



**HUBUNGAN *MINDFULNESS IN COMMUNICATION* DAN *VOICE BEHAVIOR*
PADA KARYAWAN OPERASIONAL INDUSTRI *FOOD & BEVERAGE* DI
JAKARTA**

Sheila Salvezza¹, Untung Subroto²

Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara^{1,2}

e-mail: untungs@fpsi.untar.ac.id

Diterima: 22/12/2025; Direvisi: 31/12/2025; Diterbitkan: 14/01/2026

ABSTRAK

Permasalahan komunikasi yang sering terjadi di tempat kerja dapat diatasi dengan *mindfulness*, khususnya *mindfulness in communication* yang merupakan kemampuan individu untuk hadir secara utuh, terbuka, serta merespons dengan tenang dalam proses komunikasi. Salah satu aspek perilaku di tempat kerja yang berkaitan dengan *mindfulness in communication* adalah *voice behavior*, yaitu kecenderungan karyawan untuk menyampaikan ide atau masukan yang bertujuan untuk mendorong perubahan atau perbaikan organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior* pada karyawan industri *Food & Beverage* (F&B) di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan teknik pengambilan data *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah *Mindfulness in Communication Scale* dan *Voice Behavior Scale*. Partisipan berjumlah 246 karyawan dengan karakteristik sedang atau pernah bekerja sebagai karyawan operasional di industri F&B di Jakarta, bekerja di perusahaan F&B berbasis tim dan bukan usaha perseorangan, serta memiliki pengalaman kerja minimal enam bulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *mindfulness in communication* memiliki korelasi positif dengan *voice behavior*. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat *mindfulness in communication*, maka semakin tinggi pula tingkat *voice behavior* pada karyawan operasional di industri F&B di Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan dapat mengembangkan program yang berfokus pada peningkatan *mindfulness in communication* dan *voice behavior* untuk mendukung komunikasi yang lebih baik dan meningkatkan kontribusi karyawan dalam organisasi.

Kata Kunci: *Mindfulness in Communication, Voice Behavior, Karyawan Operasional, Industri Food & Beverage*

ABSTRACT

Communication problems that frequently occur in the workplace can be addressed through mindfulness, particularly mindfulness in communication, which refers to an individual's ability to be fully present, open, and to respond calmly during the communication process. One aspect of workplace behavior related to mindfulness in communication is voice behavior, defined as employees' tendency to express ideas or suggestions aimed at encouraging organizational improvement or change. This study aimed to examine whether there is a relationship between mindfulness in communication and voice behavior among employees in the Food & Beverage (F&B) industry in Jakarta. This study employed a non-experimental quantitative approach using purposive sampling as the data collection technique. The instruments used were the Mindfulness in Communication Scale and the Voice Behavior Scale. A total of 246 participants were involved, consisting of employees who were currently or had previously worked as



operational employees in the F&B industry in Jakarta, worked in team-based F&B companies rather than individual enterprises, and had a minimum of six months of work experience. The results of the analysis indicated that mindfulness in communication had a positive correlation with voice behavior. These results suggest that higher levels of mindfulness in communication are associated with higher levels of voice behavior among operational employees in the F&B industry in Jakarta. Based on these findings, organizations may develop programs focused on enhancing mindfulness in communication and voice behavior to support better communication and increase employee contributions within the organization.

Keywords: *Mindfulness in Communication, Voice Behavior, Operational Employees, Food & Beverage Industry*

PENDAHULUAN

Industri *Food & Beverage* (F&B) mencakup berbagai jenis usaha seperti restoran, kafe, layanan cepat saji, hingga katering (Mesak, 2023). Meskipun layanannya tampak sederhana, operasional industri F&B melibatkan alur kerja yang kompleks, sehingga komunikasi memegang peran penting dalam menjaga kelancaran kerja. Namun, praktik komunikasi di lingkungan kerja F&B belum berjalan secara optimal. Fitri dan Abrian (2023) melaporkan bahwa kualitas komunikasi antar sejawat hanya mencapai 67,2% (kurang baik), sedangkan komunikasi antar level dan departemen berada pada tingkat 54,5% (tidak baik). Temuan tersebut sejalan dengan Darmawan et al. (2025) yang menemukan bahwa komunikasi satu arah masih dominan dan menghambat efektivitas kerja. Kondisi ini juga tercermin dalam kasus demonstrasi akibat pemutusan hubungan kerja di KFC Indonesia pada Februari 2025, ketika manajemen dinilai melakukan PHK secara sepihak tanpa komunikasi atau musyawarah dengan serikat pekerja (Marsya, 2025), yang menunjukkan bahwa komunikasi yang tidak efektif dapat memicu konflik hingga aksi demonstrasi.

Secara teoretis, fenomena komunikasi di lingkungan kerja dapat dijelaskan melalui teori komunikasi. Menurut Lasswell (1948, dalam Sugianto et al., 2020), komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan lima unsur utama, yaitu siapa yang menyampaikan pesan (*who*), apa yang disampaikan (*says what*), melalui saluran apa (*in which channel*), kepada siapa (*to whom*), dan dengan efek apa (*with what effect*). Komunikasi di tempat kerja merupakan proses pertukaran informasi, ide, dan perasaan dalam organisasi (Jhodia, 2024). Untuk mewujudkan komunikasi yang efektif, organisasi perlu memahami *seven C's of effective communication*, yaitu *coherent, concrete, completeness, commitment, courteous, clarity, dan consistency* (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995 dalam Ehinmilorin, 2021). Sedangkan, komunikasi yang tidak efektif dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik, menurunkan motivasi, dan mengurangi produktivitas, sehingga memengaruhi keberhasilan organisasi (Jhodia, 2024).

Permasalahan komunikasi dalam dunia kerja berkaitan dengan peran *mindfulness*. Yudhawati dan Priono (2023) menunjukkan bahwa 41,9% peningkatan efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh tingkat *mindfulness* individu, di mana individu dengan *mindfulness* yang lebih tinggi cenderung berkomunikasi lebih efektif dalam kegiatan organisasi. Pratscher et al. (2019) menyatakan bahwa kesadaran terhadap pikiran, emosi, serta sinyal sosial lawan bicara, termasuk nada suara dan bahasa tubuh, mendorong komunikasi yang lebih terbuka, hadir, dan tidak reaktif. Temuan ini diperkuat oleh Awan et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *mindfulness* membantu individu membangun hubungan kerja yang berkualitas melalui pemahaman informasi yang mempertimbangkan perspektif orang lain. Secara konseptual, *mindfulness* berperan penting dalam membentuk cara individu berkomunikasi di lingkungan



kerja. Menurut Kabat-Zinn (1994 dalam Choi et al., 2022), *mindfulness* diartikan sebagai kemampuan untuk memperhatikan secara sengaja pada momen saat ini tanpa menghakimi. Berdasarkan konsep tersebut, Arendt, Verdofer, dan Kugler (2019) mengembangkan istilah *mindfulness in communication* sebagai cara berkomunikasi yang mencerminkan kehadiran utuh, keterbukaan, dan ketenangan, yang mencakup perhatian penuh terhadap pesan lawan bicara, sikap terbuka terhadap masukan tanpa penilaian langsung, serta cara berkomunikasi yang tenang dan tidak reaktif terhadap pengalaman yang sedang berlangsung.

Studi oleh Al-Abrow et al. (2023) menunjukkan bahwa keterbukaan dan kemampuan melihat situasi secara objektif berkontribusi langsung terhadap inovasi karena membantu karyawan memahami kebutuhan orang lain dan konteks kerja secara lebih akurat (Sinkula, Baker, & Noordewier, 1997; Ling, Floyd, & Baldrige, 2005; dalam Al-Abrow et al., 2023), yang selanjutnya mendorong perbaikan berkelanjutan serta peningkatan inovasi dan saran di tempat kerja (Lundkvist & Gustavsson, 2018 dalam Al-Abrow et al., 2023). Ouyang et al. (2023) juga menegaskan bahwa lingkungan kerja yang mendukung, inklusif, dan mendorong komunikasi terbuka membuat karyawan merasa aman dan termotivasi untuk menyuarakan pendapat tanpa takut akan dampak negatif. Kondisi tersebut berkaitan erat dengan *voice behavior*, yaitu perilaku ekstra peran (*extra-role behavior*) berupa penyampaian kritik membangun, saran, atau ide yang bersifat sukarela dan promotif untuk mendorong perubahan dan perbaikan organisasi (Van Dyne & LePine, 1998; Morrison, 2023). Meskipun *voice behavior* terbukti berperan penting dalam memicu perbaikan berkelanjutan dan inovasi, khususnya dalam lingkungan kerja yang dinamis (Van Dyne & LePine, 1998), kajian empiris yang mengaitkan perilaku ini secara langsung dengan proses komunikasi yang mindful masih relatif terbatas, sehingga membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut.

Penelitian-penelitian terbaru menunjukkan bahwa *voice behavior* memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek organisasi. Firdausi et al. (2024) menemukan bahwa semakin tinggi *voice behavior* yang ditunjukkan karyawan, semakin besar pula niat mereka untuk bertahan di perusahaan. Selain itu, *voice behavior* berperan sebagai mekanisme penting dalam mendorong inovasi dan peningkatan kualitas layanan, khususnya di industri perhotelan dan restoran (Ajmal et al. 2025). Sebagai bentuk penyampaian ide dan masukan karyawan, *voice behavior* berkaitan erat dengan proses komunikasi di tempat kerja, sehingga *mindfulness in communication* menjadi aspek yang relevan untuk dikaji dalam hubungannya dengan perilaku tersebut. Meskipun penelitian mengenai *mindfulness* dan *voice behavior* telah banyak dilakukan, kajian sebelumnya cenderung membahas *mindfulness* secara umum dan mengaitkan *voice behavior* dengan faktor lain seperti *psychological safety*, kepemimpinan, serta kualitas hubungan atasan-bawahan, sementara keterkaitannya dengan komunikasi yang *mindful* masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian dengan konteks yang mendekati industri F&B sebagian besar berasal dari sektor hospitality, sehingga kajian yang secara spesifik meneliti hubungan *mindfulness in communication* dan *voice behavior* pada karyawan operasional industri F&B masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior* pada karyawan operasional industri F&B di Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat non-eksperimental dengan pendekatan kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk melihat hubungan antara dua variabel, yaitu *mindfulness in communication* dan *voice behavior*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah





Mindfulness in Communication Scale yang dikembangkan oleh Arendt et al. (2019). Skala ini menggunakan forma Likert enam poin dan terdiri dari 9 pernyataan yang terbagi ke dalam tiga dimensi. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan *Voice Behavior Scale* yang dikembangkan oleh Van Dyne dan LePine (1998) yang bersifat unidimensional, terdiri dari enam butir pernyataan, dan menggunakan format Likert tujuh poin.

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dan jenis yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria partisipan adalah: (1) individu yang sedang aktif atau pernah bekerja sebagai karyawan operasional di industri F&B di wilayah Jakarta, dengan status kerja berupa karyawan tetap, kontrak, paruh waktu (*part-time*), ataupun magang, (2) bekerja di perusahaan F&B yang melibatkan tim, bukan usaha perseorangan, serta (3) memiliki pengalaman bekerja di posisi tersebut minimal enam bulan. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan Google Forms yang disebarluaskan secara daring melalui berbagai media sosial. Data yang telah terkumpul dirapikan menggunakan Microsoft Excel, sebelum kemudian dianalisis lebih lanjut dengan aplikasi SPSS versi 29. Setelah alat ukur terbukti valid dan reliabel berdasarkan hasil uji yang dilakukan, peneliti melanjutkan proses analisis data lainnya.

Setelah 246 data partisipan yang memenuhi kriteria telah terkumpul, peneliti melakukan pengolahan dan analisis data. Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan uji asumsi klasik berupa normalitas dan linearitas. Untuk melihat hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior* pada karyawan, peneliti menggunakan uji korelasi Spearman sebagai karena data tidak terdistribusi normal. Selain itu, dilakukan pula uji beda menggunakan teknik Mann-Whitney U Test dan Kruskal-Wallis Test untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan skor *mindfulness in communication* maupun *voice behavior* berdasarkan data demografis karyawan operasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap variabel *mindfulness in communication* dan *voice behavior* menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai signifikansi $p < 0,001$, yang menunjukkan bahwa distribusi data tidak berdistribusi normal karena nilai p lebih kecil dari 0,05. Kemudian, model linear menunjukkan nilai signifikansi sebesar $p < 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior* bersifat tidak linear ($p < 0,05$), sehingga hubungan kedua variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linear. Dengan demikian, analisis dilanjutkan menggunakan uji korelasi non-parametrik Spearman untuk menguji hubungan antar variabel karena data tidak berdistribusi normal. Rincian hasil uji korelasi antara kedua variabel dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Spearman pada *Mindfulness in Communication* dan *Voice Behavior*

r	Sig. (2-tailed)	Interpretasi
0.351	< 0.001	Berkorelasi positif

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior*. Artinya, semakin tinggi tingkat *mindfulness in communication* yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka



untuk menunjukkan perilaku *voice behavior*. Namun, kekuatan hubungan tersebut tergolong lemah karena nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,20 – 0,399. Selain itu, uji korelasi juga dilakukan pada dimensi *mindfulness in communication* dan variabel *voice behavior* dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Spearman pada Dimensi *Mindfulness in Communication* dan *Voice Behavior*

No.	Dimensi	r	Sig. (2-tailed)	Interpretasi
1.	<i>Presence</i> dan <i>Voice Behavior</i>	0.259	< 0.001	Berkorelasi positif
2.	<i>Openness</i> dan <i>Voice Behavior</i>	0.285	< 0.001	Berkorelasi positif
3.	<i>Calmness</i> dan <i>Voice Behavior</i>	0.256	< 0.001	Berkorelasi positif

Hasil analisis korelasi Spearman menunjukkan bahwa ketiga dimensi *mindfulness in communication* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *voice behavior*. Korelasi antara dimensi *being present by paying attention to the other (presence)* dan *voice behavior* menghasilkan nilai r dan p yang menunjukkan kedua variabel tersebut berkorelasi positif. Selanjutnya, dimensi *showing an open, non-judging attitude (openness)* juga berkorelasi positif dengan *voice behavior*. Selain itu, hubungan antara dimensi *communicating in a calm way, not being influenced by the current experience* dan *voice behavior (calmness)* juga menghasilkan nilai r dan p yang menandakan adanya korelasi positif antara keduanya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh dimensi *mindfulness in communication*, yaitu *presence*, *openness*, dan *calmness*, memiliki hubungan positif dengan *voice behavior*.

Uji beda dilakukan menggunakan uji non-parametrik karena data penelitian tidak berdistribusi normal. Pengujian berdasarkan usia dianalisis menggunakan *Kruskal-Wallis Test* yang bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan signifikan antara lebih dari dua kelompok pada data yang tidak berdistribusi normal. Hasil analisis uji beda *mindfulness in communication* menunjukkan nilai signifikansi $p = 0,017 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *mindfulness in communication* berdasarkan usia. Secara deskriptif, kelompok usia 18 – 25 tahun memiliki nilai *mean rank* tertinggi (131,85), sedangkan kelompok usia 36 – 45 tahun memiliki nilai *mean rank* terendah (82,50). Sedangkan, uji beda berdasarkan jenis kelamin menggunakan metode *Mann-Whitney U Test* yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan antara dua kelompok pada data yang tidak berdistribusi normal. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar $p = 0,046 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan dalam tingkat *voice behavior* antara partisipan laki-laki dan perempuan. Secara deskriptif, laki-laki memiliki nilai *mean rank* lebih tinggi (132,77) daripada perempuan (114,81).

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior* pada karyawan operasional industri F&B di Jakarta. Sejalan dengan tujuan tersebut, hasil analisis data menunjukkan adanya beberapa temuan utama, yaitu *mindfulness in communication* berkorelasi positif dengan *voice behavior*. Selain itu, seluruh dimensi *mindfulness in communication* juga menunjukkan hubungan positif dengan *voice behavior*, yaitu dimensi *being present by paying attention to the other (presence)*, *showing an open, non-*



judging attitude (openness), serta *communicating in a calm way, not being influenced by the current experience (calmness)*.

Temuan pertama menunjukkan bahwa *mindfulness in communication* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *voice behavior*. Namun, kekuatan hubungan tersebut tergolong lemah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hafenbrack et al. (2025) yang menemukan bahwa *mindfulness* secara konsisten meningkatkan *voice behavior*. Hal tersebut terjadi karena *mindfulness* mampu memperbaiki kondisi afektif positif karyawan, sehingga mereka menjadi lebih toleran terhadap risiko sosial ketika ingin menyampaikan ide atau masukan (Hafenbrack et al., 2025). Hasil penelitian Yuan et al. (2025) juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa *mindfulness* berperan dalam meningkatkan *voice behavior* melalui peningkatan sumber daya psikologis individu, yang pada akhirnya mendorong keterlibatan karyawan dalam menyuarakan pendapat di tempat kerja.

Selain itu, hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa seluruh dimensi *mindfulness in communication* berhubungan positif dengan *voice behavior*. Pertama, dimensi *presence* berkorelasi positif dengan *voice behavior*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sunaryo et al. (2023) yang menyatakan bahwa individu yang secara sadar memperhatikan lingkungannya membuat mereka lebih siap merespons kebutuhan lingkungan kerja secara proaktif, termasuk menyampaikan ide atau masukan ketika diperlukan. Kedua, temuan bahwa dimensi *openness* berkorelasi positif dengan *voice behavior* mendukung hasil studi Al-Abrow et al. (2023), yang menunjukkan bahwa keterbukaan dan kemampuan melihat situasi secara objektif dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk terlibat dalam inovasi dan memberikan masukan. Penelitian oleh Shaffakat et al. (2022) menunjukkan bahwa *mindfulness* membantu individu mengatur respons emosional dan perilaku ketika menghadapi situasi menekan, sehingga mereka tidak bereaksi secara impulsif maupun menarik diri secara pasif. Hal ini sejalan dengan penelitian ini pada dimensi *calmness*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *calmness* juga berkorelasi positif dengan *voice behavior*. Dengan demikian, pola hubungan pada ketiga dimensi menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam *mindfulness in communication* secara konsisten mendukung munculnya *voice behavior*.

Berdasarkan analisis tambahan pada aspek demografis, pola perbedaan pada variabel *mindfulness in communication* menunjukkan adanya variasi berdasarkan usia. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mahlo & Windsor (2020), yang menunjukkan bahwa beberapa komponen *mindfulness*, seperti perhatian pada saat ini dan orientasi *non-judgmental*, cenderung meningkat seiring bertambahnya usia. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kelompok usia 18–25 tahun memiliki tingkat *mindfulness in communication* yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih tua, khususnya kelompok usia 36–45 tahun. Perbedaan tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari perubahan perkembangan kognitif, emosional, dan fisik yang muncul seiring bertambahnya usia, sehingga tingkat *mindfulness* seseorang pada usia tertentu juga dapat berbeda (Mahlo & Windsor, 2020). Untuk variabel *voice behavior*, temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan berdasarkan jenis kelamin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok laki-laki memiliki tingkat *voice behavior* yang lebih tinggi dibandingkan kelompok perempuan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *voice self-efficacy* dan kecenderungan untuk bersuara (*voice behavior*) dapat berbeda berdasarkan gender, di mana perempuan cenderung mengembangkan *voice self-efficacy* lebih kuat ketika mereka melihat contoh pemimpin perempuan yang bersuara di tempat kerja (Taiyi Yan et al., 2022).



Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, data pada penelitian ini tidak berdistribusi normal sehingga peneliti menggunakan analisis non-parametrik. Meskipun analisis non-parametrik tetap mampu menunjukkan adanya hubungan antarvariabel, metode ini umumnya memiliki kekuatan statistik yang lebih rendah dan kurang sensitif dalam mendeteksi hubungan yang kecil. Dengan demikian, hasil penelitian ini tetap perlu dipahami sesuai karakteristik data yang ada. Kedua, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior*, seperti budaya organisasi, iklim psikologis, atau gaya kepemimpinan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan ukuran sampel yang lebih besar atau mengumpulkan data dengan sebaran yang lebih seimbang, serta menambahkan analisis yang mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual tersebut agar hasil yang diperoleh menjadi lebih menyeluruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa terdapat hubungan antara *mindfulness in communication* dan *voice behavior* pada karyawan operasional industri *Food & Beverage* (F&B) di Jakarta. Hasil analisis data utama memperlihatkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,351 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa *mindfulness in communication* dan *voice behavior* berkorelasi secara positif dan signifikan. Namun, kekuatan hubungan ini tergolong lemah karena nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,20 – 0,399. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *mindfulness in communication*, maka semakin tinggi pula tingkat *voice behavior* pada karyawan operasional di industri F&B di Jakarta. Secara sederhana, ketika individu berkomunikasi dengan hadir secara utuh, terbuka, dan tenang, maka individu tersebut akan lebih mudah menunjukkan perilaku sukarela untuk menyampaikan saran, opini, ataupun ide yang bertujuan memperbaiki atau meningkatkan fungsi organisasi.

Berdasarkan temuan penelitian ini, perusahaan di industri F&B disarankan untuk mengembangkan program pelatihan yang berfokus pada peningkatan *mindfulness in communication*. Perusahaan juga perlu membangun lingkungan kerja yang mendukung munculnya *voice behavior*, misalnya melalui budaya diskusi terbuka, pemberian ruang aman untuk menyampaikan pendapat, serta apresiasi terhadap ide dan masukan karyawan. Bagi karyawan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kesadaran diri dalam berkomunikasi di tempat kerja. Kemampuan tersebut dapat membantu karyawan membangun hubungan kerja yang lebih baik, mengurangi potensi miskomunikasi, dan meningkatkan keberanian untuk menyampaikan ide atau saran yang bermanfaat bagi perbaikan proses kerja. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih banyak mengkaji *mindfulness in communication* karena variabel ini masih jarang diteliti dalam konteks dunia kerja. Penelitian lanjutan dapat memperluas *setting* penelitian ataupun dapat dihubungkan dengan faktor lain seperti budaya kerja untuk memperkaya pemahaman teoretis *mindfulness in communication*. Penelitian lanjutan dengan topik serupa di *setting* F&B juga dapat menghasilkan wawasan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik operasional sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Ajmal, M., Sareet, Z., & Islam, A. (2025). Unleashing innovation through employee voice behavior in the hotel industry: The impact of ambidextrous leadership on innovative



- work behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(2), 448-471. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2023-0564>
- Al-Abrow, H., Fayez, A. S., Abdullah, H., Khaw, K. W., Alnoor, A., & Rexhepi, G. (2023). Effect of open-mindedness and humble behavior on innovation: mediator role of learning. *International Journal of Emerging Markets*, 18(9), 3065–3084. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2020-0888>
- Arendt, J. F. W., Verdorfer, A. P., & Kugler, K. G. (2019). Mindfulness and leadership: Communication as a behavioral correlate of leader mindfulness and its effect on follower satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00667>
- Awan, U., Sufyan, M., Ameer, I., Shamim, S., Akhtar, P., & Ul Zia, N. (2024). Mindfulness and creative process engagement: The mediating role of workplace relational systems. *Journal of Managerial Psychology*, 39(3), 241-263. <https://doi.org/10.1108/JMP-04-2022-0196>
- Choi, E., Gruman, J. A., & Leonard, C. M. (2022). A balanced view of mindfulness at work. *Organizational Psychology Review*, 12(1), 35-72. <https://doi.org/10.1177/20413866211036930>
- Darmawan, R., Sungkono, & Karnama, M. M. (2025). Pengaruh komunikasi internal dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 111-126. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4008>
- Ehinmilorin, E. (2021). Change management process: An integrated analysis of the importance of effective communication in an organization. *European Journal of Business and Management*, 13(24). <https://doi.org/10.7176/EJBM/13-24-01>
- Firdausi, W., Indra, & Emilisa, N. (2024). Pengaruh worklife balance, employee voice behavior, organizational culture, dan organizational commitment terhadap intention to stay pada karyawan perusahaan start up edukasi di Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(15), 710-718. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13834281>
- Fitri, A., & Abrian, Y. (2023). Analisis komunikasi karyawan Novotel Bukittinggi. *Fillgap in Management and Tourism*, 1(1), 6-11. <https://fillgap.id/index.php/fillgap/article/view/3>
- Hafenbrack, A., Wu, E. S., & Moy, J. H. (2025). State mindfulness increases employee voice. *Academy of Management*, 2025(1). <https://doi.org/10.5465/AMPROC.2025.13958abstract>
- Jhodia, G. (2024). Enhancing organizational performance through effective workplace communication strategies. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, 28(6), 1-4. <https://www.abacademies.org/articles/enhancing-organizational-performance-through-effective-workplace-communication-strategies-17419.html>
- Mahlo, L., & Windsor, T. D. (2020). Older and more mindful? Age differences in mindfulness components and well-being. *Aging & Mental Health*, 25(7), 1320-1331. <https://doi.org/10.1080/13607863.2020.1734915>
- Marsya, I. (2025). Konteks.co.id. *Gelombang PHK di Ramadan 2025, 5 Perusahaan Besar Ini Pecat Ribuan Karyawan*. <https://www.konteks.co.id/ekonomi/1631040535/gelombang-phk-di-ramadan-2025-5-perusahaan-besar-ini-pecat-ribuan-karyawan>
- Mesak, E. (2023). *Pengertian F&B service modern serta jenis-jenis trennya*. Mekari. <https://mekari.com/blog/fb-service-modern/>



- Morrison, E. W. (2023). Employee voice and silence: Taking stock a decade later. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *10*, 79-107. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-054654>
- Ouyang, C., Ma, Z., Ma, Z., & Su, J. (2023). Research on employee voice intention: conceptualization, scale development, and validation among enterprises in China. *Psychology Research and Behavior Management*, *16*, 2137-2156. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S414623>
- Pratscher, S. D., Wood, P. K., King, L. A., & Bettencourt, B. A. (2019). *Interpersonal mindfulness: Scale development and initial construct validation*. *Mindfulness*, *10*(6), 1044–1061. <https://doi.org/10.1007/s12671-018-1057-2>
- Shaffakat, S., Otaye-Ebede, L., REB, J., Chandwani, R., & Vongswasdi, P. (2022). Mindfulness attenuates both emotional and behavioral reactions following psychological contract breach: A two-stage moderated mediation model. *Journal of Applied Psychology*, *107*(3), 425-443. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/apl0000878>
- Sugianto, A., Setiawan, V., & Utami, F. I. D. (2020). Manajemen konflik organisasi dalam menciptakan komunikasi efektif tenaga kependidikan perguruan tinggi (Studi kasus di Universitas Darul Ulum Jombang). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, *24*(2), 186-199. <https://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/6270>
- Sunaryo, S., Suyono, J., Sarwoto, Fibayani, A. F., Barkah, & Trisnawati, J. D. (2023). How does mindfulness affect employee attitude and behavior toward work-related outcomes? *Tourism and Hospitality Management*, *29*(4), 505-516. <https://doi.org/10.20867/thm.29.4.3>
- Van Dyne, L., & LePine, J. A. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: Evidence of construct and predictive validity. *Academy of Management Journal*, *41*(1), 108-119. <https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/256902>
- Taiyi Yan, T., Tangirala, S., Vadera, A. K., & Ekkirala, S. (2022). How employees learn to speak up from their leaders: Gender congruity effects in the development of voice self-efficacy. *Journal of Applied Psychology*, *107*(4), 650. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/apl0000892>
- Yuan, X., Ding, Q., Yang, Y., Wang, F., Li, X., Li, J., & Shi, W. (2025). Mindfulness and voice behaviour: A diary study of ego depletion and work-related self-efficacy among nurses. *J Adv Nurs*, *81*(8), 4806-4816. <https://doi.org/10.1111/jan.16691>
- Yudhawati, I., & Priono. (2023). Pengaruh mindfulness dalam meningkatkan efektivitas komunikasi pada organisasi Pemuda Buddhayana. *PAEDAGOGY : Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, *3*(3), 194-201. <http://dx.doi.org/10.51878/paedagogy.v3i3.2722>