

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

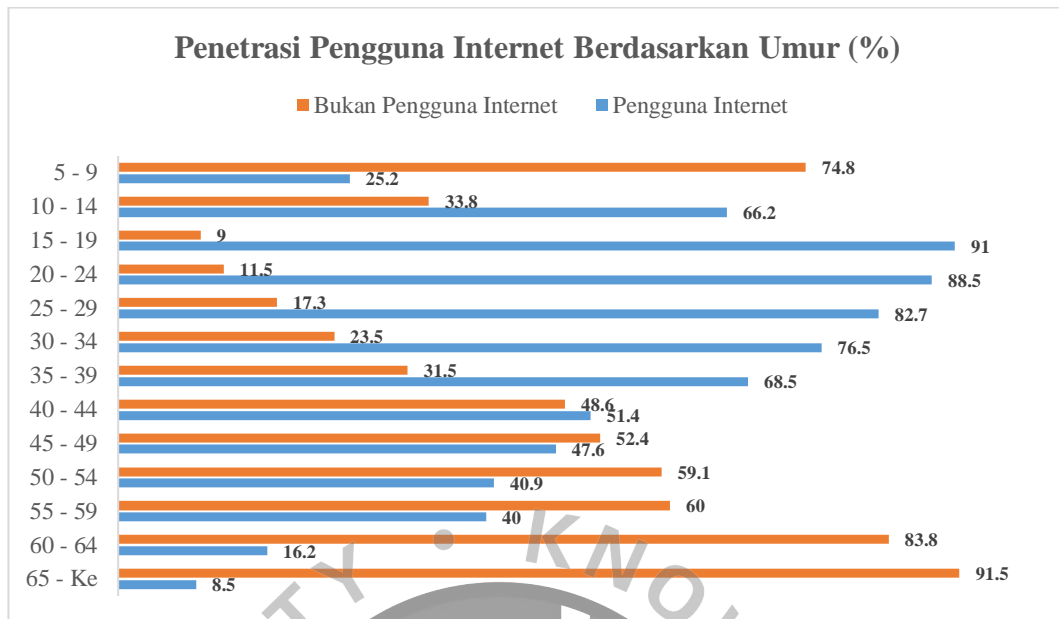
Kemajuan teknologi dan peningkatan penggunaan internet dalam beberapa tahun terakhir ini telah menyebabkan revolusi komunikasi. Revolusi komunikasi serta gaya hidup yang semakin modern sudah mengubah cara seseorang dalam berkomunikasi (Coyle & Vaughn, 2008). Beberapa dekade terakhir kita tidak familiar dengan istilah media sosial, *smartphone*, dan *online shop*. Namun sekarang, istilah-istilah itu sudah akrab di kehidupan kita sehari-hari. Salah satu revolusi komunikasi yang menjadi tren terbaru adalah situs jejaring sosial (SNS).

Banyak orang menggunakan situs jejaring sosial (SNS) untuk dapat terhubung satu sama lain. SNS seperti Facebook dan MySpace awalnya dimulai sebagai forum bagi kaum muda untuk bersosialisasi dan telah berkembang menjadi komunitas jenis baru untuk pertukaran sosial dan komersial. Melalui berbagai media (e-mail, *chat*, *blogging*, pesan instan, *photo sharing*, *newsfeed*), SNS digunakan untuk jaringan kerja, target pemasaran, dan juga hiburan (Clark & Roberts, 2010). Dikutip dari Tekno.tempo.co, situs jejaring sosial populer yang paling banyak digunakan di Indonesia saat ini adalah Line, Facebook, Instagram, Whatsapp dan Twitter. Situs ini mempermudah individu untuk dapat dengan bebas berbagi pemikiran, opini, pengalaman, perspektif, informasi, dan pengetahuan

mereka. Dikarenakan oleh kenyamanannya, situs jejaring sosial sekarang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan karyawan dalam organisasi (Moqbel et al., 2013).

Perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi lahir dan tumbuh beriringan dengan generasi yang dikenal dengan istilah generasi Y atau lebih populer dikenal dengan istilah generasi milenial. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah penduduk yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000 dan pada tahun 2020 berada di usia 20-40 tahun. Generasi ini menyumbang sebesar 67,24 persen atau sekitar dua pertiga dari populasi generasi milenial masuk ke dalam angkatan kerja. Mereka adalah segmen tenaga kerja yang tumbuh paling cepat. Generasi milenial lebih akrab dengan teknologi dibandingkan dengan generasi - generasi pendahulunya seperti generasi X dan generasi *baby boomers*. Milenial tumbuh di era teknologi yang telah menjalar di setiap aspek kehidupan dan menjawab kebutuhan mereka yang lebih dinamis dan menantang. Teknologi informasi memberikan kemudahan bagi generasi milenial untuk dapat terhubung dan saling berkomunikasi sehingga dapat melakukan aktivitas sehari-hari secara lebih efektif dan efisien (Badan Pusat Statistik, 2018).

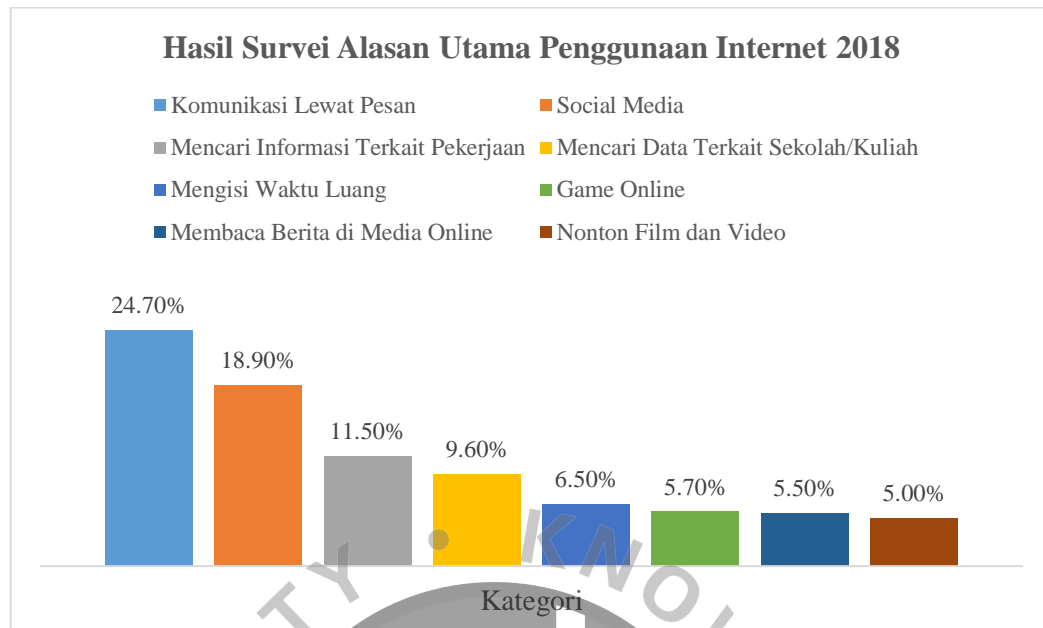
Menurut riset yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 mengenai angka penetrasi penggunaan internet berdasarkan usia, diketahui bahwa generasi milenial memiliki angka penetrasi lebih besar dibandingkan generasi lainnya.



Gambar 1.1 Hasil survei 2018 penetrasi pengguna internet berdasarkan usia

Sumber: (APJII, 2018)

Berdasarkan gambar 1.1 data hasil survei menyatakan bahwa dalam rentang usia 20-24 tahun, penggunaan internet memiliki angka penetrasi sebesar 88,5 persen, 25-29 tahun sebesar 82,7 persen, 30-34 tahun sebesar 76.5 persen, 35-39 tahun sebesar 68,5 persen dari pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1.2 Hasil survei 2018 alasan utama menggunakan internet

Sumber: (APJII, 2018)

Berdasarkan gambar 1.2 data hasil survei menyatakan bahwa alasan utama seseorang dalam menggunakan layanan internet adalah untuk komunikasi lewat pesan sebesar 24,7 persen, lalu sosial media/situs jejaring sosial sebesar 18,9 persen dan untuk mencari informasi terkait pekerjaan sebesar 11,5 persen.

Menurut survei yang dilakukan JobStreet.com kepada 14,000 koresponden di tahun 2015, diketahui sebanyak 81% karyawan di Indonesia mengakses media sosial saat bekerja. 35% karyawan mengaku menghabiskan waktu paling tidak 2 jam untuk melihat apa yang terjadi di akun media sosial mereka.

Lalu 24% koresponden lain menyatakan menggunakan media sosial selama 1 jam. Dalam urutan ketiga sebesar 22% mengaku menghabiskan lebih dari 4 jam. Terakhir sebesar 19% menghabiskan waktu 3 jam per hari untuk membuka akun media sosial mereka (www.jobstreet.co.id). Berdasarkan fenomena tersebut dapat dijelaskan beberapa profesi pekerjaan sangat bergantung terhadap situs jejaring sosial.

Profesi yang berhubungan dengan situs jejaring sosial merupakan salah satu profesi pekerjaan dengan peluang pertumbuhan tercepat. Menurut hasil pencarian pada Jobstreet Indonesia pada 15 Oktober 2020 sampai dengan 30 hari terakhir, terdapat 2112 lowongan pekerjaan tersedia yang berhubungan dengan situs jejaring sosial. Lalu menurut survei State of Social yang dilakukan secara global oleh Buffer pada tahun 2019, sekitar 89,3 persen perusahaan mengatakan bahwa sosial media “sangat penting” dan “agak penting” untuk strategi pemasaran secara keseluruhan. Selanjutnya sekitar 73 persen perusahaan mengatakan bahwa sosial media “sangat efektif” dan “agak efektif” untuk bisnis mereka (www.buffer.com). Disimpulkan bahwa terbukanya peluang kerja untuk jenis pekerjaan yang berhubungan dengan situs jejaring sosial disebabkan oleh kebutuhan perusahaan dalam melibatkan media *online* sebagai strategi pemasaran. Berdasarkan artikel dari Lifepal Indonesia pada 12 Agustus 2019 mengatakan *Social Media Specialist/Strategist, Content Writer, Graphic Designer*, dan *Digital Marketing* merupakan jenis pekerjaan yang menggunakan media sosial dalam bekerja (www.lifepal.co.id). Fokus utama dari masing-masing profesi tersebut adalah untuk mengelola dan menciptakan konten digital kreatif di berbagai platform media sosial perusahaan. Ketergantungannya

dengan media online dalam bekerja membuat perusahaan cenderung memberikan kebebasan kepada karyawan dengan profesi tersebut dalam menggunakan situs jejaring sosial selama jam kerja. Peneliti juga melakukan pencarian dengan *keyword* "sosial media" melalui halaman lowongan kerja Jobstreet Indonesia dan diketahui bahwa jenis pekerjaan seperti *Social Media Specialist/Strategist, Content Writer, Graphic Designer, dan Digital Marketing* paling sering muncul sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis profesi tersebut banyak dibutuhkan oleh perusahaan di Indonesia (www.jobstreet.co.id).

Peneliti melakukan *indept interview* kepada 5 orang karyawan milenial dengan profesi yang berhubungan dengan situs jejaring sosial yaitu *Content Writer, Graphic Designer, Social Media Specialist* dan *Digital Marketing*. Karyawan pertama yang peneliti interview bekerja sebagai *Content Writer* di sebuah perusahaan kreatif agensi di Jakarta selama 2 tahun, karyawan kedua bekerja sebagai *Graphic Designer* di sebuah perusahaan *Event Organizer* di Jakarta selama 4 tahun, karyawan ketiga merupakan *Social Media Specialist* disalah satu lokal *brand* berdomisil Bekasi dan terakhir karyawan keempat bekerja sebagai *Digital Marketing* di salah satu perusahaan jasa di Jakarta. Interview dilakukan oleh peneliti kepada responden melalui telepon pada tanggal 27 Februari 2020 selama sekitar 30 menit. Berdasarkan hasil interview diketahui bahwa rata-rata penggunaan situs jejaring sosial selama bekerja adalah diatas 2 jam secara berkala. Masing-masing dari mereka menyatakan bahwa kemudahan akses situs jejaring sosial sangat membantu dalam pencarian referensi dan inspirasi kreatif untuk menyelesaikan pekerjaan harian mereka. Situs jejaring sosial juga bisa dijadikan

salah satu media hiburan ketika penat dengan tugas kantor. Berdasarkan hasil interview tersebut maka dapat dikatakan bahwa penggunaan situs jejaring sosial membantu kinerja dan memberikan kepuasan kerja pada karyawan.

Kepuasan kerja atau *job satisfaction* dapat didefinisikan sebagai perasaan menyenangkan atau positif yang dihasilkan dari suatu pekerjaan atau evaluasi pengalaman kerja oleh karyawan (Zhang et al., 2018). Sedangkan kinerja atau *job performance* merupakan hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan tertentu untuk dapat mencapai tujuan yang disebut juga sebagai standard pekerjaan (Bangun, 2012). Berdasarkan hasil *indepth* interview kepada 5 orang karyawan dengan profesi *Content Writer*, *Graphic Designer*, *Social Media Specialist* dan *Digital Marketing*, penggunaan berbagai aplikasi situs jejaring sosial dapat membantu mereka dalam berbagi pengetahuan, pencarian informasi, inspirasi, pemecahan masalah, kolaborasi dan komunikasi dalam organisasi. Masing-masing dari mereka menyatakan bahwa situs jejaring sosial dapat membantu meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja dikarenakan kemudahan pencarian informasi untuk pekerjaannya sehari-hari.

Menurut Robbins & Judge (2016) komitmen organisasi merupakan suatu keadaan dimana karyawan memihak kepada perusahaan tertentu dan tujuannya serta berniat memelihara keanggotaannya dalam perusahaan itu. Hasil survei terbatas yang dilakukan Deloitte Indonesia pada tahun 2019 kepada responden milenial mengungkapkan bahwa mereka yang ingin bekerja selama satu tahun saja di satu perusahaan relatif cukup kecil, yakni sebesar 5%, dibandingkan dengan 40,8% responden milenial yang mengatakan bahwa rentang waktu ideal mereka

untuk bekerja di suatu tempat adalah 3-5 tahun, dan 20% mengatakan 1-2 tahun. Hal ini menyatakan bahwa apabila perusahaan dapat membantu karyawan milenial mencapai harapan-harapan kerja, generasi milenial sebetulnya memiliki komitmen organisasi yang cukup tinggi (www2.deloitte.com). Hal ini didukung oleh hasil *indepth interview* dengan 5 orang karyawan dengan profesi *Content Writer*, *Graphic Designer*, *Social Media Specialist* dan *Digital Marketing* yang masing-masing dari mereka menyatakan berniat untuk menghabiskan sisa karir di perusahaan tempat mereka bekerja apabila merasa cocok dengan budaya organisasi, terdapat kesempatan bagi mereka untuk berkembang dan perusahaan dapat memenuhi harapan-harapan mereka dalam peningkatan karir.

Penelitian yang dilakukan oleh Moqbel & Aftab (2015) pada pekerja di Pakistan menyatakan bahwa intensitas penggunaan situs jejaring sosial (*social networking sites use intensity*) memiliki efek negatif terhadap kinerja (*job performance*) namun memiliki efek positif terhadap kepuasan kerja (*job satisfaction*) dan komitmen organisasi (*organizational commitment*). Berdasarkan uraian teori dan fenomena diatas penulis akan melakukan penelitian tentang sejauh mana pengaruh penggunaan situs jejaring sosial oleh karyawan milenial dengan profesi yang berhubungan dengan situs jejaring sosial, yaitu *Social Media Specialist/Strategist*, *Content Writer*, *Graphic Designer* dan *Digital Marketing* terhadap kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kinerja. Selanjutnya akan diwujudkan dalam penelitian skripsi dengan judul **“PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL OLEH KARYAWAN**

TERHADAP *JOB PERFORMANCE*. (Studi Pada Generasi Milenial di Jabodetabek)”.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Moqbel & Aftab (2015). Dikarenakan luasnya ruang lingkup pembahasan yang harus di kaji, maka pembatasan terhadap ruang lingkup penelitian perlu dilakukan agar pembahasan menjadi lebih fokus dan terarah. Variabel independen yang ada didalam penelitian ini adalah *social networking sites use intensity* sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *job performance*. Lalu variabel *job satisfaction* dan *organizational commitment* sebagai variabel *intervening* penghubung terkait dengan variabel independen dengan variabel dependen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada objek penelitian, yaitu pada karyawan generasi milenial berusia 20 – 40 tahun. Generasi milenial dipilih karena merupakan generasi dengan usia produktif dan 2 per 3 generasi ini masuk kedalam angkatan kerja (Badan Pusat Statistik, 2018). Selanjutnya untuk jenis pekerjaan harus berhubungan dengan situs jejaring sosial yaitu *Social Media Specialist/Strategist, Content Writer, Graphic Designer*, dan *Digital Marketing*. Pekerjaan ini dipilih berdasarkan artikel mengenai jenis profesi yang menggunakan sosial media oleh Lifepal Indonesia pada 12 Agustus 2019 (www.lifepal.co.id). Peneliti juga melakukan pencarian dengan *keyword* "sosial media" melalui halaman lowongan kerja Jobstreet Indonesia dan diketahui bahwa *Social Media Specialist/Strategist, Content Writer, Graphic Designer*, dan *Digital*

Marketing merupakan profesi yang paling sering muncul sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis profesi tersebut banyak dibutuhkan oleh perusahaan di Indonesia (www.jobstreet.co.id). Wilayah penelitian yaitu karyawan yang berdomisili di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Batasan wilayah dan objek penelitian ini diharapkan dapat membuat penelitian menjadi akurat dan signifikan.

1.3 Identifikasi Masalah

Fenomena penggunaan situs jejaring sosial di era teknologi informasi saat ini merupakan hal yang lazim dan menjadi kebutuhan pokok bagi kebanyakan orang. Tujuan penggunaannya pun bermacam-macam, baik untuk sekedar hiburan, bersosialisasi, berbagi opini, pencarian informasi maupun untuk pekerjaan. Dikarenakan relevansi dan kemudahannya, situs jejaring sosial juga banyak digunakan oleh karyawan saat bekerja.

Belum banyak perusahaan yang menyadari dampak penggunaan situs jejaring sosial pribadi ditempat kerja terhadap perilaku karyawan. Apabila tidak ada peraturan atau batasan terhadap situs-situs ini dikhawatirkan akan menjadi sumber pemborosan waktu dan mengurangi kinerja. Namun, penggunaan situs jejaring sosial juga dapat memberikan efek positif terhadap karyawan sebagai media hiburan, pencarian inspirasi dan informasi terkini, juga sebagai fasilitas yang dapat membantu karyawan tetap bersosialisasi dengan teman dan keluarga. Kemudahan penggunaan situs jejaring sosial ditempat kerja dapat membantu menambahkan kepuasan kerja karyawan (*job satisfaction*), yang diharapkan dapat mempengaruhi

komitmen organisasi (*organizational commitment*) dan kinerja karyawan (*job performance*).

1.4 Rumusan Masalah

Secara garis besar penelitian ini diharapkan menjawab permasalahan akan pentingnya dilakukan penelitian lebih lanjut atas model yang diajukan oleh Moqbel & Aftab (2015) dengan *organizational commitment* dan *job satisfaction* sebagai mediator terhadap pengaruh *social networking sites use intensity* terhadap *job performance*. Dalam penelitian ini akan diajukan sejumlah pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *social networking site use intensity* berpengaruh positif terhadap *job performance*?
2. Apakah *social networking site use intensity* berpengaruh positif terhadap *job satisfaction*?
3. Apakah *job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *job performance*?
4. Apakah *job satisfaction* berpengaruh positif terhadap *organizational commitment*?
5. Apakah *organizational commitment* berpengaruh positif terhadap *job performance*?
6. Apakah *social networking site use intensity* berpengaruh positif terhadap *organizational commitment*?

1.5 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan agar penelitian menjadi lebih spesifik dan terarah. Berikut pembatasannya berdasarkan ruang lingkup penelitian yaitu:

1. Penelitian ini berfokus pada karyawan generasi milenial berusia 20 – 40 tahun.
2. Objek penelitian harus pengguna aktif situs jejaring sosial.
3. Profesi objek penelitian harus berhubungan dengan situs jejaring sosial yaitu *Social Media Specialist/Strategist, Content Writer, Graphic Designer, dan Digital Marketing*.
4. Penelitian ini hanya dilakukan pada karyawan milenial yang berdomisili di Jabodetabek.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki sejumlah tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh positif *social networking site use intensity* terhadap *job performance*.
2. Menganalisis pengaruh positif *social networking site use intensity* terhadap *job satisfaction*.
3. Menganalisis pengaruh positif *job satisfaction* terhadap *job performance*.
4. Menganalisis pengaruh positif *job satisfaction* terhadap *organizational commitment*.

5. Menganalisis pengaruh positif *organizational commitment* terhadap *job performance*.
6. Menganalisis pengaruh positif *social networking site use intensity* terhadap *organizational commitment*.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dalam bidang sumber daya manusia atau manfaat secara akademis, akan tetapi juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia praktis atau perusahaan melalui implikasi manajerial yang akan dibahas lebih lanjut pada bagian akhir laporan penelitian.

1. Manfaat Penulis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menambahkan ilmu pengetahuan bagi peneliti, serta dapat membuktikan teori-teori mengenai *Social networking sites use intensity* melalui *job satisfaction* dan *organizational commitment* terhadap *job performance*.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen sumber daya manusia. Secara spesifik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang pengaruh penggunaan situs jejaring sosial oleh anggota organisasi dan pengaruhnya terhadap kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan kinerja karyawan. Lebih jauh lagi, melalui penelitian ini diharapkan ada tambahan kontribusi akademis berupa bukti

mengenai pengaruh penggunaan situs jejaring sosial di jam kerja dan antisipasi yang dapat dilakukan oleh manajemen pada konteks karyawan Indonesia khususnya daerah Jabodetabek yang mungkin belum begitu banyak dijumpai pada khasanah publikasi ilmiah internasional.

3. Bagi Praktisi

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada kalangan praktisi bisnis mengenai pengaruh penggunaan jejaring sosial ditempat kerja oleh karyawan terhadap kepuasan, komitmen dan kinerja. Perusahaan dapat menetapkan regulasi mengenai keleluasaan karyawan dalam mengakses media *online* selama jam kerja dan membentuk strategi-strategi tertentu untuk memanfaatkan media tersebut secara efisien.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang tentang situs jejaring sosial dan generasi milenial, ruang lingkup masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan mengenai teori – teori yang terkait dengan pokok masalah, penelitian terdahulu yang mendasari teori dan juga kerangka penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai pemilihan objek penelitian, data yang akan diolah, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan Teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV Analisa dan Pembahasan

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, serta melakukan pembahasan hasil penelitian, dan mengembangkan dari hasil pengujian yang dikaitkan dengan teori.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan akhir dari penelitian yang menyajikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran – saran kepada pihak yang terkait. Bab ini juga akan menjelaskan tentang keterbatasan dalam penelitian ini.