Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media di Indonesia saat ini sudah semakin maju. Dunia cetak perlahan-lahan mulai beralih ke dunia digital dan elektronik. Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan media memperlihatkan kemajuan yang sangat pesat di dunia media massa. Sayangnya perkembangan media saat ini di Indonesia tidak terlalu signifikan dibandingkan dengan pendidikan manusianya (Ariefyanto, M Irwan, 2012).

Seiring dengan perkembangan teknologi pada saat ini, informasi sangat di butuhkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.. Saat ini, di era globalisasi, media massa mampu dipergunakan sebagai alat propaganda yang efektif disamping dijadikan masyarakat sebagai referensi dalam mencari sebuah informasi maupun berita. Keberadaan media massa sangat mudah kita jumpai maupun kita peroleh. Kita tidak perlu susah untuk mencari sebuah informasi dan berita (happyputri, 2013).

Sejarah media massa diawali dengan ditemukannya media cetak dan terus mengalami perkembangan selama abad 20 hingga kini. Media massa mencapai puncak kejayaannya di abad 20 hingga dikenal juga sebagai abad komunikasi

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

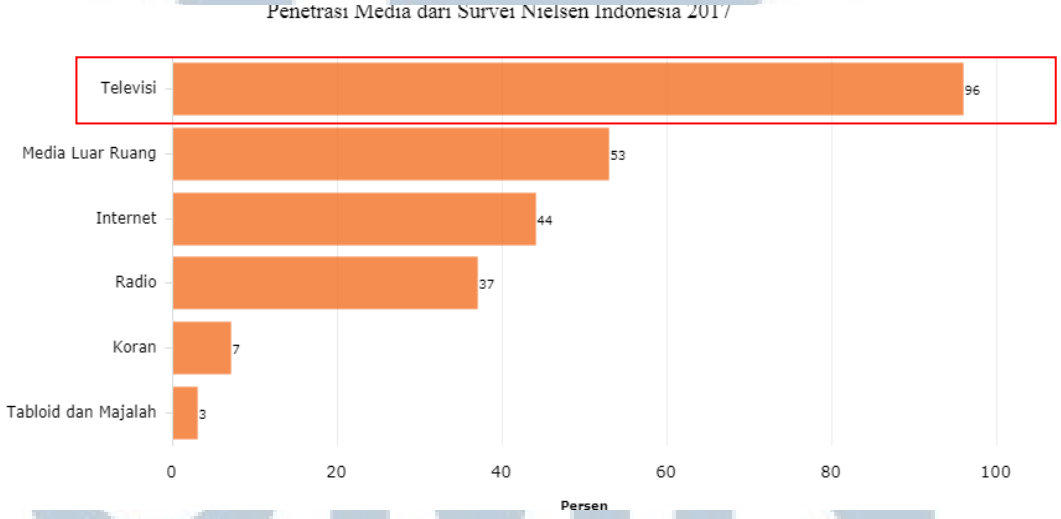
massa. Memasuki abad 21, media massa mulai menggunakan internet untuk menyebarluaskan berita dan informasi kepada khalayak yang jauh lebih luas. Sejarah media massa di Indonesia dimulai sejak masa penjajahan Belanda dan baru mengalami perkembangan yang signifikan setelah bergulirnya era reformasi di penghujung tahun 1990an. Media massa di Indonesia juga terdiri dari macam-macam media komunikasi seperti televisi, radio, film, surat kabar, majalah, dan internet (Ambar, 2017).

Dewasa ini, televisi dinobatkan sebagai media dengan daya jangkau dan daya tembus paling kuat ke masyarakat. Televisi dapat merasuk ke ruang yang paling pribadi di dalam organisasi, keluarga, dan individu. Ruang keluarga, kios-kios di pasar tradisional, café, sekolah, gedung DPR/D, ruang-ruang tertentu di kantor-kantor/tempat usaha, bahkan kamar tidur pun tidak luput dari jangkauan televisi. Beragam kajian tentang medium penyiaran yang satu ini telah dilakukan selama beberapa dekade terakhir. Pro dan kontra selalu melingkupi kehadirannya (Effendy, 2008).

Budaya menonton televisi memang sudah menjadi konsumsi masyarakat kita. Tak peduli di desa atau di kota. Tak peduli kalangan atas atau menengah dan bawah. Kini mereka menjadikan televisi sebagai kebutuhan pokok. Dalam arti ritme kehidupan masyarakat kita lama kelamaan terpengaruh tayangan televisi. Televisi dengan tayangan beritanya sudah menjadi bagian dari kehidupan. Dengan sifatnya yang immediaty, media televisi mampu mendekatkan peristiwa dan tempat kejadian dengan penontonnya (Baksin, 2013).

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

Televisi mulai tayang pertama kalinya di Indonesia pada 17 Agustus 1962 yang pada saat itu bersamaan dengan digelarnya perayaan Hari Proklamasi Republik Indonesia ke 17. Siaran tersebut menyiarkan upacara peringatan hari kemerdekaan yang digelar di Istana Negara dan berlangsung cukup singkat yakni dari jam 07.30 hingga jam 11.02 WIB. Pada 24 Agustus 1962, Presiden Soekarno meresmikan Televisi pertama di Indonesia bernama Televisi Republik Indonesia (TVRI). Hal tersebut merupakan fase terpenting yang merupakan tonggak utama lahirnya Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang saat itu hanya bertujuan untuk meliput gelaran even olahraga berskala Asia yakni Asian Games ke IV yang digelar di Stadion Utama Senayan, Jakarta (Gunawansusilo, 2010).



Sumber: Databoks (2017)

Gambar 1. 1 Penetrasi Media dari Survey Nielsen Indonesia tahun 2017

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat Indonesia. Hal ini tercermin dari survey Nielsen Consumer Media View (CMV) tahun 2017 yang menunjukkan bahwa penetrasi televisi mencapai 96 persen. Di urutan kedua media luar ruang dengan penetrasi 53 persen, internet 44 persen, posisi keempat radio 37 persen, posisi kelima yaitu koran 7 persen dan posisi terakhir yaitu tabloid dan majalah dengan angka 3 persen (Databoks, 2017).

PT. Media Televisi Indonesia diberikan lisensi penyiaran untuk Metro TV pada 25 Oktober 1999. Ini adalah anak perusahaan dari *Media Group*, yang dipimpin oleh Surya Paloh, *CEO* / Presiden perusahaan, yang mempunyai pengalaman dalam industri media lokal dan penerbit surat kabar nasional terbesar ketiga di Indonesia. Media Indonesia. Dari mulai tenaga kerja hingga 280 karyawan, perusahaan kini mempekerjakan lebih dari 1.200 orang, sebagian besar di ruang berita dan area produksi. Pada 25 November 2000 (Metrotvnews, 2018).

Metro TV mengudara untuk pertama kalinya dalam serangkaian percobaan siaran ke tujuh kota. Awalnya hanya disiarkan selama dua belas jam sehari sampai 1 April 2001, ketika siaran 24 jam dimulai. Mungkin tantangan terbesar bagi perusahaan pada tahap awal adalah kebutuhan untuk membangun infrastruktur, fasilitas, dan tim, semuanya dalam skala waktu singkat sembilan bulan. Meskipun ini adalah kerja keras, pengalaman yang didapat sangat berharga dalam membentuk tim yang solid dari para profesional berpengalaman yang telah diuji dalam kondisi yang menantang (Metrotvnews, 2018).

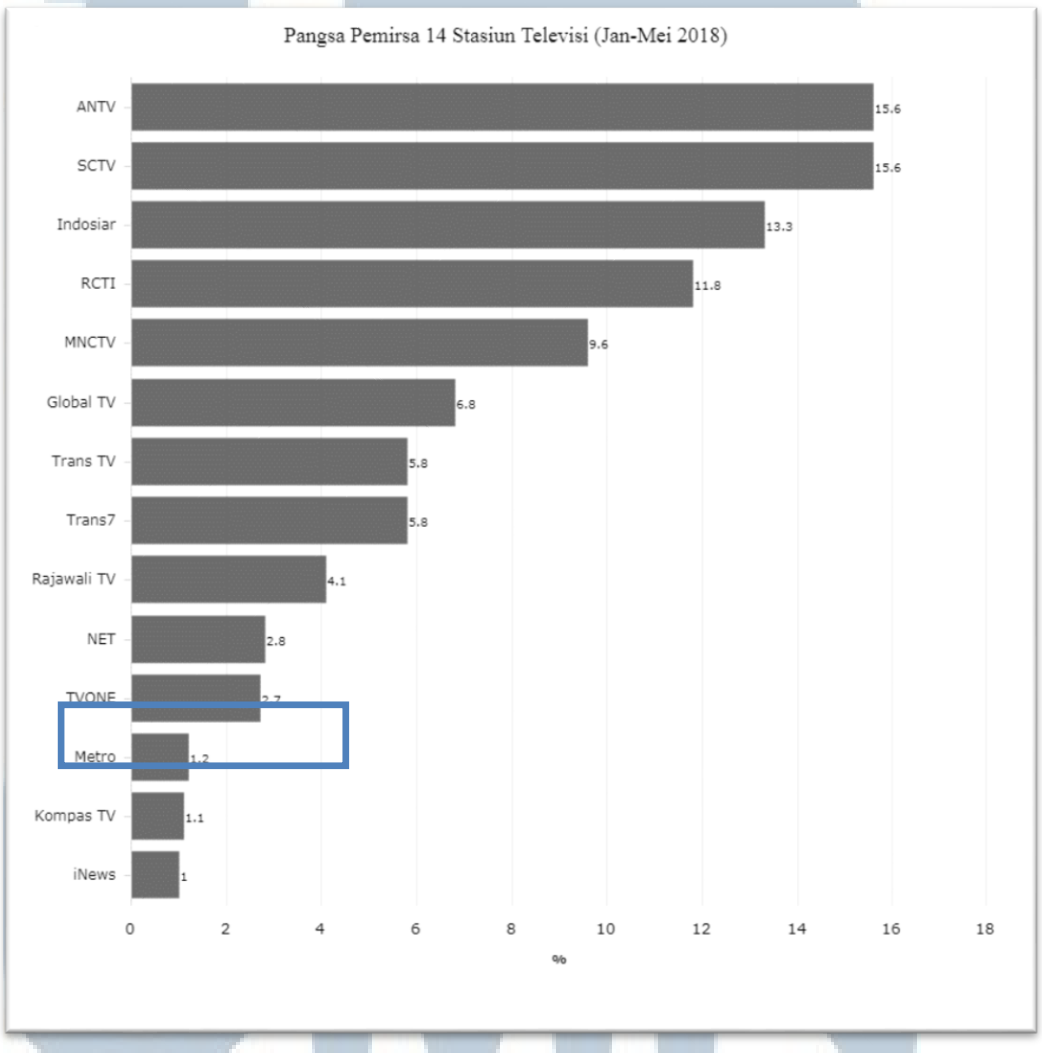
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Metro TV dapat ditangkap di 28 kota yang tersebar di tanah air Indonesia yang dipancarkan dari 52 transmisi. Selain itu, siaran Metro TV dapat ditangkap melalui televisi kabell diseluruh Indonesia, melalui satelit Palapa 2 keseluruh Negara-negara ASEAN, termasuk Hongkong, Cina Selatan, India, Taiwan, Makau, Papua New Guinea dan sebagian Australia serta Jepang. Metro TV melakukan kerja sama dengan beberapa televisi asing yaitu kerjasama dalam pertukaran berita, kerja sama pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Stasiun tersebut adalah CCTV, Channel Australia, dan *Voice of America* (VOA). Selain bekerja sama dengan stasiun televisi internasional, Metro TV juga memiliki internasional kontributor yang terbesar di Jepang, China, USA, dan Inggris. Dengan kerja sama internasional ini Metro TV juga memiliki 19 buah mobil satelit untuk 60 dapat menayangkan secara live kejadian-kejadian yang berlangsung setempat. Peralatan tersebut berupa 12 mobil SNG (*Satelit News Gathering*) dan 7 buah mobil ENG (*Electronic News Gathering*).

Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV juga 59 menayangkan beragam informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum seni dan budaya guna mencerdaskan bangsa. Metro TV terdiri dari 70% berita (news), yang ditayangkan dalam 3 bahasa yaitu Indonesia, Inggris, Mandarin, ditambah dengan 30% program non berita (non news) yang edukatif. Metro TV adalah stasiun pertama di Indonesia yang menyiarkan berita dalam bahasa Mandarin dengan program yang dinamakan Metro Xin Wen.

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Databoks tahun 2018, Metro TV menempati urutan ke dua belas dengan presentase jumlah pangsa pemirsa stasiun televisi yaitu 1,2 persen.



Sumber: Databoks (2018)

Gambar 1. 2 Pangsa Pemirsa 14 Stasiun Televisi

Peringkat pertama stasiun televisi yang menjadi pangsa pemirsa tahun 2018 diduduki oleh televisi milik grup Bakrie yaitu ANTV dengan jumlah presentase sebesar 15,6 persen. Di urutan kedua, stasiun televisi dengan pangsa

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

pemirsa tahun terbesar adalah SCTV, yakni sebesar 15,6 persen (sama dengan ANTV) dan ketiga indosiar (IVM) dengan porsi 13,3 persen. Sementara RCTI berada di urutan keempat dengan tingkat kepemirsaan mencapai 11,8 persen. Sisanya, 10 stasiun televisi lainnya pangsa pemirsanya hanya dibawah 10 persen termasuk Metro TV (Databoks,2018).

Program acara pada setiap stasiun televisi swasta tidak akan dapat hidup tanpa adanya loyalitas pemirsa dan iklan. Program-program acara tersebut harus memiliki strategi kreatif dalam pemenuhan tujuan dan sasaran yang dimiliki. Ditambah lagi kompetisi program acara antara stasiun televisi swasta di Indonesia yang semakin gencar dalam meraih keuntungan iklan. Salah satu ukuran pada efektivitas pertelevisian yaitu rating. kekuatan *rating* sebagai ujung tombak audiens di Indonesia ternyata masih sedemikian kokoh. *Rating* kerap diperlakukan dengan istimewa, lantaran ditafsirkan sebagai barometer tunggal seberapa banyak program yang hadir, yang pada kali ini konteksnya adalah media cetak dan elektronik. Misalnya televisi, kualitas program diukur dari angka *rating* dan *share* yang pada akhirnya memengaruhi perolehan iklan. Televisi cenderung berkiblat pada *rating* dan *share* yang menentukan layak atau tidaknya suatu program acara. Dan *rating* menentukan nilai jual program kepada para pengiklan. Semakin tinggi *rating*, semakin besar pula minat para pengiklan untuk mensponsori sebuah acara meskipun dengan harga yang tinggi (Richard, 2011).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

Efektivitas adalah keberhasilan mencapai tujuan organisasi. Organisasi yang efektif adalah organisasi yang mencapai tujuan. Salah satu cara untuk mencapai nya adalah dengan meningkatkan efektivitas organisasi. Efektivitas organisasi adalah "sejauh mana suatu organisasi sebagai sistem sosial, memberikan/memfasilitasi penyediaan sumber daya dan sarana tertentu, untuk mencapai tujuannya tanpa mengurangi nilai manfaat sumber daya yang dimiliki organisasi" (Georgopoulus dan Tannenbaum, 1957 dalam Potnuru, R. K. G et al, 2016).

Efektivitas organisasi dalam penelitian ini jika dilihat dari segi alokasi sumber daya dan prasarana kerja untuk proses produksi di Metro TV berdasarkan hasil *in depth interview* kepada 5 dari 10 karyawan pada bagian *Production Non News*menyatakan bahwa mereka masih kekurangan beberapa alat atau peralatan untuk mereka liputan ketika mereka ingin liputan keluar kantor dan mengambilnya ke *camstore.* Banyak peralatan seperti contohnya tripod yang rusak atau sudah tidak layak dipakai lagi akhirnya mereka terkadang membawa punya mereka sendiri agar liputan tetap berjalan. Karena alat yang dipinjam karyawan ke *camstore* untuk liputan biasanya jika terjadi kerusakan karyawan harus menggantinya dan perusahaan tidak mau tau, jadi kerusakan dari alat tersebut mengganggu produktivitas dari perusahaan, karyawan yang merusak alat di *camstore* banyak yang menunda untuk menggantinya sehingga akibatnya banyak peralatan yang tidak bisa digunakan padahal sifatnya adalah penting untuk kebutuhan liputan karyawan ke luar dan sebagainya.

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

Kata kompetensi pertama kali dijelaskan dalam buku "Manajer Kompeten" (Boyatzis, 1982, hal. 21) yang mendefinisikan istilah sebagai, "karakteristik dasar seseorang yang dapat menjadi motif, sifat, dan aspek keterampilan dari diri seseorang. -Gambar atau peran sosial, atau badan pengetahuan yang ia gunakan ". Kompetensi adalah karakteristik, seseorang, tim, atau organisasi yang dapat diukur, andal, stabil, dan dapat bertahan lama yang menyebabkan dan secara statistik memprediksi suatutingkat kinerja yang terukur (Berger dan Berger, 2010).Karakteristik kompetensi adalah pengetahuan konten, keterampilan perilaku, pemrosesan kognitif (IQ), ciri-ciri kepribadian, nilai-nilai, motif, dan kadang-kadang kemampuan sensorik atau sensor lainnya yang secara akurat memprediksi suatu tingkat kinerja. Cardy dan Selvarajan (2006) telah mengklasifikasikan kompetensi ke dalam dua kategori: karyawan (pribadi) dan organisasi (perusahaan). Kompetensi karyawan adalah karakteristik atau sifat-sifat yang diperoleh oleh karyawan, seperti pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan kepribadian yang membedakan mereka dari karyawan berkinerja rata-rata (Cardy dan Selvarajan, 2006).

Dari artikel tentang *Employee competencies* diatas terdapat fenomena berdasarkan hasil *in depth interview* yang dilakukan 7 dari 10 responden. responden pada bagian IT mengungkapkan bahwa perusahaan kurang menunjang karyawan untuk mengembangkan kompetensi. Dari mulai hal yang terkecil saja seperti memberikan pelatihan, pelatihan yang diberikan sangat kurang bahkan sangat jarang dan tidak sesuai dengan pekerjaan/jabatan yang sedang diduduki karyawan. Rotasi karyawan hanya diberikan kepada karyawan yang sudah bekerja

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

cukup lama, sehingga untuk karyawan-karyawan baru atau karyawan dengan masa jabatan yang belum lama tidak bisa merasakan rotasi karyawan sehingga mereka hanya stuck di situ saja.

Pelatihan dalam suatu organisasi pada dasarnya adalah proses pembelajaran di mana manajemen, SDM atau staf pelatihan organisasi atau dari luar organisasi memberikan karyawannya kesempatan belajar yang disengaja secara terstruktur. Tujuan akhir dari proses ini adalah pengembanganpengetahuan, keterampilan, dan sikap karyawan yang dianggap perlu oleh organisasi dalam mencapai maksud dan tujuannya. Armstrong (2001) menyatakan bahwa tujuan utama pelatihan karyawan dalam organisasi adalah pengembangan kompetensi karyawan dan peningkatan kinerja mereka; pertumbuhan karyawan dalam organisasi sedemikian rupa sehingga kebutuhan sumber daya manusia masa depan organisasi dapat dipenuhi dan terakhir pengurangan waktu belajar karyawan dalam kasus jabatan baru, transfer atau promosi.

Berdasarkan hasil *in depth interview* dengan 9 dari 10 responden. 3 dari bagian newsroom mengatakan bahwa terbatasnya waktu untuk mengikuti *training* yang diadakan oleh perusahaan, 4 dari bagian sales marketing mengatakan bahwa mereka tidak diberikan kesempatan untuk sharing hasil pelatihan yang telah mereka ikuti ke rekan-rekan lainnya. 2 dari bagian IT mengatakan bahwa fasilitas *training* yang diberikan kurang memadai untuk mereka yang seharusnya mempraktekkan *training* tersebut. Tidak disediakan alat yang mendukung *training*, seharusnya lebih dipersiapkan dengan sedetail mungkin. Tidak ada juga feedback untuk karyawan yang telah mengikuti *training*.

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

Manajemen kinerja mengacu pada "proses yang berkelanjutan untuk mengidentifikasi, mengukur dan mengembangkan kinerja anggota organisasi dan menyelaraskan kinerja dengan tujuan strategis organisasi" (Aguinis, 2013: 2). Mempertimbangkan kesulitan yang melekat yang diperlukan dalamMempertahankan subyektivitas, tidak mengherankan bahwa manajemen kinerja "telah menjadi salah satu praktik manajemen yang paling dipuji, dikritik, dan diperdebatkan selama beberapa dekade" (Lawler, 1994: 16), dan bahwabanyak perusahaan meninggalkan "proses penilaian tradisional" (Cappelli dan Tavis, 2016: 60).

Lebih dari sekedar *review* kinerja tahunan, manajemen kinerja adalah proses yang terus menerus dimulai dari menetapkan tujuan, menilai kemajuan pelaksanaan target kerja, melakukan pembinaan (*coaching, mentoring, counseling*) serta umpan balik untuk memastikan bahwa karyawan memenuhi target kinerjanya dalam tahun berjalan dan tujuan karir. Pengembangan sistem manajemen kinerja yang efektif memerlukan waktu dan pengerahan sumber daya yang cukup tinggi. Oleh karena itu, dukungan dari dewan direktur (BOD) dan manajer senior sangat menentukan keberhasilan pada saat implementasi. Dukungan manajemen atas hasil dari proses manajemen kinerja juga diperlukan untuk memastikan bahwa kinerja yang baik diakui dan dihargai, hasil kinerja yang tidak memadai (sedang) perlu ditindaklanjuti dengan pelatihan untuk meningkatkan kinerja dan hasil kinerja yang buruk perlu dipertimbangkan untuk perubahan tanggung jawab yang sesuai kemampuan atau opsi untuk melakukan terminasi (Manajemenkinerja, 2017).

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

Dari artikel tentang *performance management* diatas terdapat fenomena berdasarkan hasil *in depth interview* yang dilakukan 7 dari 10 responden. 5 responden pada bagian newsroom mengungkapkan sebenernya karyawan sudah paham mengenai *goals* perusahaan. Visi dan misi perusahaan pun juga banyak di tempel di setiap unit kerja Metro TV serta didukung pula dengan *corporate culture* yang kuat, tetapi mereka mengungkapkan terkadang dengan *goals* yang sudah ditetapkan oleh perusahaan mereka fokus betul akan goals tersebut tetapi ketika mendapat suatu permasalahan lain yang menuntut untuk mereka selesaikan juga sehingga menambah pekerjaan yang awalnya bekerja untuk mencapai goals menjadi kurang maksimal. 2 dari bagian sales marketing mengatakan bahwa pengukuran kinerja karyawan tidak dilakukan sesuai dengan standard yang ada, karyawan tidak diikut sertakan dalam pembuatan KPI (*Key Performance Indicator*), Sistem nilainya nya pun cenderung sama antara karyawan 1 dengan yang lain tanpa adanya umpan balik atas hasil penilaian kinerja tersebut. Terkadang KPI yang diberikan belum semua tercapai sudah ditambahkan dengan KPI yang lainnya.

Pengembangan karir mampu menciptakanefek sinergis, meningkatkan produktivitas karyawan ketika pengalaman pengembangan karir karyawan dan perencanaan suksesi organisasi diselaraskan(Gaffney, 2005). McLagan (1989, hlm. 52) mendefinisikan pengembangan karir sebagai “keselarasan perencanaan karir individu dan proses manajemen karir organisasi untuk dicapaikecocokan optimal dari kebutuhan individu dan organisasi. "Gilley, Eggland, dan Gilley (2002, p. 94), di sisi lain, mendefinisikan pengembangan karir sebagai" sebuah

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

proses yang membutuhkan individu dan organisasi untuk menciptakan kemitraan yang meningkatkan pengetahuan karyawan, keterampilan, kompetensi, dan sikap yang diperlukan untuk pekerjaan mereka saat ini dan tugas di masa depan."

Dari fenomena *career development*, *in depth interview* sebanyak 8 dari 10 responden. 4 dari divisi newsroom mengatakan bahwa tidak ada rencana pengembangan karir (*career planning*) yang jelas. Karyawan banyak yang merasa dirugikan dengan adanya perubahan struktur organisasi yang secara tiba-tiba, ada karyawan yang merasa untung namun ada juga karyawan yang merasa dirugikan.2 dari bagian sales marketing menyatakan bahwa perusahaan terkadang memberikan pelatihan atau *training* tidak sesuai dengan perkembangan karir mereka kedepannya. 2 dari bagian IT mengakatakan bahwa kurang ada *feedback* dari atasan mengenai kinerja mereka.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh *Training, Career development, Performance management* terhadap *Employee competencies* serta implikasinya terhadap *Organizational effectiveness*: Telaah pada PT Media Televisi Indonesia".**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dari hasil *in-depth interview* variabel *organizational effectiveness*5 dari 10 karyawan pada bagian *Production Non News* menyatakan bahwa merekamasih kekurangan beberapa alat atau peralatan untuk mereka liputan (bekerja). Dari hasil *in-depth interview* variabel *Employee competencies*kepada 7 dari 10 orang mengatakan rotasi karyawan hanya diberikan kepada karyawan yang sudah bekerja cukup lama, sehingga untuk karyawan-karyawan baru atau karyawan dengan masa jabatan yang belum lama tidak bisa merasakan rotasi karyawan sehingga mereka hanya stuck di situ saja tidak ada perkembangan yang signifikan. Dari hasil *in-depth interview* variabel *Performance management* kepada 7 dari 10 karyawanmengatakan bahwa pengukuran kinerja karyawan tidak dilakukan sesuai dengan standard yang ada, penilaian antara karyawan satu dengan yang lain cenderung sama. Dari hasil *in-depth interview* variabel *career development*kepada 8 dari 10 karyawan mengatakan bahwa tidak ada rencana pengembangan karir (*career palnning*) yang jelas. Karyawan banyak yang merasa dirugikan dengan adanya perubahan struktur organisasi yang secara tiba-tiba. Dari hasil *in-depth interview* variabel *training*kepada 9 dari 10 orang karyawan mengatakan bahwafasilitas *training* yang diberikan kurang memadai, *training* yang diberikan juga sangat terbatas.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

1. Apakah *Training*memiliki pengaruh positif terhadap *Employee competencies*pada karyawan PT Media Televisi Indonesia?
2. Apakah *Career development* memiliki pengaruh positif terhadap *Employee competencies* pada karyawan PT Media Televisi Indonesia?
3. Apakah *Performance management* memiliki pengaruh positif terhadap *Employee competencies* pada karyawan PT Media Televisi Indonesia?
4. Apakah *Employee competencies* memiliki pengaruh positif terhadap *Organizational effectiveness* pada karyawan PT Media Televisi Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Training* terhadap *Employee competencies*pada karyawan PT Media Televisi Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Career development* terhadap *Employee competencies*pada karyawan PT Media Televisi Indonesia.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Performance management* terhadap *Employee competencies* pada karyawan PT Media Televisi Indonesia.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Employee competencies* terhadap *Organizational effectiveness* pada karyawan PT Media Televisi Indonesia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan dan informasi kepada para pembaca mengenai pengaruh *Training, Career development, Performance management* terhadap *Employee competencies* dan implikasinya terhadap *Organizational effectiveness* telaah pada karyawan PT Media Televisi Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis untuk memberikan informasi dan saran yang berguna bagi perusahaan, yaitu PT. Media Televisi Indonesia. Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengelola sumber daya manusia dalam hal *Training, Career development, Performance management* terhadap *Employee competencies* dan *Organizational Effectivenes.*

1.5 Batasan Penelitian

1. Penulis melakukan penelitian pada karyawan PT Media Televisi Indonesia.
2. Responden penelitian merupakan karyawan tetap dan telah bekerja lebih dari 1 tahun.
3. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan PT Media Televisi Indonesia sebanyak 150 orang.
4. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 23 untuk*pre-test* dan AMOS versi 22.0 untuk *main test.*

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab dan setiap bab memiliki fungsinya masing-masing. Kelima bab memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya yang dimaksudkan agar skripsi ini menjadi jelas dan lengkap. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, memberikan gambaran fenomena yang terjadi terkait dengan *Training, Career development, Performance management, Employee competencies*dan *Organizational effectiveness* pada karyawan PT. Media Televisi Indonesia, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi uraian teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan untuk mendukung penyusunan penelitian ini dengan tujuan untuk menjadi pedoman dalam melaksanakan penelitian secara terperinci. Serta bertujuan agar pembaca mengerti variabel-variabel yang dibahas di penelitian ini.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian yaitu PT. Media Televisi Indonesia, metodologi penelitian, ruang lingkup penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

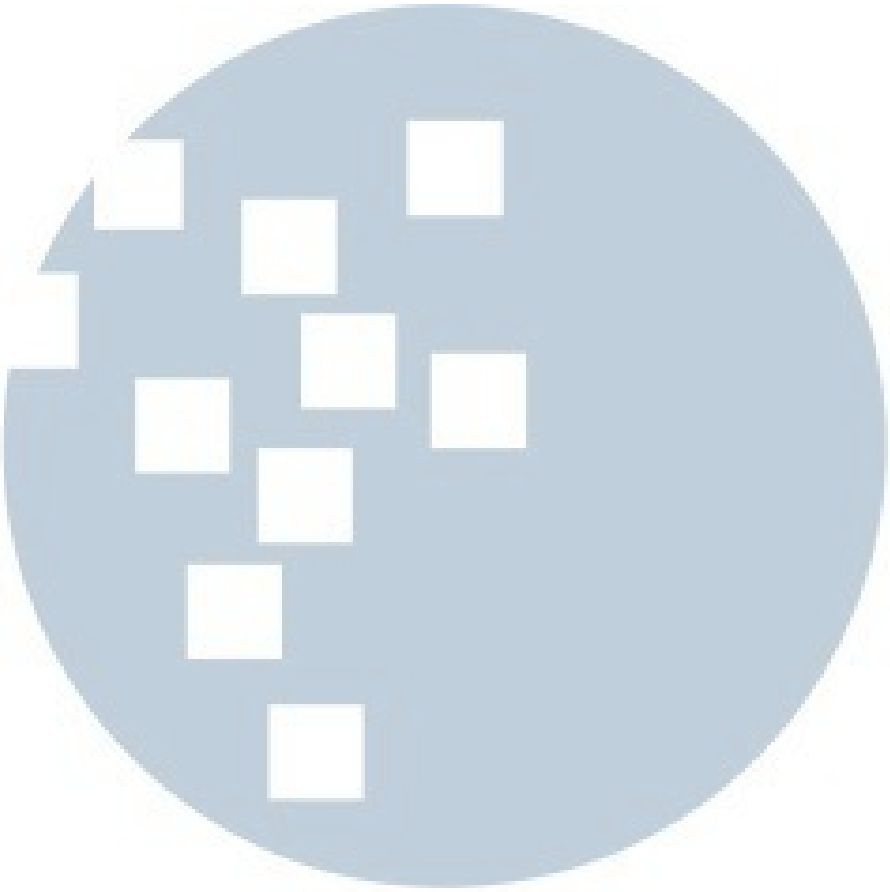
Pada bab ini memaparkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, deskripsi dari hasil output kuesioner. Dalam hal ini penulis menjelaskan kaitan antar variabel yang berhubungan dengan fenomena pengaruh *Training, Career development, Performance management*terhadap*Employee competencies*serta implikasinya terhadap *Organizational effectiveness,* kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang terkait serta hasil penelitian sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang di dapat berdasarkan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta pada bab ini penulis juga memberikan saran-saran terkait dengan penelitian ini baik untuk perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Analisis pengaruh training..., Eriza Nuravia, FB UMN, 2019



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA