

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah banyak aspek dalam kehidupan manusia, termasuk dalam dunia kerja. Salah satu perubahan signifikan terjadi dalam cara organisasi berkomunikasi dan berinteraksi, baik secara internal maupun eksternal. Media sosial sebagai bagian dari teknologi internet telah menjadi sarana penting dalam mendukung komunikasi organisasi. Tidak hanya terbatas pada komunikasi antar karyawan, tetapi juga untuk memperkuat komunikasi organisasi dengan berbagai pihak eksternal (Mangold & Faulds, 2009, hlm. 358).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, khususnya dalam penggunaan media sosial, telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kerja. Penggunaan media sosial sebagai salah satu alat komunikasi dalam organisasi berbasis internet semakin marak digunakan untuk mendukung kinerja organisasi dan meningkatkan efektivitas komunikasi antara karyawan. PT. Sari Ater Hot Springs Ciater, sebagai salah satu perusahaan besar di industri pariwisata, juga menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi, terutama dalam menghadapi perbedaan generasi di tempat kerja (Sutanto, 2019. hlm.35).

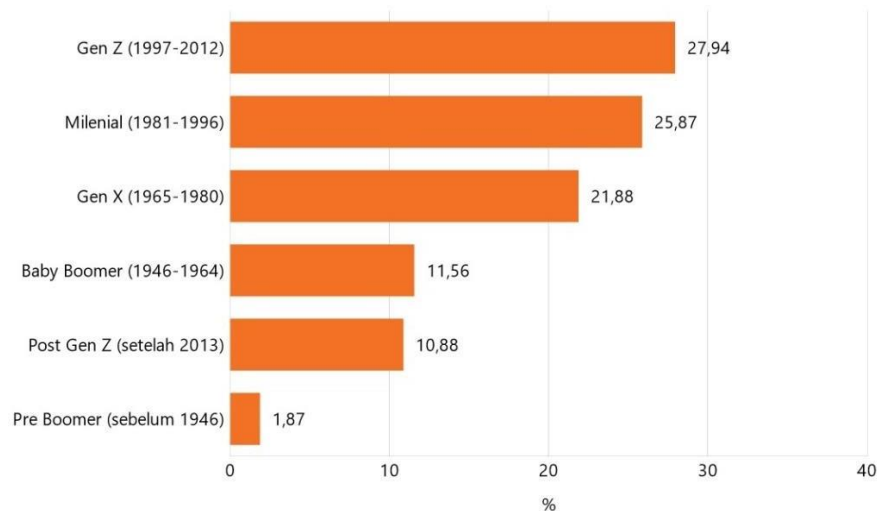
Di era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam komunikasi, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial, tetapi juga sebagai medium efektif untuk komunikasi organisasi. PT Sari Ater Hot Springs Ciater, sebagai perusahaan yang bergerak di sektor pariwisata, menghadapi tantangan untuk mempertahankan kinerja karyawan yang optimal di tengah perubahan teknologi yang terus berkembang. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana organisasi dapat memanfaatkan teknologi media sosial berbasis internet secara efektif untuk meningkatkan komunikasi dan kinerja karyawan, terutama di lingkungan lintas generasi. (Pratama, 2021, hlm. 45)

Penggunaan media sosial di tempat kerja memungkinkan komunikasi yang lebih cepat, efisien, dan fleksibel, yang dapat berdampak positif terhadap produktivitas karyawan. Namun, efektivitas media sosial dalam komunikasi organisasi juga sangat dipengaruhi oleh perbedaan generasi di antara karyawan. PT Sari Ater Hot Springs Ciater memiliki beragam karyawan dari generasi Baby Boomer, Gen X, Gen Y, hingga Gen Z, yang masing-masing memiliki preferensi, gaya kerja, dan cara berkomunikasi yang berbeda. Lintas generasi ini menimbulkan tantangan dalam menjaga konsistensi dan efektivitas komunikasi organisasi yang berbasis internet. (Santoso, 2022, hlm. 78)

Komunikasi yang baik dalam organisasi adalah kunci untuk meningkatkan kinerja karyawan, baik dalam hal produktivitas, kolaborasi, maupun kepuasan kerja. Dengan semakin maraknya penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan platform komunikasi berbasis internet lainnya seperti Zoom Meeting, muncul pertanyaan komunikasi organisasi berbasis internet ini dapat meningkatkan kinerja karyawan secara menyeluruh, terutama di antara berbagai generasi yang bekerja di perusahaan. (Rahmawati, 2023, hlm. 102)

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana efektivitas media sosial dalam komunikasi organisasi berbasis internet dapat memengaruhi kinerja karyawan lintas generasi di PT Sari Ater Hot Springs Ciater. Dengan memahami pengaruh ini, diharapkan perusahaan dapat mengadopsi strategi komunikasi yang lebih efektif dan meningkatkan kinerja keseluruhan karyawan.

Pengelompokan generasi ini muncul didalam dunia kerja berdasarkan dari sumber daya manusia. Penelitian terkait generasi milenial pertama kali dilakukan oleh Manheim (Budiati, 2018), yang mengatakan bahwa generasi adalah konstruksi sosial yang didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki umur serta pengalaman historis yang sama. Milenial memiliki kemampuan bawaan untuk menguasai teknologi, seperti kemampuan multitasking dalam penggunaan perangkat digital. Kemajuan teknologi kian hadir untuk memudahkan komunikasi melalui gawai. Media komunikasi gawai ini telah menjadi sebuah kebutuhan mendasar pada era digital, untuk melakukan koneksi komunikasi dari jarak jauh dibandingkan dengan penggunaan pos yang memerlukan waktu jauh lebih lama dalam penyampaian pesan (Nasrullah, 2014).



Gambar 1. 1
Presentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi Pada Tahun 2020

Source: (by databoks) Katadata Media Network

Penelitian ini berfokus pada kinerja karyawan yang melek terhadap teknologi dan media namun persepsi antara Generasi milenial dan Generasi Z mengenai tujuan bekerja dan pemaknaan loyalitas dalam bekerja juga ikut andil karena teknologi pada tahun 2024 sangat berkembang pesat. Penelitian ini akan melihat dari sisi komunikasi internal dari suatu Perusahaan untuk membangun komitmen generasi milenial di Perusahaan ini. Menurut Carlson (2009), generasi milenial adalah yang lahir pada rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Sedangkan apabila didasarkan pada Generation Theory yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial itu adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai 2000. Fenomena generasi milenial di tempat kerja, menarik untuk diteliti karena adanya karakteristik yang unik pada generasi milenial yaitu ditandai dengan peningkatan penggunaan dan keakraban komunikasi, media, serta teknologi digital, serta memilih menggunakan ponsel pintar (Widioatmodjo & Onasie, 2021). Melalui smartphone, para generasi milenial ini dapat menjadi seorang individu yang lebih produktif dan efisien. Generasi milenial juga memiliki sebuah ciri-ciri yaitu kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif (Widioatmodjo & Onasie, 2021). Generasi milenial juga mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan zaman serta teknologi media yang kian mutakhir (Myers & Sadaghiani, 2010).

PT Sari Ater Hot Springs Ciater merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata, khususnya di bidang sumber daya alam panas bumi dan air panas. Perusahaan ini berlokasi di Ciater, Subang, Jawa Barat, Indonesia. Sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di wilayah tersebut, PT Sari Ater Hot Springs Ciater memiliki banyak karyawan dari berbagai latar belakang, termasuk generasi milenial. Dalam upaya memahami bagaimana komunikasi organisasi berjalan di perusahaan ini, penting untuk mengkaji bagaimana generasi milenial memanfaatkan teknologi internet dalam interaksi dan pertukaran informasi di lingkungan kerja.

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, telah mengubah paradigma komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di dunia kerja. PT Sari Ater Hot Springs Ciater, sebagai perusahaan yang beroperasi dalam industri pariwisata, tidak terlepas dari dampak perkembangan tersebut. Generasi milenial, yang merupakan generasi yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, memainkan peran kunci dalam perubahan ini. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sudah dikuasai oleh teknologi internet dan media sosial, sehingga memiliki pola komunikasi yang berbeda dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian tentang dinamika komunikasi organisasi pada generasi milenial berbasis internet di PT Sari Ater Hot Springs Ciater menjadi penting untuk dilakukan guna memahami cara kerja komunikasi di perusahaan tersebut.

Dari segi Pendidikan, generasi milenial juga mempunyai kualitas yang lebih unggul. Hal ini juga ditandai dengan minat mereka untuk melanjutkan Pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan Pendidikan merupakan sebuah prioritas yang utama (Lestari & Dwijayanti, 2020). Berbeda halnya dengan Generasi Z yang lebih mengutamakan pengalaman dibandingkan dengan Pendidikan. Pola pikir yang terbuka, kritis, bebas dan berani dalam mengambil sebuah Keputusan adalah suatu modal yang sangat berharga. Penguasaan dalam bidang teknologi dan informasi turut menumbuhkan sebuah peluang dan kesempatan berinovasi (Briandana, Meiwanto Doktoralina, et al., 2020).

PT Sari Ater Hot Springs Ciater merupakan salah satu perusahaan perhotelan dan pemandian air panas ternama di Indonesia. Di era digital ini, PT Sari Ater Hot Springs Ciater dihadapkan dengan dinamika komunikasi organisasi

yang semakin kompleks, terutama dengan hadirnya generasi Milenial sebagai karyawan yang mendominasi angkatan kerja. Generasi Milenial dikenal dengan karakteristiknya yang terbiasa berkomunikasi dan bertukar informasi melalui internet. Hal ini memicu perubahan pola komunikasi organisasi tradisional menjadi berbasis internet. (Wijaya, 2020, hlm. 56)

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika komunikasi organisasi pada kinerja karyawan berbasis internet melalui adanya komitmen organisasi di PT Sari Ater Hot Springs Ciater. Karena setahun belakangan para karyawan cenderung mengalami penurunan semangat dalam bekerja. Ditandai dengan penurunan ketidakhadiran karyawan dalam bekerja serta penggunaan media sosial yang terlalu sering. Memahami bagaimana kinerja karyawan menggunakan internet untuk berkomunikasi dalam organisasi, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi efektivitas dan efisiensi komunikasi organisasi. Berdasarkan penelitian dan fenomena yang terjadi maka peneliti merasa perlu melaksanakan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Berbasis Internet Melalui Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater Subang”.

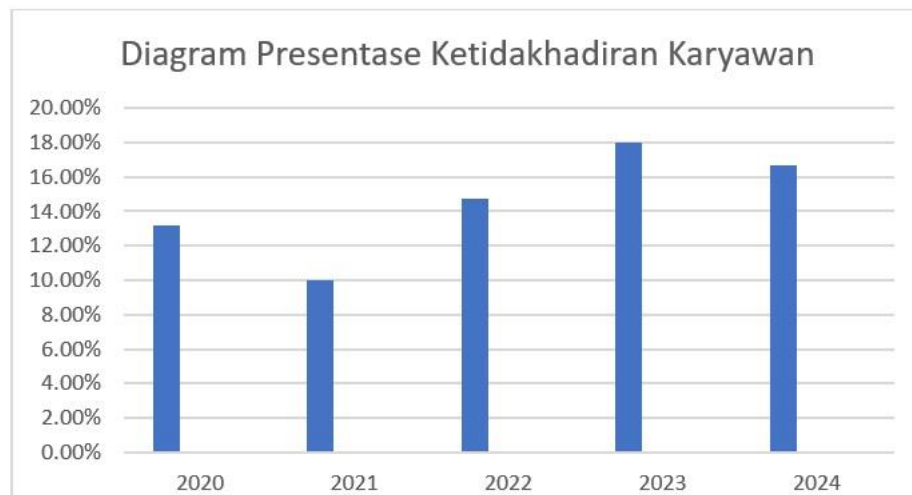
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Merujuk kepada latar belakang masalah, penyusun mengidentifikasi masalah dari masing-masing variabel. Identifikasi penelitian dari perkembangan Teknologi dan Media Sosial untuk saat ini teknologi informasi dan komunikasi, telah berkembang pesat dan menjadi alat penting dalam komunikasi organisasi. Kinerja Karyawan Lintas Generasi pada PT Sari Ater Hot Springs Ciater memiliki karyawan dari berbagai generasi yang berbeda (Baby Boomers, Generasi X, Generasi Y/Millennials, dan Generasi Z), yang memiliki cara kerja dan preferensi komunikasi yang berbeda. Dalam pekerjaan cenderung mengalami tingkat kemunduran dikarenakan komitmen organisasi yang di bangun masih belum terlaksanakan. Imbasnya Kinerja karyawan masih belum bisa berjalan secara efektif.

Tabel 1. 1
Data Ketidakhadiran Karyawan Tahun 2020 - 2024

Tahun	Jumlah Karyawan yang Hadir	Hari Efektif Bekerja	Presentase Kehadiran	Jumlah Karyawan yang tidak hadir				Jumlah Ketidakhadiran pertahun	Jumlah Ketidakhadiran perbulan	Presentase ketidakhadiran
				Alfa	Izin	Cuti	Resign			
2020	1302	260	86.8%	50	60	70	18	990	82	13.2%
2021	1350	250	90%	40	50	50	10	750	62	10%
2022	1280	250	85.3%	60	70	80	10	1100	92	14.7%
2023	1230	240	82%	70	80	90	30	1350	112	18%
2024	1250	250	83.3%	60	80	90	20	1250	104	16.7%

Sumber : Bagian Divisi Human Resource Development (HRD)



Gambar 1. 2
Diagram Presentase Ketidakhadiran Karyawan

Sumber: Bagian Divisi Human Resource Development (HRD)

Media sosial digunakan untuk mengatasi permasalahan dari kinerja karyawan dengan menggunakan Teori dari studi Jeffrey W. Treem dan Paul M. Leonardi mengenai Visabilitas, ketekunan, kemampuan edit, dan asosiasi guna memperbaiki permasalahan kinerja karyawan yang hanya cukup dengan melalui Sosial Media.

Standar Sasaran Kinerja Baik: Standar kinerja karyawan yang dinyatakan baik adalah mencapai nilai minimal 85%.

Tabel 1. 2
Nilai sasaran Kinerja Karyawan (2020 – 2023)

Tahun	Standar Sasaran Kinerja (Baik)	Nilai Rata-rata Karyawan
2020	85%	83%
2021	85%	84%
2022	85%	82%
2023	85%	81%

Sumber: Bagian Divisi Human Resource Development (HRD)

Nilai Rata-rata Karyawan: Nilai yang dicapai oleh karyawan setiap tahun, rata-rata di bawah atau mendekati standar yang baik.

Tabel 1. 3
Jumlah Capaian Target per Unit Wisata (2020 – 2023)

Unit Wisata	Target	Capaian (2020)	Capaian (2021)	Capaian (2022)	Capaian (2023)
Kolam Pemandian	100%	92%	95%	91%	90%
Outbond	100%	85%	88%	84%	82%
Restoran	100%	87%	89%	86%	85%
Penginapan (Hotel, Camping Area, Bungalow)	100%	90%	92%	88%	87%
Dayang Sumbi Hall	100%	89%	90%	87%	86%

Sumber: Bagian Divisi Human Resource Development (HRD)

Capaian Target per Unit Wisata: Persentase capaian dari target yang ditetapkan pada berbagai unit wisata di Sari Ater, seperti kolam pemandian, restoran, penginapan, dan lain-lain. Capaian target ini bervariasi, tetapi secara umum cenderung menurun, terutama di tahun 2023.

Tabel 1. 4
Total Jumlah Karyawan PT. Sari Ater Hot Springs Ciater

No	Departemen	Pria	Wanita	Total
1	Chief Accounting	10	15	25
2	Human Resources Manager	5	8	13
3	Food & Beverage Manager	45	25	70
4	General Affairs Manager	7	12	19
5	PP & D Manager	6	5	11
6	Chief Engineering	50	5	55
7	Sales & Marketing Manager	30	25	55
8	Pjs Recreation Manager	8	10	18
9	Purchasing Manager	10	8	18
10	Recreation Site Manager	20	15	35
11	Sport & Leisure Manager	30	20	50
12	Banquet & Conv. Sales Manager	25	18	43
13	Executive House Keeper	15	30	45
14	Sous Chef	40	10	50
15	Chief Security	60	8	68
16	Service Manager	20	15	35
17	Front Office Manager	12	20	32
18	Project & Development Manager	40	30	70
Total		433	824	1257

Sumber: Bagian Divisi Human Resource Development (HRD)

Tabel 1. 5
Hasil Pra Survey Tingkat Kepuasan Karyawan Terhadap Kinerja

Kategori Kepuasan	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
Puas	258	30.2%
Tidak Puas	409	47.9%
Netral	186	21.9%
Total	853	100%

Sumber : Bagian Divisi Human Resource Development (Data diolah Penulis)

Dari 1.257 karyawan yang disurvei, hanya sekitar 853 karyawan yang mengisi hak angket survei melalui google form, sebanyak 258 karyawan atau 30.2% merasa puas dengan kinerja mereka di perusahaan. Ini menunjukkan bahwa ada sebagian karyawan yang merasa bahwa kondisi kerja dan komunikasi dalam organisasi cukup mendukung pencapaian kinerja yang optimal.

Sebanyak 409 karyawan atau 47.9% mengaku tidak puas dengan kinerja mereka. Hal ini menunjukkan adanya masalah yang signifikan dalam lingkungan kerja, seperti kurangnya komunikasi yang efektif atau hambatan lain yang menyebabkan karyawan tidak dapat bekerja dengan baik. Kategori ini perlu mendapatkan perhatian khusus, karena mayoritas karyawan berada dalam kategori ini.

Sebanyak 186 karyawan atau 21.9% memilih jawaban netral, yang menunjukkan bahwa mereka tidak merasa sangat puas ataupun tidak puas dengan kinerja mereka. Karyawan ini mungkin merasa bahwa kinerja mereka berada pada tingkat yang biasa saja, tidak terlalu baik, namun juga tidak mengalami banyak masalah.

Hasil pra-survei ini menunjukkan bahwa mayoritas karyawan, yaitu 47.9%, merasa tidak puas dengan kinerja mereka di perusahaan. Hal ini dapat dihubungkan dengan berbagai faktor, termasuk efektivitas komunikasi organisasi dan komitmen karyawan terhadap perusahaan. Diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor spesifik yang menyebabkan ketidakpuasan ini, serta langkah-langkah yang dapat diambil perusahaan untuk meningkatkan kinerja karyawan secara keseluruhan.

Penggunaan teknologi internet dan media sosial dapat memengaruhi aliran informasi di antara karyawan. Namun, belum dipahami sejauh mana hal ini memengaruhi aliran informasi di dalam organisasi dan dampaknya terhadap kerjasama dan produktivitas. merujuk pada studi Jeffrey W. Treem dan Paul M. Leonardi (2012) mengenai empat kemampuan atau kelayakan yang relatif konsisten dari media sosial yaitu:

1. *Visibility* (visabilitas): Media sosial meningkatkan visibilitas informasi dalam organisasi, memungkinkan akses yang lebih mudah dan transparansi informasi antar karyawan.
2. *Persistence* (ketekunan): Informasi yang dipublikasikan melalui media sosial tetap ada dan dapat diakses kembali, memberikan referensi yang berkelanjutan.
3. *Editability* (kemampuan edit): Media sosial memungkinkan pembaruan dan penyuntingan informasi secara dinamis, mendukung kolaborasi dan perbaikan berkelanjutan.

4. *Association* (asosiasi): Media sosial memungkinkan pembentukan jaringan dan hubungan antar karyawan, mendukung kolaborasi dan komunikasi yang lebih efektif.

Terdapat faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat menghambat efektivitas komunikasi organisasi pada generasi milenial di PT Sari Ater Hot Springs Ciater. Namun, belum ada pemahaman yang cukup tentang faktor-faktor ini dan bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut.

1. Perbedaan Generasi: Perbedaan preferensi dan kemampuan dalam penggunaan teknologi media sosial di antara karyawan dari berbagai generasi.
2. Efektivitas Komunikasi: Mengukur seberapa efektif media sosial dalam meningkatkan komunikasi dan kolaborasi dalam organisasi.
3. Kinerja Karyawan: Menilai pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja karyawan di berbagai generasi.

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas mengenai para karyawan yang hanya mampu menggunakan internet dan media sosial sebagai alat utama komunikasi tetapi belum jelas dalam pola komunikasi organisasi yang kian berubah. Aliran informasi dari karyawan yang serta merta mempengaruhi terhadap produktivitas, maka rumusan masalah yang di perhatikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran efektivitas komunikasi organisasi, tingkat komitmen organisasi dan tingkat kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater?
2. Bagaimana pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater?
3. Bagaimana pengaruh komunikasi organisasi terhadap komitmen organisasi di PT Sari Ater Hot Springs Ciater?
4. Bagaimana pengaruh komitmen terhadap kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater?
5. Apakah komitmen organisasi memediasi pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater?

Dengan merumuskan beberapa masalah ini diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait dinamika komunikasi organisasi di PT Sari Ater Hot Springs Ciater.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan pemahaman mendalam tentang hubungan antara komunikasi organisasi, komitmen organisasi, dan kinerja karyawan, serta sejauh mana komitmen organisasi dapat memediasi pengaruh komunikasi organisasi terhadap peningkatan kinerja di perusahaan tersebut. Secara khusus tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis gambaran efektivitas komunikasi organisasi, tingkat komitmen organisasi, dan tingkat kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater.
2. Mengidentifikasi dan mengukur pengaruh komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater.
3. Mengukur pengaruh komunikasi organisasi terhadap tingkat komitmen organisasi di PT Sari Ater Hot Springs Ciater.
4. Menjelaskan pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater.
5. Menganalisis peran komitmen organisasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara komunikasi organisasi dan kinerja karyawan di PT Sari Ater Hot Springs Ciater.

1.4 Kegunaan Penelitian

Apabila tujuan penelitian ini tercapai dan rumusan masalahnya terjawab dengan sangat memuaskan, maka diharapkan penelitian ini mampu berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Pengembangan Teori Komunikasi Organisasi Berbasis Internet. Penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi organisasi berbasis internet dengan mengeksplorasi bagaimana media sosial mempengaruhi komunikasi internal dalam organisasi. Studi ini akan menambah literatur tentang efektivitas media sosial dalam mendukung komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks karyawan lintas generasi.
 - b. Penerapan Teori Media Sosial dalam Konteks Organisasi. Penelitian ini mengaplikasikan konsep-konsep dari studi Jeffrey W. Treem dan Paul M. Leonardi, khususnya mengenai visibilitas, ketekunan, kemampuan edit, dan asosiasi, dalam lingkungan organisasi nyata. Hasil penelitian ini dapat

digunakan untuk memvalidasi dan memperluas teori tentang kemampuan media sosial dalam memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi di tempat kerja.

- c. Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Kinerja Karyawan Lintas Generasi. Penelitian ini akan memberikan wawasan teoritis tentang bagaimana media sosial mempengaruhi kinerja karyawan dari berbagai generasi. Studi ini akan menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial dan perbedaan generasi, serta bagaimana setiap generasi merespons fitur-fitur media sosial dalam konteks pekerjaan.
- d. Kontekstualisasi Kemampuan Media Sosial dalam Organisasi. Dengan meneliti empat kemampuan media sosial (visibility, persistence, editability, dan association), penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana fitur-fitur ini diterapkan dan berpengaruh dalam setting organisasi. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman teoritis tentang bagaimana setiap kemampuan media sosial dapat dioptimalkan untuk meningkatkan komunikasi dan kolaborasi dalam organisasi.
- e. Pengembangan Strategi Komunikasi Berbasis Teknologi. Penelitian ini dapat memberikan dasar teoritis untuk pengembangan strategi komunikasi organisasi yang efektif dengan memanfaatkan teknologi media sosial. Studi ini akan memberikan kontribusi pada literatur tentang strategi komunikasi berbasis teknologi dan bagaimana strategi ini dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja organisasi.
- f. Peningkatan Literatur Manajemen dan Psikologi Organisasi. Penelitian ini akan berkontribusi pada bidang manajemen dan psikologi organisasi dengan mengeksplorasi pengaruh media sosial terhadap dinamika kerja dan kinerja karyawan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk studi-studi lanjutan di bidang manajemen, komunikasi organisasi, dan psikologi kerja.

2. Kegunaan Praktis

- a. Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Internal. PT Sari Ater Hot Springs Ciater dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan efektivitas komunikasi internal melalui media sosial, memastikan informasi

lebih mudah diakses dan lebih transparan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang visibility informasi, perusahaan dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efisien dan efektif.

- b. Memfasilitasi Kolaborasi Antar Generasi. Hasil penelitian ini akan memberikan panduan bagi perusahaan dalam mengelola perbedaan generasi dalam hal penggunaan media sosial untuk komunikasi dan kolaborasi. Perusahaan dapat mengembangkan program pelatihan khusus untuk setiap generasi guna mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam tugas sehari-hari.
- c. Optimalisasi Fitur Media Sosial. Dengan memahami kemampuan persistence, perusahaan dapat memastikan bahwa informasi penting selalu tersedia dan dapat diakses kembali oleh karyawan, meningkatkan efisiensi kerja. Editability memungkinkan pembaruan informasi secara real-time, yang dapat meningkatkan responsivitas dan adaptabilitas karyawan terhadap perubahan dan tuntutan pekerjaan
- d. Pengembangan Jaringan Internal. Dengan metode association yang ditingkatkan melalui media sosial, perusahaan dapat membangun jaringan internal yang lebih kuat, memfasilitasi kolaborasi dan kerjasama yang lebih baik antar departemen dan antar karyawan. Perusahaan dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun komunitas kerja yang lebih kohesif dan terhubung.
- e. Peningkatan Kinerja Karyawan. Penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan, dengan memberikan alat dan strategi yang sesuai untuk setiap generasi. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk merancang sistem penilaian dan penghargaan kinerja yang berbasis pada kontribusi yang terlihat melalui media sosial.
- f. Strategi Implementasi Media Sosial. Perusahaan dapat mengembangkan strategi implementasi media sosial yang lebih efektif berdasarkan temuan penelitian ini, memastikan bahwa setiap karyawan dapat memanfaatkan media sosial dengan optimal. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk

menyusun kebijakan dan prosedur penggunaan media sosial yang jelas dan mendukung tujuan organisasi.

- g. Mengatasi Tantangan Implementasi. Penelitian ini akan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam penggunaan media sosial untuk komunikasi organisasi dan memberikan solusi praktis untuk mengatasinya. Perusahaan dapat mengembangkan pendekatan yang lebih terstruktur dalam mengatasi resistensi terhadap perubahan dan perbedaan dalam adopsi teknologi di antara karyawan dari berbagai generasi.
- h. Pengembangan Program Pelatihan. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk merancang program pelatihan khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap generasi dalam penggunaan media sosial, memastikan peningkatan kompetensi digital secara merata di seluruh organisasi. Pelatihan ini dapat mencakup cara-cara efektif untuk menggunakan fitur-fitur media sosial seperti visibilitas, ketekunan, kemampuan edit, dan asosiasi untuk mendukung tugas dan tanggung jawab karyawan.