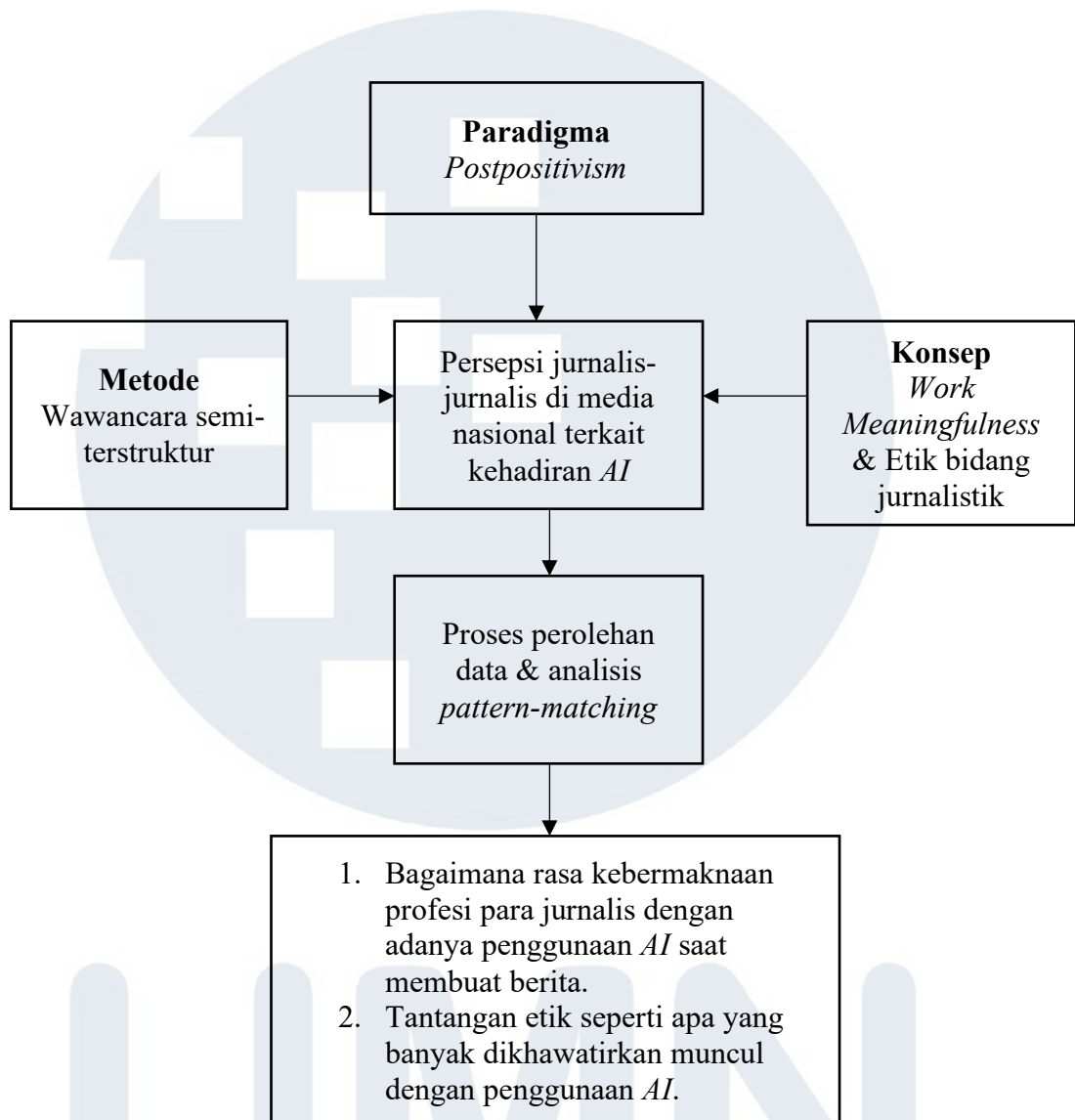
Namun, seiring dengan berkembangnya hubungan antara individu dengan pekerjaannya, Oldham & Hackman (2010, pp. 467-468) menyadari bahwa bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungan sekitar (*social*

interaction) menjadi penting untuk diketahui karena dapat menentukan *work meaningfulness* seseorang. Maka, selain aspek *inward* yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini menambahkan penjelasan *unity of others* dari dimensi *work meaningfulness* yang dirumuskan oleh Lips-Wiersma & Morris (2011).

Dimensi *unity of others* yang meliputi *sharing values*, *belonging*, dan *working together* ini menguraikan bagaimana interaksi individu dengan orang-orang sekitar dapat membuat pekerjaannya lebih bermakna (Lips-Wiersma & Morris, 2009, p. 501). Individu disebut dapat menganggap pekerjaannya *meaningful* ketika dirinya dan rekan kerja memiliki nilai-nilai yang sama (*sharing values*) dan merasakan hubungan yang mendalam antara satu sama lain (*belonging*) (Lips-Wiersma & Morris, 2011, pp. 59-63). Kemudian, pekerjaan individu pun dinilai menjadi bermakna ketika terciptanya dukungan (*mutual support*), sebuah ikatan atau *bond*, dan keselarasan tujuan antara satu sama lain pada saat bekerja sama (Lips-Wiersma & Morris, 2011, p. 59).



2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.1 Alur Penelitian

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A