

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa internet Indonesia, 2023) menemukan bahwa tingkat pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada tahun 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total penduduk sebesar 275.773.901 jiwa. Peningkatan ini di dorong oleh kebutuhan masyarakat khususnya sejak masa pandemi Covid-19 melanda Indonesia pada tahun 2020 di mana hal ini menimbulkan pergeseran kebiasaan masyarakat dalam menggunakan dan memanfaatkan internet untuk mengakses informasi, penyebaran informasi, dan sebagai media hiburan.

Masyarakat Indonesia telah menggunakan layanan konten digital sebagai media hiburan, di mana pengguna layanan OTT meningkat di tahun ketiga pandemi khusus di Indonesia, survei menunjukkan bahwa 2 dari 6 orang Indonesia menonton konten OTT dengan total menonton rata-rata 41,4 jam per bulan. Tingkat pertumbuhan bisnis mereka sendiri mencapai 40% year-on-year, menjadikan Indonesia sebagai pemimpin pasar OTT di Asia Tenggara) (Future of TV, 2017).

Salah satu alasan layanan *Over The Top* (OTT) sangat diminati oleh masyarakat adalah karena mereka menyediakan konten video dan *streaming* secara langsung kepada konsumen. *Platform* layanan konten digital video dan *streaming* terpopuler di Indonesia antara lain ialah RCTI+, Vision+, Vidio, Netflix, Viu, *Video on Demand (VOD)*, Disney Hotstar. *Platform* ini saling bersaing untuk memberikan edukasi, interaksi, dan informasi terkini kepada publik melalui konten yang dapat diakses melalui situs web atau layanan aplikasi mereka (Kurniawan, 2021).

Layanan *Over The Top* (OTT) Vidio terbagi menjadi dua kategori, yang paling populer adalah *Advertising-Based Video on Demand (AVOD)*, di mana mereka menawarkan pertunjukan gratis namun akan ada tayangan iklan di pertengahan konten tersebut. Sedangkan *Subscription-Based Video on Demand (SVOD)* adalah layanan berbayar ini memiliki banyak keunggulan dibandingkan layanan yang tidak berbayar atau gratis. Banyak konten yang dapat dinikmati oleh

Jumlah penyedia layanan *Over The Top* (OTT) di Indonesia yang serupa dengan Vidio cukuplah banyak, di mana banyak kompetitor yang muncul seperti *iFlix*, *Viu*, *Netflix*, *GoPlay*, *HOOQ*, dan lain-lain (Vidio, 2022).

Perkembangan PT Vidio Dot Com hingga saat ini tentunya tidak lepas dari jerih payah karyawan dan aktivitas yang dilakukan oleh pihak internal perusahaan PT Vidio Dot Com mengikuti dengan perubahan kenyataan yang terjadi sekarang dengan pasar tenaga kerja yang dinamis, sehingga menjadi tantangan baru bagi perusahaan untuk menjaga dan mencari strategi yang tepat untuk menjaga loyalitas setiap karyawannya.

Turnover karyawan dalam perusahaan juga menjadi masalah utama dan tantangan yang tak kunjung usai. Banyak faktor yang mempengaruhi *turnover*, sebesar 74% karyawan generasi milenial dan 76% karyawan generasi Z yang berpikir untuk mengundurkan diri dan meninggalkan perusahaan lama dan mencoba perusahaan baru pada tahun 2022 (Data Indonesia, 2022). Sekitar 25% bisa mempertimbangkan untuk resign karena ketidaksesuaian dengan visi dan misi serta budaya kerja perusahaan, gaya bekerja atasan maupun rekan kerja (Data Indonesia, 2022).

Beberapa masalah utama akibat *turnover* perusahaan yang begitu cepat, yang pertama adalah setiap individu harus terus menerus dihadapkan dengan situasi di mana mereka harus sering beradaptasi dengan individu-individu baru yang menjadi karyawan baru. Adaptasi dengan lingkungan baru bukan hanya dialami pegawai baru saja namun juga dialami oleh karyawan yang sudah menetap, karena divisi atau departemen yang berada di perusahaan pastinya berkaitan satu sama lain yang mana menuntut individu tidak bekerja secara individual melainkan bekerja secara tim.

Bekerja dalam tim pastinya harus diikuti dengan kecocokan antara individu. Untuk mencocokkan diri dengan orang lain pastinya seorang individu memerlukan waktu dan proses sampai pada akhirnya diri mereka dapat menemukan kecocokan antar satu sama lain yang membuat mereka akhirnya bisa memiliki hubungan yang lebih dekat sebagai teman satu tim dalam perusahaan. Membangun komunikasi merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan dan lingkungan yang

baik dalam tim. Dengan membangun komunikasi, kita mendapatkan banyak informasi yang lengkap dan serbaguna. Hal ini karena komunikasi adalah proses berbagi dan bertukar pikiran, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan antara individu dan kelompok dengan tujuan untuk menciptakan tindakan. Kecocokan ini akan membuat pekerjaan dalam sebuah tim menjadi lebih ringan, karena semua pekerjaan bisa dikerjakan bersama-sama dengan koordinasi yang sama dan terarah.

Yang kedua adalah adanya ketidakcocokan individu terhadap lingkungan pekerjaan yang membuat individu tersebut merasa tidak nyaman untuk berada atau bekerja di lingkungan tersebut (Tommi, 2020). Tingkat produktivitas tenaga kerja dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain manajemen, lingkungan kerja, dan jam kerja yang dibutuhkan untuk mencapai produktivitas tenaga kerja guna memenuhi tujuan perusahaan.

Dalam setiap perusahaan dan setiap divisi pastinya akan ada pemimpin yang bertanggung jawab atas seluruh aktivitas dan hasil dari setiap divisi yang dipimpin, dan setiap pemimpin pasti memiliki gaya atau sifat memimpin mereka masing-masing, dan sering kali gaya kepemimpinan beberapa individu bertolak belakang dengan gaya atau cara kerja dari individu-individu lain yang dipimpinnya sehingga sering kali terjadi gesekan antar pemimpin dan bawahan, yang membuat bawahan akhirnya memilih untuk meninggalkan perusahaan.

Lingkungan kerja berperan penting dalam kenyamanan setiap individunya, karena lingkungan kerja yang kurang baik secara suasana, fasilitas, maupun teman-teman kantor itu sangat berpengaruh pada motivasi kerja individu yang nantinya akan berpengaruh pada produktivitas dan hasil dari pekerjaan yang dijalani. Lingkungan kerja adalah cerminan langsung dari individu-individu yang ada pada perusahaan tersebut. Ini merupakan tugas dari sebuah perusahaan untuk membuat lingkungan kerja yang nyaman dan sehat bagi seluruh individu yang bekerja di lingkungan tersebut.

Salah satu hal yang sangat krusial dalam masalah ini adalah komunikasi dalam perusahaan yang merupakan aspek yang sangat penting dalam mengukur keberhasilan mempertahankan loyalitas karyawan, karena komunikasi itu sendiri mengikat organisasi atau perusahaan. Komunikasi membantu karyawan perusahaan

mencapai tujuan individu dan perusahaan. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Yayat H. Djatmiko (Islama Sari, 2015) faktor utama yang berpengaruh terhadap motivasi kerja adalah struktur organisasi, iklim kepemimpinan, efisiensi organisasi, kebijakan personalia dan komunikasi.

Sebagai salah satu perusahaan yang terus berkembang di Indonesia PT Vidio Dot Com sekarang sedang menghadapi tantangan untuk mengelola lingkungan kerja untuk menjaga loyalitas karyawannya, maka dari itu PT Vidio Dot Com juga melakukan berbagai macam upaya untuk terus mempertahankan SDM yang sudah ada dan bekerja di PT Vidio Dot Com yaitu dengan membangun dan mengembangkan komunikasi internal pada lingkungan kerja PT Vidio Dot Com. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan rasa memiliki terhadap perusahaan, meningkatkan kepuasan kerja, meningkatkan komitmen, meningkatkan motivasi dan mengurangi pergantian karyawan (Minchinton, 2015).

Upaya yang telah dilakukan oleh Vidio akhirnya membuahkan hasil, pada tahun 2022 dan 2023 Vidio mendapatkan sertifikasi *Great Place to Work*. Sertifikasi ini diberikan dari Lembaga independen global bernama *Great Place to Work* kepada perusahaan-perusahaan di dunia yang memiliki *work culture* terbaik. Sertifikasi ini didapat melalui survei pengalaman karyawan dengan mengukur Indeks Kepercayaan yang mencerminkan hubungan antara karyawan, pekerjaan, dan manajemen melalui 5 dimensi, yaitu: *credibility, respect, fairness, pride, and camaraderie*.

Pengalam kerja terbaik ini didukung oleh berbagai implementasi komunikasi internal yang terus dikembangkan oleh PT Vidio Dot Com didukung oleh salah satu *value* yang dimiliki oleh PT Vidio Dot Com yaitu *open communication* membuat lingkungan kerja PT Vidio Dot Com menjadi lingkungan kerja yang nyaman bagi para warga Vidio karena tanpa komunikasi yang harmonis dan efektif, perusahaan tidak akan dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Komunikasi yang efektif, memungkinkan terciptanya hubungan kerja yang harmonis antara sesama anggota perusahaan, sehingga kerjasama yang erat didukung dengan rasa pengertian dan keterbukaan

akan meningkatkan gairah kerja dan motivasi kerja yang tinggi, dan pada akhirnya produktivitasnya pun diharapkan akan meningkat (Pratiwi 2021).

Kontribusi dari masing-masing individu di Vidio dalam berkolaborasi dan berinovasi berperan penting dalam mengembangkan dan membangun lingkungan kerja yang nyaman untuk semua warga Vidio yang membuat PT Vidio Dot Com menjadi nomor satu platform OTT lokal di Indonesia (Vidio, 2022). Hal inilah yang membuat penulis memilih Vidio sebagai perusahaan untuk diteliti untuk mengetahui bagaimana cara mereka membuat lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat kondisi dunia kerja terhadap *turnover* karyawan, dimana karyawan yang terbiasa mengganti pekerjaan dalam waktu 2-3 tahun sekali menjadi fokus baru perusahaan saat ini. Perusahaan berusaha menurunkan *turnover* melalui banyak cara termasuk meningkatkan komunikasi internal dalam perusahaannya, seperti yang dilakukan oleh perusahaan PT Vidio Dot Com saat ini.

Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi yang telah dilakukan perusahaan PT Vidio Dot Com dalam mempertahankan loyalitas karyawan melalui komunikasi internal yang diterapkan saat ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dapat dirumuskan adalah mengetahui implementasi dan keberhasilan komunikasi internal yang dilakukan PT Vidio Dot Com dalam mempertahankan loyalitas karyawannya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui implementasi dan keberhasilan komunikasi internal dalam mempertahankan loyalitas karyawan pada PT Vidio Dot Com.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Untuk Universitas Multimedia Nusantara, penelitian ini dapat memberikan masukan dan kontribusi untuk pengembangan Ilmu komunikasi dan juga sebagai referensi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian sejenis. Penelitian ini juga memberikan manfaat untuk mengetahui dan memahami implementasi komunikasi internal yang telah dilakukan oleh PT Vidio Dot Com dalam mempertahankan loyalitas karyawannya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi untuk PT Vidio Dot Com yang dapat membangun dan mengembangkan komunikasi internal untuk mempertahankan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.