

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Work from Anywhere (WFA) atau dikenal juga dengan *remote working* merupakan istilah yang muncul seiring menurunnya masa pandemi Covid-19. WFA adalah pekerjaan yang dilakukan secara fleksibel dimana karyawan diberikan kebebasan untuk bekerja secara mandiri dimanapun dengan tetap mementingkan produktivitas dan terkoneksi dengan perusahaan (Waty dkk, 2022). Di Indonesia, konsep WFA telah banyak diterapkan di masa pandemi (Simamora, 2019). Tetapi berdasarkan survei Jakpat (2022), setelah masa pandemi menurun terjadi pergeseran metode kerja dalam perusahaan menjadi kembali ke *full WFO* (*work from office*). Di awal tahun 2023, sebanyak 60% perusahaan di DKI Jakarta kembali menerapkan *Work from Office* (Jobstreet, 2023).

Penerapan kembali sistem kerja WFO menyebabkan peningkatan mobilitas penduduk *commuting* yang berdampak pada meningkatnya kemacetan dan polusi udara. Berdasarkan survei Dewan Transportasi Kota Jakarta (DTKJ) tahun 2019, mayoritas *commuter* di Jabodetabek menempuh jarak lebih dari 40 km dengan menghabiskan waktu 1-4 jam dalam sehari. Sandow (2011) menyatakan bahwa *commuter* dengan waktu perjalanan lebih dari satu jam akan mengalami stres, kesulitan tidur, kesehatan mental menjadi lebih negatif, dan berdampak pada produktivitas dalam kerja. Tercatat pada 21 Agustus 2023, muncul upaya untuk mengembalikan penerapan WFA melalui aturan kerja WFA bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) di DKI Jakarta. Penerapan WFA sudah kembali dijalankan instansi pemerintah, tetapi jumlah perusahaan swasta yang menerapkan metode WFA masih berjumlah 168 dari 1.654 perusahaan (Yuliani, 2023). Faktor terjadinya permasalahan tersebut karena munculnya miskonsepsi dan kekhawatiran bahwa WFA menyebabkan keterbatasan dalam mengawasi karyawan secara langsung sehingga berdampak pada menurunnya produktivitas karyawan (Himawan, 2020).

Riset ‘Future of Work’ oleh iCIO Community mengungkap 50% karyawan merasakan peningkatan produktivitas dari penerapan WFA. Riset Jakpat (2022) juga mengungkap 55% karyawan memilih untuk menerapkan sistem kerja yang lebih fleksibel seperti WFA, *hybrid*, dan WFH. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Harvard Business Review, penerapan WFA yang optimal tidak hanya dapat mengurangi polusi udara, tetapi juga dapat membantu pekerja lebih fleksibel dalam mengerjakan tugas, meningkatkan produktivitas atau kinerja, mengurangi stres, efisiensi waktu kerja, menurunkan tingkat kemacetan, serta meraih *work life balance* yang lebih baik sehingga dapat menjadi *win-win solution* terhadap pihak perusahaan dan karyawan (Choudhury, 2020).

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis, sudah cukup banyak artikel dan jurnal yang membahas mengenai pola kerja dan strategi penerapan WFA, tetapi cenderung masih dalam bentuk tulisan dan belum terdapat media yang berfokus dalam menyebarkan kesadaran akan pentingnya penerapan pola WFA. Kampanye yang memperjuangkan penerapan WFA cenderung baru dilakukan di negara luar Indonesia seperti Amerika serta Inggris dan belum dilakukan di Indonesia. Media yang membahas mengenai WFA di Indonesia juga cenderung belum memiliki media interaktif yang mendukung interaksi dua arah yang meningkatkan keterlibatan target audiens.

Roger dan Story dalam Venus (2018) menyatakan kampanye adalah cara komunikasi yang bertujuan menciptakan suatu akibat tertentu terhadap target sasaran yang bersifat berkelanjutan dalam waktu yang ditentukan. Kampanye yang bersifat interaktif dapat berperan sebagai media persuasi karena masyarakat cenderung dapat lebih memahami suatu pesan yang disampaikan akibat terciptanya hubungan timbal balik antara media dengan manusia (Ananta & Waryanto, 2018). Karena itu, penulis ingin merancang kampanye interaktif untuk menyadarkan target audiens yang memiliki posisi sebagai *Human Resources (HR) manager* dan *HR staff* dalam perusahaan swasta mengenai pentingnya penerapan sistem kerja *Work from Anywhere (WFA)* dalam meningkatkan produktivitas karyawan dan kelangsungan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah yang ditemukan:

- 1) Adanya miskonsepsi bahwa WFA dapat menurunkan produktivitas karyawan meskipun penelitian membuktikan WFA meningkatkan produktivitas dan membawa berbagai manfaat lainnya
- 2) Kurangnya media yang berfokus dalam menyebarkan kesadaran akan pentingnya penerapan pola WFA

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye interaktif untuk meningkatkan kesadaran perusahaan swasta mengenai pentingnya penerapan *Work from Anywhere* (WFA)?

1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan masalah agar topik yang dibahas lebih fokus dengan penentuan batasan masalah sebagai berikut:

1) Demografis

a) Jenis Kelamin

Laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), proporsi perempuan Indonesia yang bekerja di posisi manajerial mencapai 32,26% pada tahun 2022. Angka kepemimpinan semakin berkembang menuju kesetaraan, sehingga target yang dituju adalah laki-laki dan juga perempuan.

b) Pekerjaan

Pekerjaan target perancangan dibagi menjadi dua yang terdiri dari primer dan sekunder.

i) Primer

Pekerjaan target perancangan primer yaitu masyarakat yang bekerja dalam perusahaan swasta sebagai HR (*Human*

Resources), khususnya *human resources manager*. Target perancangan primer tersebut ditentukan karena divisi HR memiliki peran sebagai regulator dalam mengatur dan mengembangkan sumber daya manusia serta bertanggung jawab menentukan regulasi sistem kerja dalam suatu perusahaan (Tiwa, 2022). Divisi HR dapat mengajukan pengembangan sistem kerja yang diterapkan kepada pihak direksi atau manajerial dalam perusahaan.

ii) Sekunder

Pekerjaan target perancangan sekunder yaitu masyarakat yang berada pada posisi direksi dalam perusahaan swasta. Target perancangan sekunder ditentukan karena direksi perusahaan memiliki wewenang dalam menentukan keputusan akhir terkait sistem kerja yang diterapkan dalam perusahaan.

c) Usia

Target perancangan dibatasi pada masyarakat dengan usia 43-58 tahun. Berdasarkan data zipppia.com (2023), 72% masyarakat rata-rata memiliki posisi sebagai HR *manager* dan posisi direksi pada rentang umur 40 tahun keatas. Sedangkan batasan maksimal target perancangan adalah 58 tahun karena berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 45 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Pensiun, batas usia pensiun karyawan swasta adalah 58 tahun di tahun 2023. Target perancangan yang dituju termasuk pada kategori *Generation X* (Gen X) yaitu generasi yang lahir pada tahun 1965-1980 dengan jangka usia 43-58 tahun pada tahun 2023.

d) Tingkat Ekonomi

Kisaran gaji target primer HR (*Human Resources*) *manager* dimulai dari rentang Rp10.000.000,- per bulan dan semakin meningkat seiring dengan tingginya posisi yang dimiliki dalam perusahaan (Arnesya,

2023) sehingga status tingkat ekonomi pada perancangan dibatasi dalam SES A dengan pengeluaran >Rp 5.000.000-, (Kominfo, 2017).

e) Tingkatan Kesiapan Mengadopsi

Early adopters yaitu individu yang termasuk kategori cepat untuk mengadopsi suatu inovasi. *Early adopters* karena *HR manager* memiliki tingkat kepemimpinan yang tinggi karena berperan sebagai regulator sumber daya manusia dalam perusahaan, memiliki keuangan yang baik, status sosial yang tinggi, pendidikan yang tinggi, dan bijaksana dalam pengambilan keputusan. Tidak hanya itu, Gen X merupakan generasi yang menghadapi revolusi teknologi dimana generasi ini merasakan kehidupan sebelum internet, tetapi juga beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi (Ross, 2023).

2) Demografis

DKI Jakarta. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta tahun 2021, Jakarta memiliki jumlah perusahaan sebanyak 62.929 perusahaan. Jajaran perusahaan terbesar di Indonesia juga banyak yang memiliki basis di Jakarta.

3) Psikografis

Berdasarkan psikografis, sikap target perancangan adalah masyarakat yang memiliki pengalaman menjalankan sistem kerja WFO dan WFH dan atau WFA, mengetahui manfaat penerapan WFA, terbiasa dengan kebiasaan sistem kerja lama, dan cenderung tertutup akan sistem kerja baru.

4) Targeting

Target perancangan dibatasi pada perusahaan swasta. Di awal tahun 2023, sebanyak 60% perusahaan di DKI Jakarta kembali menerapkan WFO (Jobstreet, 2023). Tercatat pada 9 September 2023, jumlah perusahaan swasta yang menerapkan metode WFA masih berjumlah 168 dari 1.654 perusahaan (Yuliani, 2023).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media kampanye interaktif yang berperan memberikan informasi mengenai keuntungan yang didapat dari penerapan *Work from Anywhere* (WFA) untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong perusahaan agar menerapkan pola kerja WFA.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan kampanye interaktif diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat bagi Penulis

Dalam pembuatan perancangan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan wawasan serta pengalaman yang lebih dalam dengan menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan di prodi Desain Komunikasi Visual. Tugas Akhir ini juga dirancang sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

1.5.2 Manfaat bagi Masyarakat

Penulis mengharapkan pembaca mendapatkan informasi lebih dalam mengenai benefit yang didapatkan apabila menerapkan program *work from anywhere* (WFA) secara optimal agar perusahaan di Indonesia dapat mengembangkan pola kerja yang sesuai dengan perkembangan jaman.

1.5.3 Manfaat bagi Universitas

Penulis mengharapkan pembuatan kampanye interaktif ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk mahasiswa pada semester-semester kedepannya dalam pembuatan Tugas Akhir yang juga ingin merancang media yang serupa dengan yang diangkat penulis.