

Analisis Dampak Viralitas Media Sosial Terhadap Persepsi Etika (Studi Kasus PT. Zhao Hui Nickel)

Fikri Al Kautsar¹ Farel Akbar Aditya² Bonansa Situmorang³ Jekson Shihombing⁴ Sebrina
Intan Aulia⁵ Desi Fitriani Hasibuan⁶ Syairal Fahmy Dalimunthe⁷

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan,
Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7}

Email: fikrialkautsar270405@gmail.com¹ farelakbaradityas@gmail.com²
bonansasitumorang476@gmail.com³ jeksons21@gmail.com⁴ sebrinaintan@gmail.com⁵
desifitrianihasibuan1@gmail.com⁶ fahmy@unimed.ac.id⁷

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada mengkaji mengenai dampak viralitas media sosial terhadap persepsi etika pada sebuah perusahaan PT. Zhao Hui Nickel yang berada di naungan Merdeka *Battery Materials* dan bergerak di bidang pengolahan nikel mengalami permasalahan mengenai video viral yang menunjukkan permasalahan etika karyawan HR dengan meneriaki sampah kepada calon karyawan tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan. Hasil penelitian mengungkapkan adanya peran viralitas media sosial terhadap persepsi masyarakat mengenai perusahaan tersebut sehingga, perusahaan membuat citra perusahaan tersebut jelek di mata masyarakat yang hanya memandang dari satu sisi sehingga perusahaan membuat keputusan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap karyawan HR tersebut.

Kata Kunci: Viralitas, Media Sosial, Etika, Persepsi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pada sebuah perusahaan, sumber daya manusia adalah aset penting yang sangat berharga dan dibutuhkan, tentunya sumber daya manusia yang mumpuni juga harus memiliki etika dalam bekerja. Etika pada umumnya merujuk kepada sebuah norma dan moralitas yang dimiliki dari setiap seorang individu. Etika dapat diuraikan sebagai seperangkat pilar dari sebuah individu yang berkaitan dengan moral. Secara spesifik, etika kerja merupakan kebenaran moral, terhormat dan mampu diterima oleh individu yang berada dalam sebuah organisasi maupun stakeholders serta mampu menerapkan nilai-nilai norma (Omisore and Adeleke 2015). Etika juga merupakan standar perilaku yang berpengaruh terhadap individu karyawan dalam pekerjaan mereka dan hubungan mereka dengan rekan kerja (Osibanjo et al. 2015) Menurut (Messier Jr, Glover, and Prawitt 2017) mengklaim bahwa ada lima komponen etika kerja karyawan: sikap dan perilaku mereka, penampilan mereka, ucapan mereka, dan gerakan mereka. Menurunnya etika dalam melaksanakan pekerjaan juga dapat berdampak buruk bagi citra perusahaan, terdapat banyak konsekuensi yang kemungkinan terjadi apabila menurunnya etika dalam melaksanakan pekerjaan.

Kecerdasan emosional seringkali disingkat menjadi EQ (*Emotional Quotient*) adalah kemampuan seseorang untuk mengenali, memahami, mengelola dan menggunakan emosi baik pada diri sendiri dan juga orang lain. Menurut (Rizaldi 2021) Kemampuan untuk terhubung dengan orang lain dan menjalin ikatan yang kuat merupakan komponen kunci dari kecerdasan emosional, yang pada gilirannya membantu seseorang menjadi disukai, bertanggung jawab, dan berhasil dalam peran kepemimpinan. Dalam hal kemampuan, ada lima kategori kecerdasan emosional: (1) Kesadaran diri, merupakan perasaan yang disertai dengan cara berpikir, kemudian melakukan perlakuan dalam pengambilan keputusan. (2) pengaturan diri,

kemampuan untuk mengendalikan emosi oleh diri sendiri, namun tidak hanya berarti memendam gejolak emosi. (3) Motivasi diri, dorongan untuk memenuhi standar keunggulan, setia kepada visi dan sasara perusahaan atau kelompok, menggerak atau menerima kegagalan dalam rintangan sebagai awal keberhasilan. (4) Kesadaran sosial/Empati merupakan kemampuan sebuah individu dalam menyadari dirinya untuk berhubungan dengan orang lain (bersosialisasi) atau memahami perasaan/emosi orang lain. (5) Keterampilan Sosial, keterampilan ini adalah seni menangani emosi orang lain (Goleman 1998)

Media sosial merupakan platform digital yang berfungsi sebagai media interaksi antar individu dalam membagikan konten berupa foto, video dan tulisan, tentunya media sosial membuat satu individu dan individu lainnya mampu untuk melakukan aktivitas sosial tanpa adanya jarak, sehingga aktivitas sosial bisa dilakukan tanpa bertemu secara langsung. Menurut (McQuail 2011) media sosial merupakan bentuk media baru untuk sarana penyebaran informasi yang sangat efektif dan efisien dari segi kecepatan dan khalayak luas. Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi telah menjadi hal yang umum beberapa tahun terakhir. Dikarenakan aksesnya yang cepat dan mudah, penggunaan media sosial seringkali menjadi jawaban atas berbagai permasalahan pada zaman ini sehingga beberapa platform media sosial juga dimanfaatkan, salah satunya penyebaran informasi. Namun, hal ini juga berdampak buruk jika adanya sebuah hal negatif yang tersebar melalui media sosial, seperti hoax dan kebocoran informasi yang sensitif. Persepsi merupakan proses di mana individu menerima serta menafsirkan sebuah objek yang ditangkap oleh alat indera hingga menyimpulkan informasi yang ditafsirkan. Mengingat luasnya istilah "persepsi," mengacu pada elemen internal dan eksternal dipertimbangkan. Menurut (Sugihartono et al. 2007) Kemampuan otak untuk mengubah atau mengubah sinyal sensorik didefinisikan sebagai persepsi. Ada beberapa sudut pandang dalam penginderaan yang digunakan manusia. Cara orang melihat sesuatu berdampak langsung pada perilaku mereka, baik yang terlihat maupun tidak. Sehingga jika adanya hal negatif yang terlihat oleh orang lain, maka mereka cenderung berprasangka buruk terhadap hal tersebut.

Reputasi merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan, sebab baik buruknya reputasi perusahaan merupakan penilaian keberhasilan perusahaan terkait. Meskipun manajemen reputasi merupakan proses yang sulit, namun dapat memberikan manfaat yang signifikan jika dilakukan dengan benar. Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan mengenai manajemen reputasi dan persepsi publik terhadap reputasi. Menurut (Nisa and Kurniasari 2017) Reputasi ialah persepsi yang dimiliki orang lain terhadap suatu perusahaan, individu, komite, atau aktivitas. Reputasi suatu perusahaan dibentuk oleh pelanggan, calon klien, pemberi pinjaman, karyawan, pesaing, distributor, pemasok, kelompok dagang, dan tren konsumen dalam industri, yang semuanya memiliki opini tentang perusahaan tersebut. Viralnya pemberitaan di media sosial mengenai etika ketenagakerjaan menjadi sebuah sorotan, khususnya pada kasus seorang karyawan di PT. Zhao Hui Nickel (ZHN) yang ramai diberitakan dikarenakan meneriaki calon karyawan dengan kata "sampah". Kasus ini juga berfokus kepada perilaku individu dalam konteks profesional mampu berimplikasi serius, tidak hanya bagi karyawan tersebut saja, tetapi dapat membuat reputasi perusahaan buruk lantaran mengucapkan kata yang termasuk "kasar" pada sebuah calon karyawan tersebut.

Pada insiden yang terjadi tanggal 22 Juni. 2024, Zein Isa Krisna, merupakan seorang karyawan HR di PT Zhao Hui Nickel (ZHN), terlihat dalam rekaman video yang viral di media sosial meneriaki I Made Dian yang merupakan calon karyawan sedang merokok di kawasan yang dilarang merokok. Tindakan tersebut memicu adanya reaksi publik yang luas di sosial media, dan dalam waktu yang tergolong singkat menjadi berita utama. Media *Relations Manager* PT IMIP, Deddy Kurniawan, menginformasi bahwa tindakan Zein dianggap telah

melanggar etika ketenagakerjaan serta mengabaikan prinsip-prinsip nilai moral yang seharusnya dijunjung tinggi oleh sebuah HR. Perusahaan mengambil langkah tegas dengan dilakukannya pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap Zein. Keputusan ini berlandaskan peraturan pemerintah no. 35 tahun 2021 dan peraturan perusahaan PT ZHN yang menekankan pentingnya menjaga marwah dan hak asasi setiap individu di lingkungan kerja. HR *Manager* PT IMIP, Achmanto Mendatu, menekankan bahwa sebagai bagian dari tim *Human Resource*, Zein seharusnya menjadi acuan teladan dalam memperlakukan orang lain secara hormat dan tidak seharusnya merendahkan martabat orang lain. Dari kasus ini, menunjukkan bahwa cepatnya informasi dapat menyebar melalui media sosial serta berdampak terhadap reputasi dan keputusan perusahaan. Viralitas video tersebut juga tidak hanya memengaruhi nasib Zein, namun juga memberikan pelajaran penting tentang tanggung jawab etika dalam ketenagakerjaan. Dalam dunia yang semakin digital, tindakan sebuah individu dapat memiliki konsekuensi yang luas, dan perusahaan juga harus mampu bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut, sehingga perusahaan mampu menciptakan suasana kerja dan branding yang baik juga.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif dengan penekanan pada sumber daya perpustakaan digunakan dalam penelitian ini. Istilah "*Library Research*" mengacu pada jenis penyelidikan akademis tertentu yang memanfaatkan kekayaan sumber daya cetak dan digital yang tersimpan di perpustakaan untuk menyusun kumpulan pengetahuan (Drs 2006). Studi kepustakaan menurut Sarwono (2006) Untuk menyediakan landasan teoritis bagi subjek yang sedang diselidiki, studi pustaka dapat menyaring sejumlah buku referensi dan temuan penelitian sebelumnya yang sebanding. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan digunakan sebagai pedoman dalam mendalami beberapa teori dari jurnal-jurnal terdahulu dan mencoba untuk mensintesis beberapa teori sebagai pendukung sehingga menciptakan sebuah gagasan baru sebagai data penelitian secara daring, salah satu sumber utama yang dimanfaatkan adalah teknologi pencari akademik Google Scholar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dampak viralitas media sosial yang dibuktikan dari sebuah video yang menampilkan karyawan HR pada PT. Zhao Hui Nickel yang meneriaki calon karyawan sebagai "sampah" hingga respons dari media sosial yang viral dalam waktu yang singkat viral hingga pemberitaan media seperti kompas.com, CNN dan platform berita lainnya tentunya berdampak buruk bagi perusahaan membuktikan bahwasannya pentingnya kesadaran etika ketenagakerjaan. Selain itu, perusahaan juga harus mampu merespon hal tersebut dengan cepat serta memberi tanggapan dan juga klarifikasi serta melakukan peringatan sesuai dengan kebijakan perusahaan mengenai hal tersebut. Pentingnya komunikasi internal yang baik dalam menanggapi isu-isu terkait serta melakukan peningkatan komunikasi internal jika hal serupa terulang dan memberikan ruang bagi karyawan untuk melaporkan hal yang serupa tanpa takut akan adanya repercusi. Dari insiden tersebut membuktikan masih kurangnya pemahaman mengenai etika ketenagakerjaan dan perlakuan yang layak bagi siapapun yang berada di perusahaan. Cepatnya penyebaran informasi melalui media sosial juga menjadi pelajaran bagi siapapun dalam bertindak, apalagi jika hal tersebut menyangkut citra ataupun reputasi sebuah perusahaan. Dari penelitian yang penulis lakukan, terdapat beberapa unsur yang mempengaruhi insiden tersebut, ada baiknya perusahaan menerapkan hal-hal berikut agar meminimalisir hal serupa terjadi.

Etika Individu Karyawan

Perusahaan harus mampu memperhatikan etika individu karyawan dan menerapkan hal tersebut kepada hubungan antara perusahaan dan karyawan serta di antara karyawan itu sendiri, etika individu karyawan berhubungan dengan norma-norma dan nilai-nilai yang berfungsi mengatur perilaku seorang individu dalam konteks pekerjaan. Hal ini tentunya harus menjadi tanggung jawab setiap individu yang berada pada perusahaan tersebut, etika individu karyawan juga merupakan salah satu pondasi agar nantinya menciptakan lingkungan kerja yang positif dan sehat. Kesadaran etika individu karyawan juga mampu membangun kepercayaan, peningkatan moral individu karyawan, mengurangi konflik, dan tentunya berpengaruh terhadap reputasi sebuah perusahaan. Dengan adanya etika, individu yang berada di perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial serta meminimalisir adanya konflik, setiap individu diharapkan untuk bertindak dengan integritas, dalam hal ini termasuk pengendalian emosi. (Butarbutar 2019) menyatakan bahwa arti dari etika bisnis adalah memahami hal yang benar maupun hal yang salah berdasarkan harapan organisasi dan masyarakat, yang artinya memilah dan menilai perilaku manusia dan kegiatan ekonomi atau bisnis berdasarkan nilai-nilai etis moralitas, peran etika bisnis akan selalu memberi keuntungan ataupun manfaat bagi perusahaan hingga jangka panjang seperti peningkatan motivasi pekerja, melindungi prinsip kebebasan dalam berusaha dan dapat mencegah hingga mengurangi biaya dari kemungkinan terjadinya friksi internal dan eksternal perusahaan.

Arti Penting Integritas Sebagaimana didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, integritas adalah sifat, watak, dan keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh, sehingga memiliki potensi dan kapasitas untuk memancarkan kewibawaan dan kejujuran. Integritas adalah kepatuhan terhadap kejujuran dan nilai-nilai moral secara terus-menerus sepanjang hidup seseorang; orang yang berintegritas memancarkan rasa percaya diri dan tidak terpengaruh oleh kesenangan sesaat. Integrasi dalam sumber daya manusia harus terlihat jelas dalam tahap pengembangan dan strategi perusahaan (Auliana and Nuraisah 2021). Dengan memiliki karyawan yang beretika, maka perusahaan juga akan meminimalisir adanya tindakan yang salah ataupun tidak wajar yang dilakukan karyawan dalam menjalankan tanggung jawab individu dalam sebuah perusahaan. Jika terjadi sebuah pelanggaran dalam etika, perusahaan harus tegas dalam mengambil keputusan. Adapun peraturan pemerintah nomor 25 tahun 2021 yang mengatur mengenai salah satunya pemutusan hubungan kerja (PHK), pelanggaran norma tersebut dapat menjadi alasan untuk pemutusan hubungan kerja.

Kecerdasan Emosional Yang Baik

Sebagai karyawan yang merupakan bagian dari perusahaan, tentunya harus memiliki kecerdasan emosional yang baik, tentunya salah satunya pada bagian HR. Dengan kecerdasan emosional yang baik dan mampu mengontrol emosi individu sehingga meminimalisir adanya konflik dalam sebuah perusahaan, membangun hubungan yang baik dan merespons emosi orang lain, sehingga terciptanya lingkungan kerja yang kolaboratif. Kecerdasan emosional juga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja individu tim. Karyawan dengan EQ tinggi cenderung lebih mampu mengolah stres, beradaptasi dengan perubahan dan tetap fokus pada tujuan meskipun banyak tantangan. Menurut Bradberry and Greaves (2007) Kecerdasan emosional memiliki dua komponen dan empat keterampilan utama: kesadaran diri dan pengelolaan diri, yang termasuk dalam kompetensi personal, dan kesadaran sosial serta pengelolaan hubungan, yang dikategorikan sebagai kompetensi sosial. Kompetensi personal berkaitan dengan pengelolaan diri, sedangkan kompetensi sosial berkaitan dengan hubungan interpersonal. Atribut kecerdasan emosional mencakup kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan dalam menghadapi tantangan, mengatur dorongan hati dan mengendalikan respons

emosional selama momen kebahagiaan, mengelola suasana hati secara efektif, dan mempertahankan kejernihan kognitif meskipun pikiran menumpuk, sehingga memfasilitasi empati dan refleksi (Goleman 1998). Tentunya dengan adanya kecerdasan emosional dari sumber daya manusia, perusahaan mampu meningkatkan kinerja dan produktivitas karena mampu mengelola emosi mereka secara efektif, memotivasi diri dan menjalin hubungan yang baik dengan rekan kerja. Selain itu kecerdasan emosional juga mampu membantu karyawan membuat keputusan yang lebih rasional dan tentunya objektif karena mampu mempertimbangan perspektif orang lain, dan yang terakhir mampu membangun hubungan interpersonal yang positif sehingga menciptakan lingkungan kerja yang positif juga.

Dampak Viralitas dan Persepsi Warganet pada Media Sosial

Dampak viralitas unggahan video tersebut mengakibatkan banyaknya komentar yang diberi bagi perusahaan tersebut, ada komentar yang positif hingga negatif terhadap Zein dan calon karyawan tersebut, ada yang mendukung dan tidak sependapat dengan keputusan dari perusahaan tersebut memberhentikan Zein dan menerima calon karyawan baru yang tentunya juga tidak beretika karena telah melanggar aturan perusahaan, yakni merokok di daerah larangan merokok. Dampak viralitas juga mampu memberikan dampak positif maupun negatif, hal ini bagus jika sebuah konten yang viral dapat membranding perusahaan dengan baik, yang jadi permasalahan PT. Zhao Hui Nickel adalah sebuah video viral yang mengundang kontroversial terhadap perusahaan sehingga merugikan perusahaan tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah viral mengacu pada virus atau menunjukkan penyebaran yang cepat dan meluas seperti virus. Kata ini berasal dari bahasa Inggris dan kemudian diadopsi ke dalam bahasa Indonesia (Kurniadi 2020). Kata ini juga mengacu pada informasi di media sosial yang menyebar dengan cepat atau direplikasi secara luas di berbagai platform. (Cohen 2014) mendefinisikan *viral sharing* sebagai proses di mana persetujuan seseorang dibagikan kepada orang lain melalui akun media sosial mereka, paling sering di internet atau melalui *mobile technologies*. Pandangan Alhabash et al. 2015) Kemampuan dalam penggunaan TIK sangat terkait dengan penggunaan media sosial. Akses yang mudah ke platform media sosial dan kemahiran dalam menggunakan perangkat digital. Mereka mungkin terlibat dalam aktivitas viral, seperti *like, share, dan comments* akun tertentu, ketika mereka menemukan materi yang menarik minat mereka. *Sharing content* di media sosial merupakan salah satu dari sekian banyak budaya baru yang muncul sebagai akibat dari maraknya media sosial. Dengan begitu, orang lain akan menontonnya dan, tentu saja, akan menjadi viral. Tentunya kehadiran media sosial dengan adanya video yang viral juga mampu mempengaruhi persepsi warganet dengan beberapa faktor menurut Bimo Walgito (2004), faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dapat dikemukakan beberapa faktor, yaitu:

1. Objek yang di persepsi. Hal-hal yang memiliki kemampuan untuk menstimulasi reseptor atau indra. Bisa berasal dari luar diri orang yang merasakannya atau bisa berasal dari dalam diri setelah mencapai reseptor di sistem saraf mereka.
2. Alat indera. Sistem saraf dan saraf terkaitnya berfungsi untuk menerima impuls; selain itu, saraf sensorik bertanggung jawab untuk menyampaikan impuls dari reseptor ke sistem saraf pusat, yaitu otak, yang berfungsi sebagai pusat kesadaran. Fungsi motorik sangat penting untuk membentuk persepsi seseorang dalam menanggapi rangsangan.
3. Perhatian. Perhatian sangat penting untuk realisasi atau persepsi, yang berfungsi sebagai tahap persiapan pertama untuk mencapai kesadaran. Perhatian adalah agregasi terfokus dari semua tindakan individu yang diarahkan pada sekumpulan hal tertentu.

Dari beberapa pendapat ahli di atas, disimpulkan bahwa berita yang muncul melalui postingan berita online dapat menimbulkan persepsi terhadap masyarakat terhadap topik

tersebut, pada kasus PT. Zhao Hui Nickel postingan berita tersebut berdampak kepada persepsi masyarakat mengenai keputusan yang ditetapkan oleh perusahaan terhadap zein, dan terhadap zein itu sendiri. Sehingga untuk sekarang harus bijak dalam menggunakan media sosial, karena adanya video tersebut menimbulkan perhatian dan persepsi warganet yang hanya satu sisi, sehingga perusahaan tersebut viral dengan berita yang kontroversial hingga memutuskan untuk memberhentikan Zein selaku karyawan yang viral.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis dampak viralitas media sosial terhadap persepsi etika. Penelitian ini menunjukkan bahwa viralitas media sosial berdampak terhadap persepsi etika karyawan dari penilaian warganet melalui pemberitaan yang *viral*, dari kasus ini hruasnya perusahaan tersebut harus mampu mengambil keputusan secara adil untuk tindakan karyawan dan calon karyawan tersebut. Etika individu dan kecerdasan emosional pada setiap perusahaan dianggap penting karena dapat menciptakan situasi lingkungan kerja yang positif, namun kesadaran mengenai etika individu maupun kecerdasan emosional pada perusahaan. Dengan menerapkan beberapa hal seperti kebijakan etika perusahaan, mengembangkan sistem pelaporan insiden, memperkuat informasi internal dan kecerdasan emosional perusahaan akan terhindar dari kasus tersebut sehingga reputasi perusahaan tidak akan rusak dikarenakan persepsi ataupun penilaian dari banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhabash, Saleem, Jong-hwan Baek, Carie Cunningham, and Amy Hagerstrom. 2015. "To Comment or Not to Comment?: How Virality, Arousal Level, and Commenting Behavior on YouTube Videos Affect Civic Behavioral Intentions." *Computers in Human Behavior* 51:520–31.
- Auliana, Sigit, and Iis Nuraisah. 2021. "Integrasi Strategis Sumber Daya Manusia Untuk Kinerja Organisasi." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 14(1):79–92.
- Bimo Walgito, Bimo Walgito. 2004. "Pengantar Psikologi Umum."
- Bradberry, Travis, and Jead Greaves. 2007. "Menerapkan EQ Di Tempat Kerja Dan Ruang Keluarga." Yogyakarta: Think.
- Butarbutar, Bosman. 2019. "Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1(2):187–95.
- Cohen, Elizabeth L. 2014. "What Makes Good Games Go Viral? The Role of Technology Use, Efficacy, Emotion and Enjoyment in Players' Decision to Share a Prosocial Digital Game." *Computers in Human Behavior* 33:321–29.
- Drs, Mardalis. 2006. "Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)." Bumi Aksara, Jakarta.
- Goleman, Daniel. 1998. "Working with Emotional Intelligence."
- Kurniadi, M. R. P. 2020. "Apa Sih Arti 'Viral' Yang Sebenarnya?, Medium. Com."
- McQuail, Denis. 2011. *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications, Sage Publications.
- Messier Jr, William F., Steven M. Glover, and Douglas F. Prawitt. 2017. *Auditing & Assurance Services: A Systematic Approach*. McGraw-Hill.
- Nisa, Fauzizah Nasyirotun, and Dian Kurniasari. 2017. "Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Perusahaan." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 8(2):33–55.
- Omisore, Bernard Oladosu, and Oyende Adeleke. 2015. "Work Ethics, Values, Attitudes and Performance in the Nigerian Public Service: Issues, Challenges and the Way Forward." *Journal of Public Administration and Governance* 5(1):157–72.

- Osibanjo, Adewale Omotayo, James Olalekan Akinbode, Hezekiah Olubusayo Falola, and Akinrole Olumuyiwa Oludayo. 2015. "Work Ethics and Employees' Job Performance." *Journal of Leadership, Accountability & Ethics* 12(1).
- Rizaldi, Arjuna. 2021. "Pengelolaan Kinerja Karyawan Melalui Kecerdasan Emosional Dan Stres Kerja." *Journal Of Applied Business Administration* 5(1):34-43.
- Sarwono, Jonathan. 2006. "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif."
- Sugihartono, Fathiyah K. N., F. Harahap, F. A. Setiawati, and Siti Rohmah Nurhayati. 2007. "Psikologi Pendidikan. Yogyakarta."