

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber Daya Manusia merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam produktifitas sebuah perusahaan. Karyawan yang merupakan asset utama organisasi dan mempunyai peran yang strategis didalam organisasi yaitu sebagai pemikir, perencana, dan pengendali aktivitas organisasi. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kesuksesan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia yang dimiliki dalam tercapainya tujuan suatu perusahaan (Mariani dalam Arisanti *et.al.*, 2019). Sumber Daya Manusia memiliki arti keahlian terpaduyang berasal dari daya pikir serta daya fisik yang dimiliki oleh setiap orang yang melakukan serta sifatnya dilakukan masih memiliki hubungan yang erat seperti keturunan dan lingkungannya, sedangkan untuk prestasi kerjanya dimotivasi oleh sebuah keinginan dalam memenuhi keinginannya.

Manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan pengelolaan sumber daya manusia melalui kegiatan perencanaan analisa jabatan, perencanaan tenaga kerja, rekrutmen dan seleksi, pelatihan dan pengembangan, perencanaan karir, penilaian prestasi kerja sampai dengan pemberian kompensasi yang transparan agar perusahaan dapat memasuki lingkungan bisnis yang ideal, maka seorang manajer memiliki bertanggung jawab untuk merencanakan dan memiliki kompetensi untuk melakukan perubahan sesuai dengan yang diharapkan. Melihat pentingnya karyawan dalam organisasi, maka dalam memperlakukan karyawan perlu perhatian lebih serius terhadap tugas yang dikerjakan sehingga tujuan organisasi tercapai. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya produktivitas kerja karyawan, diataranya adalah disiplin kerja dari diri seorang karyawan, motivasi atau dorongan kerja, etos atau semangat kerja seorang karyawan dan didukung dengan lingkungan kerja tempat berlangsungnya kegiatan kerja setiap harinya (Abdul, 2018:29).

Manajemen SDM yang tepat mampu menunjang infrastruktur perusahaan yang canggih sekalipun dengan memanfaatkan kecerdasan daya pikir dan daya

fisiknya sebab hal tersebut merupakan potensi manusia yang telah ada sejak lahir. Maka dengan melakukan peningkatan manajemen SDM, perusahaan pun kian mengalami peningkatan kualitas usaha. Namun merebaknya wabah pandemi Covid-19 telah mampu merubah perekonomian dunia. Segala aktivitas ekonomi yang awalnya berjalan tentram dan saling bersifat membangun, kini menjadi terpecah belah akibat dampak dari pandemi Covid 19 ini. Virus corona itu sendiri seperti yang dijelaskan oleh *World Health Organization (WHO)* adalah merupakan sebuah virus yang menyebabkan infeksi saluran pernapasan, virus ini mampu menyebabkan penyakit flu biasa hingga flu hebat.

Ditengah situasi seperti pandemi Covid-19 ini, segala aktivitas roda kehidupan di muka bumi ini bergejolak imbas dari tersebarnya virus corona begitupun dalam bidang perekonomian. Virus Corona juga berdampak pada investasi karena masyarakat akan lebih berhati-hati saat membeli barang maupun berinvestasi. Maka banyak sekali perusahaan yang bergulung tikar terakibat dari anjloknya tingkat perekonomian dunia seperti di Indonesia. Meningkatnya jumlah perusahaan yang tutup pun kian menambahkan jumlah orang-orang tanpa pekerjaan di Indonesia yang tentu saja hal tersebut mempengaruhi stabilitas ekonomi, setidaknya ada banyak sekali investor yang menahan pergerakan ekonomi dikarenakan ketidak jelasan permintaan pasar akibat dari pandemi ini. Pembatasan-pembatasan pun kian diberlakukan guna menekan peningkatan kasus tersebut baik dari sektor usaha maupun pariwisata. Menyikapi hal tersebut tak ayal membuat seorang manajer sangat dituntut untuk mampu mempertahankan kesejahteraan perusahaan dengan strategi-strategi yang ideal agar tidak turut mengalami kebangkrutan.

Adanya kebijakan perusahaan menerapkan *Work from home* demi menekan meningkatnya angka korban terpapar Covid-19 turut mempengaruhi stabilitas produksi dari tiap perusahaan. Pada dasarnya penerapan skema bekerja dari rumah tidak mengurangi aktivitas dan tanggung jawab produksi seperti biasanya, akan tetapi dalam pelaksanaannya memiliki banyak faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dalam produksi. Adapun beberapa hambatan khususnya dalam bidang pertukaran informasi antar karyawan turut menjadi penyebab terganggunya stabilitas tersebut. Keterbatasan infrastruktur yang dirasakan oleh karyawan selama

work from home juga menghambat pekerjaan yang seharusnya dapat selesai tepat waktu yang ditetapkan. Dengan diberlakukannya kebijakan baru, maka terdapat pula penyesuaian-penyesuaian yang turut dirasakan terutama bagi para karyawan dengan kegiatan kerja yang biasanya melakukan segala aktivitas kerja dari kantor kini menjadikan rumah sebagai sarana melaksanakan kegiatan produktif.

Kompas Gramedia merupakan sebuah media massa yang berdiri sejak 17 Agustus 1963. Pada awalnya media ini menyebarluaskan informasi dengan berbasis cetak, namun meningkatnya kesadaran manusia untuk memperoleh informasi mendorong berkembangnya industri media, baik media cetak maupun media penyiaran (elektronik). Hal itu pula yang kemudian diimplementasikan oleh PT. Kompas Gramedia untuk melakukan ekspansi kedalam ranah elektronik hingga membentuk *E-magz* dan versi audio visual dari masing-masing brand yang terdapat didalamnya itu sendiri. Proses digitalisasi media pun berlangsung cukup lama dengan menerapkan beberapa penyesuaian perpindahan skema produktivitas dengan menggunakan *platform* baru. Dengan begitu dibutuhkannya banyak departemen baru agar dapat menopang kebutuhan transisi media baru, sehingga terbentuklah salah satunya yaitu “Female Video Departement Kompas Gramedia” pada Januari 2019.

Departemen Female Video memiliki tugas untuk mengambil tindakan pada proses produksi visualisasi dari permintaan *reporter* atau permintaan *brand* yang termasuk kedalam ruang lingkupnya. Sesuai dengan penamaannya “Female Video Departemen Kompas Gramedia”, maka segala aktivitas digitalisasi dalam bidang audio visual khusus ditujukan kepada brand female and kids magazine Kompas Gramedia dan bertanggung jawab atas hasil produksi audio visual yang awalnya terfokus kepada produksi video untuk youtube, namun kini mulai merambah kepada video produksi untuk media sosial Facebook, Instagram dan bahkan Tiktok. Adapun semua implementasi media ini dilakukan dengan mengikuti alur perkembangan zaman dan terus berupaya agar mampu menjawab kebutuhan informasi dari masyarakat dengan menggunakan *platform* berjenis apapun. Kegiatan produksi pun dijalankan dengan terus melakukan perbaikan dan peningkatan mutu pelayanan, dengan mengedepankan kepuasan khalayak dalam

mendapatkan informasi yang seaktual dan informatif mungkin sehingga menghasilkan tingkat produksi yang cukup memuaskan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel produktivitas karyawan Female Video Department Kompas Gramedia” dari pra survey yang telah dilakukan, terlihat bahwa produktivitas kerja karyawan Female Video Department masih harus ditingkatkan lagi. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan karyawan sehari-hari dalam melakukan tugas dan pekerjaannya, yakni masih terdapat karyawan yang mengumpulkan deadline dengan terlambat dari waktu yang telah ditentukan, keterbatasan komunikasi lintas karyawan maupun terhadap atasan, kesalahpahaman dalam menafsirkan perintah dan sebagainya. Dilihat dari ketercapaian target produktivitasnya menunjukkan adanya penurunan, seperti pada tabel produktivitas berikut.

Tabel 1.1
Target Video Publish Karyawan Female Video Department Per KPI Tahun 2019 dan 2020

NO.	Unit/ Brand	Target Video Publish Unit Per KPI		
		Facebook	Instagram	Youtube
1.	Grid.ID	2808		1820
2.	Stylo	-	-	832
3.	NOVA	520		728
4.	Cewek Banget.ID	-	624	624
5.	Fashion and Beauty	-	-	2600

Sumber : Data Target KPI Departemen Female Video (2020)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa target publikasi video dari karyawan Female Video Department Kompas Gramedia memiliki keberagaman dengan menyesuaikan satu dan lain hal dari masing-masing brand. Adapun Target utama dari publikasi produk Female Video Department Kompas Gramedia adalah dengan *platform* Youtube, sementara pada basis lainnya masih dalam tahap percobaan dan pengembangan dari tahun 2019 hingga 2021. Dalam tabel tersebut tertulis bahwa untuk *platform* Youtube, target publikasi video dari brand Grid.id sebanyak 1820 video pertahun, sementara untuk brand Stylo sebanyak 832 video pertahun, brand NOVA sebanyak 728 video pertahun, brand Cewek Banget ID sebanyak 624 video pertahun, dan Fashion and Beauty sebanyak 2600 video pertahun. Sedangkan untuk

platform Instagram dan Facebook, brand Grid.ID memiliki target sebanyak 2808 publikasi video untuk basis Instagram dan Facebook, NOVA memiliki target sebanyak 520 video pertahun untuk Instagram dan Facebook, dan brand Cewek Banget ID memiliki target sebanyak 624 video pertahun untuk Instagram saja, sedangkan pada brand Stylo dan Fashion and Beauty belum memiliki target KPI yang valid karena masih dalam tahap uji coba dan pengembangan.

Hasil kerja yang dijalani oleh karyawan Female Video Department Kompas Gramedia selama tahun 2019 sewaktu masih menjalani kegiatan produktivitas kerja secara normal atau bekerja dari kantor, serta pasca terjadinya penerapan kebijakan WFH atau bekerja dari rumah semenjak awal 2020, maka menimbulkan perbedaan tingkat produktivitas yang digambarkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.2
Produktivitas Kerja Female Video Department Kompas Gramedia Tahun 2019 dan 2020

NO.	Unit/ Brand	Total Video Publish Unit					
		Facebook		Instagram		Youtube	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
1.	Grid.ID	1.106	576	2.537	982	3.221	1.904
2.	Stylo	-	-	1.061	1.044	271	246
3.	NOVA	801	584	1.101	1.530	548	1.067
4.	Cewek Banget.ID	300	102	738	602	558	533
5.	Fashion and Beauty	-	-	-	-	218	522

Sumber : Data Produktivitas Kerja Departemen Female Video (2020)

Berdasarkan tabel tersebut tampak bahwa produktivitas kerja karyawan dari tahun 2019 sebelum diterapkannya kebijakan WFH hingga 2020 pasca diterapkannya kebijakan WFH maka terjadi penurunan, dan cenderung sedikit mengalami peningkatan pada satu media saja. Ditunjukkan bahwa brand Grid. ID mengalami penurunan produksi video pada *platform* Youtube yaitu 3221 video pada tahun 2019 menjadi 1904 pada tahun 2020, kemudian brand Stylo yaitu 271 video pada tahun 2019 menjadi 246 pada tahun 2020, dan brand Cewek Banget.ID yaitu 558 video pada tahun 2019 menjadi 533 pada tahun 2020, namun peningkatan produksi video justru terjadi pada brand NOVA dan Fashion and Beauty pasca

diterapkannya kebijakan WFH, yakni untuk brand NOVA sebanyak 548 pada tahun 2019 menjadi 1067 video pada tahun 2020, serta brand Fashion and Beauty yakni 218 video pada tahun 2019 menjadi 522 publikasi video pada tahun 2020.

Untuk *platform* Instagram beberapa brand turut mengalami penurunan jumlah produktivitas pertahun, yakni untuk brand Grid.ID 2537 pada tahun 2019 menjadi 982 video pada tahun 2020, kemudian brand Stylo 1061 pada tahun 2019 menjadi 1044 pada tahun 2020, juga brand Cewek Banget.ID yakni 738 pada tahun 2019 menjadi 602 pada tahun 2020, Namun kenaikan kembali terjadi pada tingkat produktivitas video untuk brand NOVA yakni 1101 pada tahun 2019 menjadi 1530 pada tahun 2020, sedangkan brand Fashion and Beauty tidak memiliki target KPI untuk memproduksi video pada basis Instagram.

Pada *platform* Facebook, semua brand mengalami penurunan tingkat produktivitas semenjak diterapkannya kebijakan WFH, brand Grid.ID mengalami penurunan yakni 1106 video pada tahun 2019 menjadi 576 video pada tahun 2020, brand NOVA yakni 801 video pada tahun 2019 menjadi 584 video pada tahun 2020, dan brand Cewek Banget.ID yakni 300 video pada tahun 2019 menjadi 102 video pada tahun 2020, sedangkan untuk brand Stylo dan Fashion and Beauty tidak memiliki target KPI untuk memproduksi video brand mereka pada basis Facebook. Di sisi lain, produktivitas kerja ini sangat diperlukan bagi Female Video Department Kompas Gramedia sebagai perusahaan yang bergerak dibidang teknologi dan informatika yang mana memerlukan kecepatan dalam perpindahan informasi. Hal ini seringkali muncul dalam permasalahan proses komunikasinya, seperti kendala teknis dalam jaringan internet, kesalahan tindakan dalam pemaknaan suatu pesan. Adapun keterbatasan dalam berkomunikasi antarkaryawan menjadi satu hal yang turut menjadi pertimbangan oleh manajemen Kompas Gramedia dalam menerapkan kebijakan ini. Apabila fenomena ini dibiarkan terus-menerus maka akan berdampak buruk bagi kelangsungan kesejahteraan PT. Kompas Gramedia. Menyikapi fenomena tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tema pengaruh dari produktivitas kerja karyawan Female Video Department Kompas Gramedia selama bekerja dibawah kebijakan *Work from home*. Karena dengan melihat perbedaan angka-angka produktivitas

yang cukup signifikan membuat penelitian ini semakin menarik untuk ditindak lanjuti besaran pengaruh efektivitas kebijakan WFH ini terhadap produktivitas dan kinerja perusahaan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini memiliki beberapa variabel yaitu kepuasan komunikasi, efektivitas penggunaan media komunikasi, dan motivasi kerja karyawan terhadap produktivitas kerja karyawan. Variabel kepuasan komunikasi mengadopsi dari penelitian Pongton (2019). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa kontribusi positif dari kepuasan komunikasi menunjukkan dampak positif dari kepuasan kerja yang turut meningkatkan produktivitas kerja. Kemudian variabel efektivitas penggunaan media komunikasi mengadopsi dari penelitian Nova (2015). Variabel dalam penelitian terdahulu tersebut dipilih karena relevan dengan studi kasus yang mengkaji tentang efektivitas penggunaan media komunikasi karyawan. Penelitian Nova (2015) menemukan hasil bahwa media komunikasi (Telegram) merupakan aplikasi yang sangat efektif digunakan dalam menyampaikan informasi khususnya informasi pekerjaan. Dan variabel motivasi kerja mengadopsi dari penelitian Ishaya (2017). Penelitian tersebut turut melibatkan variabel motivasi kerja yang diduga mempengaruhi produktivitas kerja, Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian Ishaya (2017) adalah motivasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas karyawan. Ketiga penelitian tersebut memiliki hasil yang positif terhadap variabel produktivitas kerja, kemudian yang menjadi perbedaan dari penelitian ini adalah letak *platform* yang mendasari sistem kerja yang pada awalnya dilakukan secara langsung atau tatap muka menjadi daring atau WFH karena dampak dari pandemi Covid-19. Tentunya hambatan dari proses kerja secara daring menjadi pertanyaan akan seberapa besar tingkat kepuasan, seberapa besar efektivitas komunikasi, dan seberapa tinggi motivasi kerja karyawan terhadap produktivitas kerja karyawan.

Melihat uraian latar belakang diatas, maka dilakukan pembatasan materi dengan menetapkan batasan masalah. Sehingga, fokus masalah dari penelitian ini adalah untuk menghindari terjadinya kerancuan terhadap makna dari setiap kata-kata yang tidak relevan sehubungan dengan dilakukannya penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat kepuasan komunikasi karyawan berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.
2. Apakah efektifitas penggunaan media komunikasi berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.
3. Apakah motivasi kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan komunikasi karyawan terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.
2. Untuk mengetahui pengaruh efektifitas penggunaan media komunikasi terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kontribusi dalam bidang manajemen sumber daya manusia dan pengetahuan lainnya. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

1.4.2 Bagi Female Video Department

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan agar dapat memberikan kontribusi pengetahuan baru terutama di lingkungan kerja Female Video Department dalam upaya memahami seberapa besar pengaruh tingkat kepuasan komunikasi karyawan, efektifitas penggunaan media komunikasi, dan motivasi kerja terhadap produktivitas kerja karyawan Female Video Department selama menjalani kebijakan *work from home*.

1.4.3 Bagi Kompas Gramedia

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi pihak manajer SDM dari Female Video Department, khususnya dalam mengembangkan dan merencanakan manajemen SDM yang sesuai dengan target yang mereka tetapkan dalam melakukan perencanaan penjualan.