

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, perusahaan sudah memiliki struktur organisasi yang dimaksudkan untuk mempermudah karyawan dalam menjalankan tugasnya, sehingga banyak faktor yang akan membuat suatu perusahaan maju maupun terpuruk, salah satunya adalah sumber daya manusia (karyawan). Keberhasilan dari suatu perusahaan dapat ditentukan dari hasil pekerjaan serta kontribusi kerja yang diberikan kepada karyawan, sehingga sumber daya manusia menjadi hal penting bagi suatu perusahaan (Riani & Putra, 2017). Sumber daya manusia menjadi hal terpenting dalam membuat iklim bisnis menjadi lebih kompetitif (Sutikno, 2020). Peran besar dari karyawan sebagai salah satu hal yang dibutuhkan oleh perusahaan atau organisasi dapat terlihat dari pencapaian yang dihasilkan dari karyawan tersebut, sehingga karyawan menjadi salah satu investasi yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Bidang industri menjadi salah satu fokus utama bagi setiap negara karena berperan dalam mendorong pertumbuhan usaha di sektor manufaktur. Industri memiliki peran krusial dalam mendukung pembangunan ekonomi, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan kondisi perekonomian yang lebih maju. Industri kreatif termasuk dalam salah satu cabang sektor perindustrian yang memiliki daya tarik tinggi bagi berbagai generasi. Jenis industri ini berpotensi besar dalam memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Salah satu bidang pekerjaan yang paling meningkat di Indonesia adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan salah satu trend yang meningkat secara ekonomi di dunia dan Indonesia yang sangat mengdepankan kreatifitas dalam kehidupan masyarakat (Arifianti & Alexandri, 2017). Industri kreatif berkembang

seiring dengan pemanfaatan teknologi yang berdampak pada ekosistem ekonomi yang lebih baik. Dalam hal kreatif, bukan hanya memperkaya budaya tetapi juga diplomasi atau bergeraknya budaya antar negara (Rochani, 2017).

Industri kreatif memberikan kontribusi yang tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut membuktikan bahwa industri kreatif memiliki potensi yang baik dan akan terus berkembang dimasa mendatang (Pratama & Suparta, 2018). Dari laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) sektor ekonomi kreatif telah tumbuh produktif, inklusif dan berkelanjutan dengan berhasil menciptakan 4,4 juta lapangan kerja pada tahun 2024. Berdasarkan data dari Portal Informasi Indonesia (2023) menemukan bahwa kinerja ekspor pada bidang industri kreatif pada triwulan III-2023 mencapai USD 17,4 miliar, dengan subsektor fashion yang menyumbang hingga USD 9,88 miliar dan subsektor kriya menyumbang USD 6,26 miliar (Portal Informasi Indonesia, 2023).

Industri kreatif merupakan salah satu industri yang sedang berkembang di Indonesia. Menurut laporan OPUS Ekonomi Kreatif tahun 2020, subsektor ekonomi kreatif menyumbang Rp1.211 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2019, yang mencatatkan kontribusi sebesar Rp1.105 triliun, menandakan pertumbuhan yang positif dalam sektor tersebut.

Pada tahun 2018, industri kreatif menyumbang sekitar 7,44% terhadap total ekonomi nasional. Selain meningkatkan penerimaan negara, sektor ini juga menjadi wadah bagi pengembangan kreativitas pelaku usaha dan tenaga kerja, serta berkontribusi dalam menyerap angkatan kerja usia produktif dan menurunkan angka pengangguran. Besarnya peran industri kreatif tercermin dari dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang bertugas mengawasi dan mengembangkan sektor ini. Pemerintah pun menunjukkan komitmennya melalui berbagai kebijakan untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif, yang keberhasilannya turut menarik perhatian dunia internasional.

Untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif secara efektif, pemerintah

memberikan dukungan melalui berbagai kebijakan. Beberapa langkah yang telah diterapkan antara lain: mengintegrasikan aset dan potensi kreatif, mendorong kreativitas dan inovasi, membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), serta menyusun regulasi yang mendukung masyarakat kreatif. Integrasi aset dan potensi bertujuan untuk mengelola sumber daya secara optimal dan memberdayakan individu kreatif agar sektor ini menjadi sumber modal yang menjanjikan. Dalam upaya meningkatkan kreativitas, pemerintah juga mengatasi hambatan seperti keterbatasan modal dengan menyediakan dukungan finansial dan fasilitas, sehingga ide-ide bernilai ekonomi dapat direalisasikan. Selain itu, kebijakan ini juga bertujuan mengatur persaingan yang sehat. Bekraf, lembaga yang dibentuk langsung oleh Presiden, berperan sebagai wadah, penghubung, dan fasilitator dalam pengembangan serta pengelolaan ide-ide kreatif masyarakat.

Industri media merupakan salah satu subsektor dari industri kreatif yang mencakup berbagai organisasi yang bergerak dalam produksi, penerbitan, dan distribusi konten, seperti program televisi, film, musik, video game, majalah, serta surat kabar yang ditujukan untuk konsumsi publik. Sektor ini memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari karena menyediakan informasi, hiburan, dan sarana komunikasi (Herlambang & Murniningsih, 2019). Berdasarkan laporan PricewaterhouseCoopers (PwC) tahun 2019, pendapatan industri media dan hiburan global menunjukkan tren peningkatan sejak tahun 2014 hingga 2018, dan diproyeksikan akan terus tumbuh hingga tahun 2023. Laporan PwC terbaru pada tahun 2023 juga mencatat bahwa pendapatan global sektor ini meningkat sebesar 5%, mencapai angka USD 2,8 triliun, yang mencerminkan pertumbuhan positif dan berkelanjutan dalam industri media secara global.

Ditengah gempuran media digital, industri media konvensional juga harus tetap bertahan agar mampu untuk bersaing dengan media media digital yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan usaha dari industri konvensional untuk mulai berubah, dengan mulai beralih ke media digital, seperti TV digital. Selain itu, berdasarkan agensi periklanan Wavemaker, total belanja iklan di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar Rp 71,5 triliun pada tahun 2024. Dari total belanja iklan tersebut, sebagian besar diserap oleh platform digital global. Data menunjukkan bahwa

sekitar 80% dari total belanja iklan, atau sekitar Rp 57,2 triliun, mengalir ke platform digital. Ini berarti hanya sekitar 20% atau Rp 14,3 triliun yang masuk ke media konvensional atau publisher lokal. Media konvensional semakin kalah bersaing dengan media digital.

Pada era saat ini, meningkatnya intensitas persaingan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi baik secara global maupun nasional. Salah satu langkah yang perlu dilakukan untuk menunjang hal tersebut adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi secara cepat dan tepat (Abbas, 2019). Percepatan digitalisasi serta perkembangan yang serba instan telah menyebabkan tingkat persaingan antar perusahaan semakin meningkat seiring berjalannya waktu.

Hasil studi Global Talent Trends (GTT Study) tahun 2023 menunjukkan bahwa 45% pengusaha di Indonesia membebani karyawan dengan pekerjaan yang berlebihan dan kurang memperhatikan aspek kesejahteraan, angka ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata perusahaan di Asia yang berada pada angka 39%. Studi sebelumnya yang dilakukan oleh Hay Group (2023) juga mengungkapkan bahwa 8 dari 10 karyawan mengalami burnout, yakni kondisi kelelahan akibat beban kerja yang melampaui tugas pokok dan fungsinya.

Dalam konteks organisasi, kinerja karyawan merupakan aset penting yang berpengaruh langsung terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Wibowo (2016) mendefinisikan kinerja sebagai hasil dari pelaksanaan tugas yang diberikan. Sementara itu, Rehman et al. (2017) menyatakan bahwa kinerja karyawan merupakan tindakan yang dilakukan secara konsisten dan relevan, yang meningkat seiring dengan tingkat usaha serta keberhasilan dalam menjalankan tugas sesuai arahan.

Salah satu faktor yang memengaruhi kinerja karyawan adalah kompensasi. Hasibuan (2018) menjelaskan bahwa kompensasi adalah penghasilan yang diterima oleh karyawan dalam bentuk uang, barang, atau jasa. Dessler (2020:417) menyebut kompensasi sebagai keseluruhan bentuk pembayaran yang diberikan kepada karyawan sebagai imbalan atas hubungan kerja. Senada dengan itu, Bhattacharyya (2014) serta Adeoye dan Fields (2014) mendefinisikan kompensasi sebagai bentuk

penghargaan, baik berupa uang tunai, hadiah, maupun barang berharga yang diberikan kepada individu atas kontribusinya terhadap organisasi.

Berdasarkan *The Equity Theory* yang dinyatakan oleh Adams (1965) menjelaskan bahwa karyawan fokus pada masukan dan hasil. Input tersebut dapat dibentuk dalam input pekerjaan seperti apa yang diberikan karyawan, dan hasilnya dapat dimasukkan dalam kompensasi, seperti upah, gaji, promosi, bonus, dan lain-lain, seperti yang diterima karyawan. Jadi, manajer dapat memahami motivasi karyawan. Motivasi ini memengaruhi persepsi karyawan tentang diperlakukan secara adil. Jika karyawan merasa kurang diuntungkan, itu hanya akan memicu kemarahan. Juga, jika karyawan merasa diuntungkan atau diuntungkan secara berlebihan, perasaan bersalah akan berkembang (Al-Zawahreh & Al-Madi, 2012). Keseimbangan kehidupan kerja membebaskan individu untuk menyeimbangkan pekerjaan dan minat lainnya, selain hanya fokus pada pekerjaan. Keseimbangan kehidupan kerja dapat memuaskan karyawan melalui energi positif (Zheng et al., 2015; Agosti et al. (2017) karena kehidupan yang lebih baik memungkinkan karyawan untuk memaksimalkan potensi dirinya.

Variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah *job satisfaction* atau kepuasan kerja. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional dari seorang individu tentang apa yang dirasakan dari sekitarnya ataupun reaksi yang diberikan orang lain terhadap apa yang dikerjakannya (Suryani, 2022). Kepuasan kerja juga merupakan perasaan dihargai oleh perusahaan dari pekerja, sehingga kepuasan kerja menjadi salah satu indikator yang sangat berharga bagi perusahaan yang dimaksudkan untuk mengikuti perubahan iklim yang terjadi dalam dunia bisnis (Fonataba & Marchyta, 2021).

Pada survey yang dilakukan oleh JobStreet.com pada tahun menemukan bahwa 73% karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaannya karena beberapa faktor seperti tidak sesuai latar belakang pendidikan, tidak memiliki work life balance, tidak ada jenjang karir, dan karakter atasan yang tidak sesuai dengan dirinya (JobStreet.com, 2024).

Berbagai uraian sebelumnya menunjukkan pentingnya menciptakan kondisi

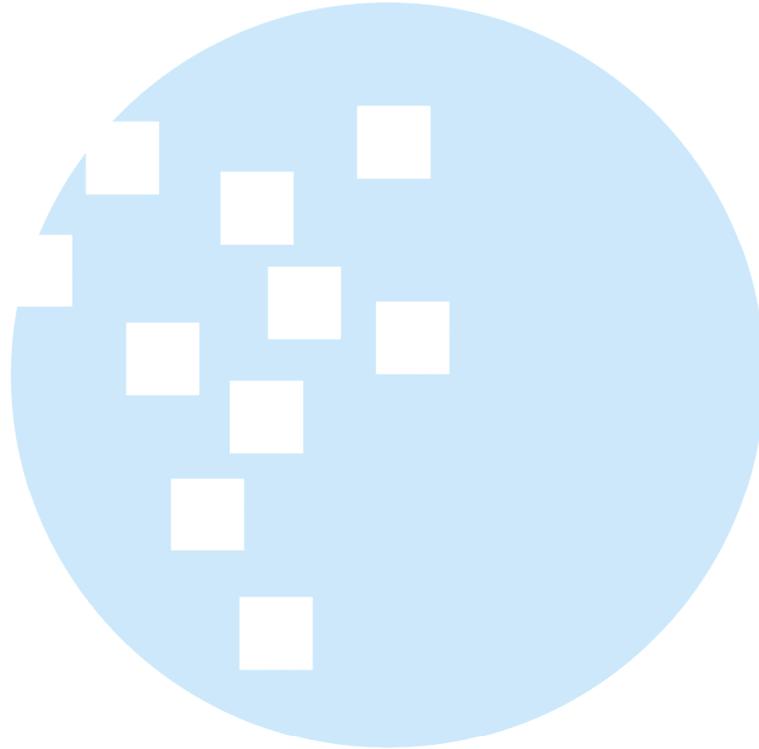
yang mendukung kesejahteraan karyawan dalam menjalankan tugas sehari-hari. Gangguan terhadap kesehatan, khususnya kesehatan mental, dapat diminimalisir melalui upaya menciptakan keseimbangan antara kehidupan profesional dan pribadi, yang dikenal dengan istilah *work-life balance*. Menurut Qodzarina dan Musadieg (2018), *work-life balance* merupakan kemampuan individu dalam menjalankan perannya sebagai pekerja sekaligus menjalani kehidupan pribadinya secara seimbang dan efektif. Sementara itu, Lockwood (2003) dalam Larasati dan Hasanati (2019) menjelaskan bahwa *work-life balance* adalah suatu kondisi di mana individu mampu memenuhi dua tuntutan yang berbeda secara seimbang, yakni antara pekerjaan dan kehidupan pribadi.

Penelitian yang dilakukan oleh Gragnano, Simbula, dan Miglioretti (2020) menemukan bahwa kondisi kesehatan karyawan dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, dan sebaliknya, pekerjaan juga memiliki peran penting dalam kehidupan keluarga. Mahardika, Ingarianti, dan Zulfiana (2022) mengidentifikasi bahwa aspek yang paling signifikan dalam menjaga *work-life balance* terletak pada *personal life interference with work* (43,9%) dan *interference of personal life* (36,8%).

Namun demikian, pekerja di industri kreatif, termasuk media, dihadapkan pada tantangan tersendiri dalam mencapai keseimbangan tersebut. Herlambang dan Murniningsih (2019) mencatat bahwa jam kerja dalam industri ini cenderung tinggi dan kerap melebihi standar waktu kerja pada umumnya. Selain itu, munculnya ide-ide di luar jam kerja menjadi fenomena yang umum terjadi, sehingga batas antara waktu kerja dan waktu pribadi menjadi kabur. Beban kerja yang tinggi dan tuntutan penyelesaian tugas yang ketat turut memengaruhi *work-life balance*, yang pada akhirnya dapat berdampak pada tingkat kepuasan kerja serta kinerja karyawan di industri kreatif media.

Oleh karena berkembangnya dan kuatnya persaingan di industri media ini, pekerja di industri kreatif sering mendapatkan tuntutan yang lebih dalam pekerjaannya, dan juga tanggung jawab yang lebih. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian berjudul “PENGARUH WORK LIFE BALANCE DAN COMPENSATION TERHADAP PERFORMANCE PEKERJA DI INDUSTRI KREATIF MEDIA DENGAN JOB SATISFACTION SEBAGAI

VARIABEL MEDIASI”



UMMN

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Rumusan Masalah

Industri media merupakan salah satu industri yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia. Perubahan jenis pekerjaan yang menggunakan teknologi dan kreatifitas semakin meningkat setiap tahun khususnya pekerjaan di industri-industri media. Pekerjaan yang berubah tersebut juga akan memiliki permasalahan tersendiri didalamnya bagi pekerja yang menjalankan hal tersebut. Permasalahan yang terjadi akan mempengaruhi kinerja karyawan dalam melakukan pekerjaannya sehingga perlu dilihat faktor apa yang mempengaruhi hal tersebut.

1.2.2 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penulis membagi menjadi 7 pertanyaan penelitian yaitu

1. Apakah *work life balance* memiliki pengaruh terhadap *performance* pekerja di Industri Media?
2. Apakah *compensation* memiliki pengaruh terhadap *performance* pekerja di Industri Media?
3. Apakah *work life balance* memiliki pengaruh terhadap *job satisfaction* pekerja di Industri Media?
4. Apakah *compensation* memiliki pengaruh terhadap *job satisfaction* pekerja di Industri Media?
5. Apakah memiliki *job satisfaction* pengaruh terhadap *performance* pekerja di Industri Media?
6. Apakah *Job satisfaction* memediasi hubungan antara *work-life balance* dan *performance* pekerja di Industri Media?
7. Apakah *Job satisfaction* memediasi hubungan antara *compensation* dan *performance* pekerja di Industri Media?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah penulis rumuskan, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *work life balance* terhadap *performance* pekerja di Industri Media
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *compensation* terhadap *performance* pekerja di Industri Media
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *work life balance* terhadap *job satisfaction* pekerja di Industri Media
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *compensation* terhadap *job satisfaction* pekerja di Industri Media?
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara *job satisfaction* terhadap *performance* pekerja di Industri Media?
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mediasi antara *job satisfaction* terhadap *performance* pekerja di Industri Media?
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mediasi antara *job satisfaction* terhadap *performance* pekerja di Industri Media?

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan hasil yang akan bermanfaat dengan tujuan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan juga pengetahuan baru kepada pembaca untuk dapat mempelajari dan memberikan pemahaman lebih tentang pengaruh *Work life balance*, *Compensation*, dan *Job satisfaction* terhadap *performance* pekerja di Industri Media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat praktis dengan tujuan memberi gambaran, sudut pandang, bahan masukan, dan juga informasi yang

bermanfaat bagi Perusahaan yang bergerak di Industri Media agar dapat menjaga dan meningkatkan kinerja karyawan melalui aspek *work life balance*, *compensation*, dan *Job satisfaction*.

1.5 Batasan Penelitian

Penulis menerapkan batasan ruang lingkup penelitian agar melalui penelitian ini, penulis bisa mendapatkan hasil penelitian yang terstruktur dan juga lebih terukur. Berikut adalah beberapa batasan penelitian yang penulis tetapkan:

1. Penelitian ini akan berfokus pada variabel *work life balance*, *compensation*, *job satisfaction*, dan *performance*
2. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di Industri Media di Jakarta.
3. Responden yang masuk sebagai responden penelitian merupakan karyawan kontrak atau tetap yang setidaknya sudah bekerja selama 6 bulan di Industri Media

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini dilakukan dengan metode dan sistematika penulisan dengan format baku yang diatur dalam buku “Panduan Penulisan Skripsi Prodi Manajemen” Tahun 2022 yang disusun khusus untuk program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Multimedia Nusantara. Sistematika laporan penelitian ini akan terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I “Pendahuluan” berisikan latar belakang, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II “Landasan Teori” berisikan tentang pemahaman konsep penelitian

dan juga landasan teori dari semua variabel yang ada di dalam penelitian ini. Selain itu, pada bab II akan dibahas hubungan setiap variabel independen dengan variabel dependen, penelitian terdahulu, model, hipotesis penelitian serta penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III “Metodologi Penelitian” akan membahas mengenai penelitian-penelitian yang telah dilakukan, gambaran objek penelitian, desain penelitian, identifikasi dan definisi operasional dari variabel, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, pengujian instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV “Analisis dan Pembahasan” berisikan hasil analisis penelitian dan pembahasan dari hasil analisis penelitian ini. Hasil analisis tersebut diambil berdasarkan data yang didapatkan dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada karyawan yang bekerja pada Industri Kreatif Media di DKI Jakarta berdasarkan konsep dan metodologi yang ditentukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V “Kesimpulan dan Saran” berisikan penarikan kesimpulan dari penelitian dan juga saran yang ditujukan kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya.

UMMN