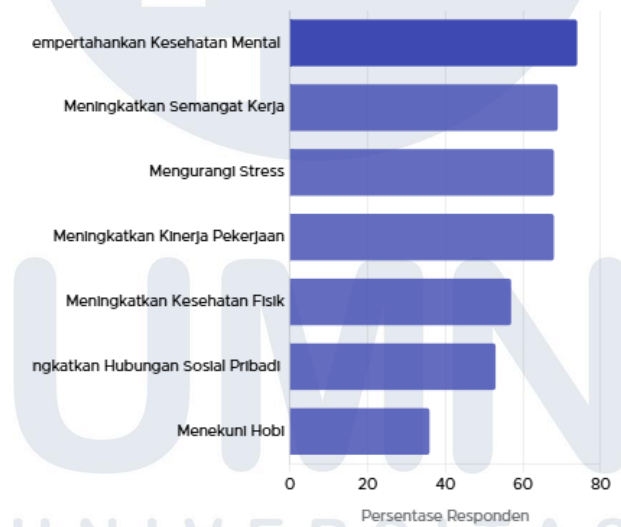


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keseimbangan *work life balance* telah menjadi isu yang semakin relevan dalam konteks kehidupan modern. Didukung oleh hasil survei Jakpat yang menunjukkan bahwa 95% responden memprioritaskan *work life balance* dalam memilih pekerjaan, hal ini mengindikasikan adanya pergeseran pandangan dalam dunia kerja. Analisis data survei mengungkapkan korelasi positif antara keseimbangan kerja-hidup dengan kesehatan mental, semangat kerja, dan tingkat stres pada generasi Z.



Gambar 1. 1 Memahami Gen Z: Preferensi di Tempat Kerja
sumber: Jakpat, 2024

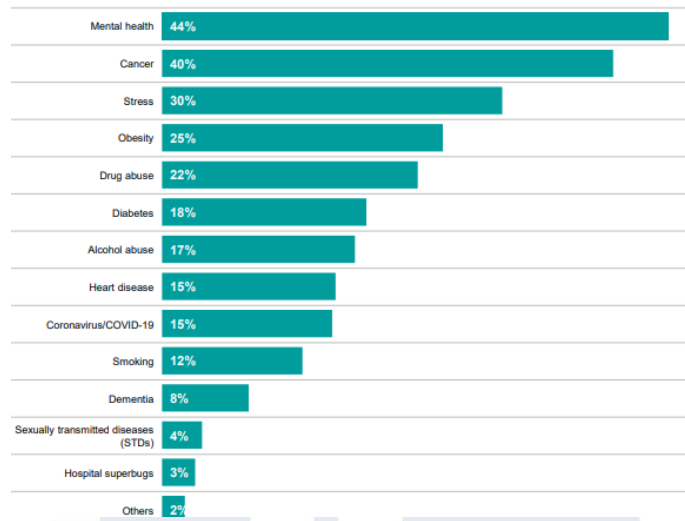
Sebanyak 74% responden menyatakan bahwa *work life balance* membantu mereka menjaga kesehatan mental, diikuti oleh peningkatan semangat kerja (69%) dan penurunan tingkat stres (68%). Ini dapat menambah informasi bagi perusahaan untuk mengembangkan program-program yang lebih efektif dalam mendukung *work life balance* karyawannya.

Pertumbuhan signifikan Generasi Z, yang kini mencapai 34,74% dari total populasi usia produktif di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2024), mengindikasikan pentingnya memahami karakteristik dan ekspektasi generasi ini, terutama dalam konteks dunia kerja. Salah satu nilai yang paling diutamakan oleh Generasi Z adalah keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Mengingat Generasi Z, yang mengutamakan *work life balance*, kini mendominasi angkatan kerja, perusahaan harus beradaptasi dengan cepat.

Mereka yang mampu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional akan lebih sukses dalam menarik dan mempertahankan talenta muda, sekaligus membentuk lanskap dunia kerja masa depan. Tidak hanya dari segi perspektif kesehatan mental dan preferensi kerja saja, namun perusahaan yang baik dan peduli terhadap karyawan mampu membuat karyawan bertahan dalam sebuah perusahaan (Robbin, 2016).

Di samping itu, perusahaan perlu memperhatikan dari segi kesehatan secara fisik. Perusahaan perlu menyadari bahwa kesehatan karyawan adalah aset berharga yang perlu dijaga. Kondisi kesehatan karyawan yang baik tidak hanya akan meningkatkan kualitas hidup karyawan itu sendiri, tetapi juga berdampak positif pada kinerja perusahaan secara keseluruhan (Zikrina, 2024). Baik kesehatan secara fisik maupun psikis.

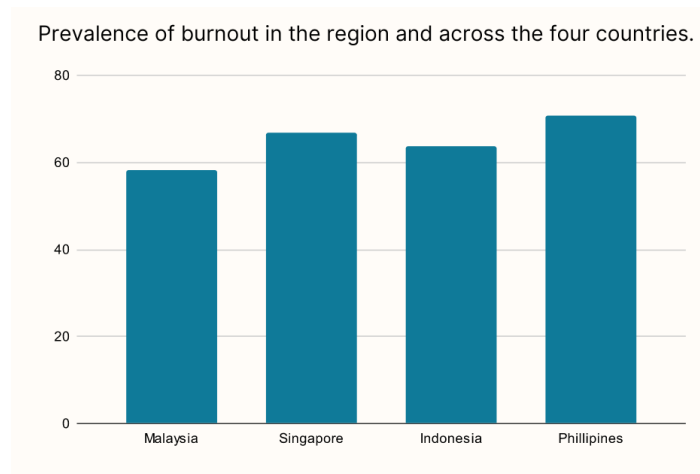
Dari survei *Ipsos Global Health Service Monitor 2023* yang dilakukan pada Juli-Agustus 2023, ditemukan bahwa kesehatan mental menjadi perhatian utama bagi responden di 31 negara, termasuk Indonesia. Responden dari survey ini adalah mereka yang telah berada dalam usia produktif. Terdiri dari Gen Z, Millennial, Gen X dan *Baby Boomers* dengan rentang usia 18-74 tahun.



Gambar 1. 2 Jawaban masyarakat terkait masalah kesehatan terbesar yang dihadapi saat ini
sumber:Ipsos Global Health Service Monitor, 2023

Gambar diatas, menunjukkan bahwa kesehatan mental menjadi isu kesehatan yang paling memprihatinkan bagi responden, dengan persentase sebesar 44%. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kekhawatiran terhadap kanker, yaitu sebesar 40% dan penyakit lainnya seperti stres, obesitas, dan diabetes. Disamping itu, salah satu masalah yang kerap terjadi dalam dunia kerja adalah *burnout*. Studi yang dilakukan oleh Naluri Life (2024), menunjukkan bahwa sebesar 63% karyawan yang berada di Asia Tenggara mengalami *burnout*.

Burnout merupakan suatu kondisi psikologis kompleks yang ditandai dengan kelelahan fisik, emosional, dan mental yang berkepanjangan. Kondisi ini umumnya muncul sebagai respon terhadap tuntutan kerja atau kehidupan yang melebihi kapasitas individu. *Burnout* tidak hanya melibatkan kelelahan fisik semata, namun juga melibatkan aspek emosional dan mental yang saling berkaitan. Intensitas, durasi, frekuensi, dan dampak *burnout* dapat bervariasi antar individu (Pines, 2020).



Gambar 1. 3 Prevalence of burnout in region and across the four countries
 Sumber: Naluri.life, 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia mengalami tingkat kelelahan tiga di Asia. Penelitian ini menunjukkan latar belakang ekonomi, rincian pekerjaan dan tingkat stress, semuanya terkait dengan kelelahan yang serius di tempat kerja. Lebih dari 60% pekerja dewasa di kawasan regional mengalami kelelahan kerja, ini menjadi hal memprihatinkan. Responden di Indonesia melaporkan prevalensi tertinggi kedua untuk gejala kecemasan (54,3%), depresi (55,49%), dan stres (39,09%). Angka ini mengindikasikan adanya masalah sistemik yang memerlukan perhatian serius dari pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan kualitas hidup pekerja.

Melihat hal tersebut, banyak perusahaan yang mulai peduli dengan karyawannya dan terjadi pergeseran cara kerja, contohnya bekerja dengan sistem *hybrid*. Bekerja secara *hybrid* adalah sistem kerja yang menggabungkan bekerja dari kantor dengan bekerja dari rumah. Salah satu perusahaan yang menggunakan model *hybrid* adalah PT Walt Disney Indonesia. PT Walt Disney Indonesia memiliki budaya dan nilai dimana perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang sesuai dengan kebutuhan karyawan yang dinamis. Hal ini dilakukan agar seluruh karyawan merasa nyaman. Salah satu bentuk kepedulian lain dari perusahaan adalah dengan memberikan program kesehatan bagi karyawan.

Program tersebut biasanya disampaikan kepada para karyawan menggunakan alat komunikasi, misalnya melalui *e-mail*, bulletin, hingga sosialisasi melalui *Microsoft teams* atau pertemuan tatap muka. Komunikasi memegang peranan penting di berbagai aspek, misalnya pemerintah, pendidikan atau dalam perusahaan dan aspek kehidupan manusia lainnya (Suranto, 2018). Komunikasi didefinisikan sebagai aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari satu individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya dengan tujuan untuk membangun pemahaman bersama, mempengaruhi perilaku, atau menjalin hubungan (Muachella, 2022). Komunikasi dapat diartikan juga sebagai suatu proses pergantian berita antara seseorang yang dilakukan melalui simbol, tanda, dan perilaku yang bersifat umum (Nainggolan, et al., 2021). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah aktivitas menyampaikan pesan antar individu atau kelompok melalui simbol, tanda, dan perilaku untuk membangun pemahaman bersama, mempengaruhi perilaku, dan menjalin hubungan.

Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berinteraksi, tetapi juga berperan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan upaya yang perlu dijalankan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan (Morissan, 2020). Tujuan dari komunikasi adalah untuk meminimalisir terjadinya miss komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi yang efektif mampu meningkatkan produktivitas dari seluruh perusahaan (Romadona & Setiawan, 2020). Komunikasi juga bisa berperan sebagai pengatur perilaku individu yang berada dalam organisasi (Sopiah, 2018).

Dalam menyampaikan komunikasi, tentunya membutuhkan sebuah media. Menurut Menurut Syaifudin (2016), media komunikasi dapat diartikan sebagai segala bentuk sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan, dan menyampaikan informasi kepada khalayak yang lebih luas. Media dibagi menjadi dua, yaitu media lama dan baru. Media lama umumnya digunakan untuk mempengaruhi opini publik, mendidik masyarakat, dan menjalankan fungsi pengawasan. Contoh dari media lama seperti, koran, radio atau televisi. Sedangkan media baru dapat didefinisikan sebagai media yang

memanfaatkan teknologi digital untuk memungkinkan interaksi pengguna secara aktif, seperti yang terjadi pada internet dan perangkat seluler (Hadi, Inri, & Indrayani, 2020)

Kedua media tersebut merupakan media komunikasi yang sering digunakan oleh PT Walt Disney Indonesia, tergantung ditujukan untuk siapa. Kesejahteraan karyawan, baik fisik maupun mental, menjadi prioritas utama PT Walt Disney Indonesia. Bagi PT Walt Disney Indonesia karyawan merupakan aset terpenting perusahaan karena perusahaan mampu mencapai tujuan atau target karena kinerja internal. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Anwar. Menurut Anwar (2016), keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusianya. Karyawan, sebagai individu yang unik dengan beragam potensi seperti akal, bakat, tenaga, keinginan, pengetahuan, perasaan, dan kreativitas, berperan krusial dalam mewujudkan visi dan misi organisasi. Sejalan juga dengan yang disampaikan oleh Schultz (dalam Rahayu, 2019), Lingkungan kerja merupakan konteks di mana karyawan menjalankan tugasnya. Kondisi lingkungan kerja, baik fisik maupun psikologis, dapat secara langsung mempengaruhi kinerja dan produktivitas karyawan. Faktor-faktor seperti pekerjaan yang monoton, kelelahan, dan kejenuhan dapat menurunkan motivasi kerja dan berdampak negatif pada hasil kerja.

Adanya program *Wellness* yang menjadi salah satu program dari Disney sendiri, dimana perusahaan berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi kesejahteraan karyawan. Dengan menyediakan lingkungan yang aman, sehat, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, perusahaan berupaya memberikan rasa aman dan nyaman bagi seluruh karyawan. Selain itu, perusahaan juga menyediakan dukungan yang diperlukan karyawan untuk dapat bekerja secara optimal dan mencapai keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Sejak bulan Agustus 2024 kemarin, The Walt Disney Company lebih memperhatikan karyawan-karyawan satu tahap lebih dalam lagi, terutama dari segi fisik, mental dan memastikan bahwa karyawan memiliki keseimbangan antara pekerjaan atau kehidupan pribadi, atau yang saat ini terkenal dengan istilah *work*

life balance. Salah satu cara untuk mengingatkan para karyawan adalah dengan mengirimkan surel setiap bulannya terkait *tips* atau *challenge* yang bisa dilakukan oleh karyawannya.

Perusahaan menyadari bahwa penyampaian informasi terkait *wellness-being* melalui email memiliki keterbatasan. Surat elektronik atau *e-mail* dianggap kurang efektif dalam menjangkau seluruh karyawan dan memberikan informasi yang lebih detail. Oleh karena itu, perusahaan merasa perlu untuk menghadirkan sebuah media cetak sebagai pelengkap, yang memungkinkan karyawan untuk mengakses informasi secara fisik dan menyeluruh. Sangat disayangkan jika informasi yang telah disiapkan perusahaan tidak dapat dimanfaatkan secara optimal oleh karyawan.

Melihat permasalahan di atas tentu sangat disayangkan, kurangnya pemahaman atau bahkan ketidaktahuan karyawan terhadap informasi tersebut tentu menjadi kerugian bagi kedua belah pihak. Salah satu alternatif yang potensial adalah majalah. Menurut Heller dan Rowlinson (2019), majalah dapat menjadi media nirmassa yang efektif untuk mengintegrasikan komunikasi internal dalam organisasi. Dalam majalah tersebut akan memuat informasi tentang program *well-being*, majalah ini juga akan memuat refleksi bagi para karyawan. Refleksi yang dimuatkan tidak hanya seputar pekerjaan, tetapi juga refleksi secara pribadi tiap karyawan. Selain itu, juga akan memuat tentang kuis, pentingnya menjaga kesehatan, bagaimana cara menjaga kesehatan di lingkungan kantor, tips untuk menjaga agar mental, *challenge* yang bisa dilakukan serta renungan goals untuk tahun baru 2025 yang nantinya ingin dicapai.

Majalah ini akan disebarluaskan secara fisik dan ditempatkan di area-area yang sering digunakan karyawan, seperti ruang meeting, *pantry*, ruang diskusi dan ruangan lainnya. Ini bertujuan untuk menjangkau seluruh karyawan PT The Walt Disney Indonesia secara efektif dan memberikan akses mudah terhadap informasi yang disajikan. Dilihat dari tingkat literasi Indonesia yang memang rendah dalam membaca, menjadi tantangan bagi penulis agar majalah ini tidak sia-sia dan dibaca

(Akmal, 2022). Sehingga diperlukannya konsep kreatif, mudah dipahami dan modern agar sesuai dengan perkembangan zaman dan para pembaca tertarik untuk membaca majalah tersebut.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari dibuatnya majalah internal untuk PT Walt Disney Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Menjadi media informasi bagi karyawan terkait cara menjaga, memelihara dan mencegah terjadinya penyakit mental seperti *stress* ataupun sakit secara fisik.
2. Menjadi media untuk refleksi baik terhadap kondisi pribadi maupun terhadap lingkungan sekitar, guna memperdalam pemahaman dan kesadaran diri.

1.3 Kegunaan Karya

Berikut adalah kegunaan yang bisa didapatkan dari pembuatan karya tugas akhir ini.

1.3.1 Kegunaan Akademis

Pembuatan karya ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang prinsip-prinsip desain komunikasi yang efektif dalam konteks komunikasi internal. Selain itu, karya ini juga diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi praktisi desain komunikasi dan peneliti yang tertarik pada pengembangan media komunikasi internal yang inovatif

1.3.2 Kegunaan Praktis

Program edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran karyawan akan pentingnya menjaga kesehatan, baik fisik maupun mental. Dengan memahami dampak kesehatan terhadap produktivitas kerja dan kesejahteraan pribadi, diharapkan karyawan dapat meningkatkan kinerja serta rasa memiliki terhadap perusahaan.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Karya ini diharapkan pembaca, baik individu maupun institusi, dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya *work life balance*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA