

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman, perasaan, dan pemaknaan pegawai Generasi X di sektor Teknologi Informasi terhadap peristiwa PHK. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Heideggerian, pengalaman para informan ditelusuri dalam dimensi temporal: sebelum, saat, dan sesudah PHK, untuk menyingkap struktur keberadaan (Dasein) yang tidak kasatmata dalam fenomena sosial-ekonomi tersebut.:

1. Pengalaman

- Sebelum PHK, informan menjalani kehidupan kerja dengan intensitas tinggi, tanggung jawab besar, dan tekanan performa yang konstan. Banyak di antara mereka merasa "nyaman" dalam rutinitas, namun tanpa sadar kehilangan waktu untuk kehidupan personal dan keluarga. Mereka berada dalam kondisi keterlarutan dalam dunia (das Man), menjalani hidup yang diatur oleh sistem dan tuntutan eksternal.
- Saat PHK terjadi, pengalaman yang dialami bersifat mengguncang dan mengungkapkan keterlemparan eksistensial (Geworfenheit). Beberapa informan mengalami proses pemanggilan yang mendadak, minim penjelasan, dan tidak manusiawi. Momen tersebut menjadi titik putus dari struktur kehidupan yang selama ini dianggap stabil, dan menyingkap realitas bahwa keberadaan mereka ternyata begitu rapuh di mata perusahaan.
- Sesudah PHK, informan menjalani fase rekonstruksi hidup dengan berbagai strategi: kembali melamar kerja, membangun usaha sendiri, atau merapat pada kehidupan domestik. Pengalaman pasca-PHK sangat variatif, dari yang mengalami keterpurukan hingga yang menemukan bentuk hidup baru yang lebih otentik dan bermakna. Kehidupan yang semula terpaku pada peran kerja

perlahan bertransformasi menjadi ruang reflektif untuk menentukan ulang arah hidup.

2. Perasaan

- Sebelum PHK, mayoritas informan merasa percaya diri, memiliki posisi yang dianggap aman, dan sebagian besar merasa dibutuhkan oleh perusahaan. Namun, terdapat pula rasa lelah, kejenuhan, dan hilangnya kepuasan batin atas pekerjaan, yang selama ini terabaikan karena terbiasa dalam rutinitas.
- Saat PHK, perasaan dominan adalah syok, bingung, marah, kecewa, dan merasa tidak dihargai. PHK menjadi pengalaman emosional yang tidak hanya melukai harga diri, tetapi juga mengancam kestabilan ekonomi, sosial, dan psikologis mereka. Perasaan ditinggalkan dan tidak dimanusiakan menjadi inti dari guncangan eksistensial tersebut.
- Sesudah PHK, perasaan yang muncul bersifat ambivalen: antara kehilangan dan kebebasan, antara kecemasan dan harapan. Beberapa informan merasa lebih dekat dengan keluarga dan memiliki waktu untuk dirinya sendiri, namun tidak sedikit pula yang dihantui rasa gagal, kesepian, dan ketidakpastian. Meski demikian, muncul pula semangat untuk bangkit, berdamai, dan menemukan makna baru dalam kehidupan yang tak lagi sama.

3. Pemaknaan

- Sebelum PHK, pekerjaan dimaknai sebagai identitas utama, sumber pengakuan sosial, serta jaminan hidup. Banyak informan yang mendasarkan harga dirinya pada keberhasilan profesional dan pencapaian kerja. Namun, makna ini bersifat rapuh karena tidak menyentuh dimensi eksistensial yang lebih dalam.
- Saat PHK, makna keberadaan mereka sebagai pekerja runtuh. PHK menjadi momen disruptif yang memaksa para informan untuk meninjau ulang fondasi identitasnya. Peristiwa ini membuka celah untuk menyoal ulang apa arti “berada” jika tidak lagi menjadi bagian dari sistem kerja.
- Sesudah PHK, makna hidup dan kerja mengalami pergeseran. Beberapa informan menyadari pentingnya relasi personal, kesehatan mental, dan

kehadiran dalam keluarga. Pekerjaan bukan lagi satu-satunya sumber nilai, tetapi bagian dari hidup yang harus selaras dengan eksistensi yang utuh. Dalam kerangka Heidegger, ini mencerminkan transformasi Dasein dari keterlemparan menuju keberadaan yang otentik—dengan keterbukaan terhadap kemungkinan-kemungkinan yang lebih manusiawi (Sein-zum-Möglichen).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. Bagi pekerja yang mengalami PHK, penting untuk menyediakan ruang refleksi dan pembelajaran yang mengakui dimensi eksistensial, bukan hanya ekonomi. Program konseling karier, komunitas berbagi pengalaman, atau pelatihan dapat menjadi intervensi yang berguna.
2. Perusahaan dan HRD perlu mempertimbangkan pendekatan humanistik dalam proses PHK, dengan mengintegrasikan aspek pendampingan psikososial, komunikasi terbuka, dan transparansi. Hal ini dapat meminimalkan trauma eksistensial dan menjaga martabat individu.
3. Pemerintah dan lembaga ketenagakerjaan diharapkan tidak hanya menyediakan pelatihan ulang keterampilan teknis, tetapi juga mendorong program pemulihan identitas dan makna, khususnya bagi kelompok usia produktif yang terdampak disrupsi teknologi.

5.2.3 Saran Teoritis

1. Penelitian ini memperkaya wacana fenomenologi eksistensial dalam konteks ketenagakerjaan modern. Kajian selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih dalam relasi antara temporality dan makna kerja di era digital.
2. Konsep komunikasi interpersonal dalam situasi krisis perlu dipertimbangkan untuk menganalisis lebih dalam bagaimana interaksi antara individu dan lingkungan sosialnya (atasan, rekan kerja, keluarga) membentuk proses

pemaknaan terhadap PHK. Dalam konteks ini, pendekatan seperti *empathic communication* dan *supportive dialogue* dapat memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana kualitas komunikasi selama fase krisis (terutama saat penyampaian keputusan PHK) memengaruhi cara individu menerima, merespons, dan menafsirkan peristiwa tersebut. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi hal ini

3. Studi mendatang juga bisa membandingkan kelompok usia yang berbeda, misalnya Generasi Z atau Milenial, melibatkan informan Perempuan untuk melihat perbedaan pola respon terhadap PHK dan krisis eksistensial yang ditimbulkannya.
4. Komunikasi Digital dan Personal Branding, temuan bahwa beberapa informan memanfaatkan media sosial untuk membangun citra profesional baru menunjukkan bahwa *komunikasi bermediasi teknologi* dan *self-presentation theory* memiliki peran penting dalam pemulihan identitas pasca-PHK. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi bagaimana konstruksi makna identitas profesional dibentuk melalui komunikasi digital, serta hambatan psikologis (seperti keraguan dan ketakutan dianggap "pamer") dalam praktik personal branding.