

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penerapan prinsip nondiskriminasi dalam hubungan kerja telah menjadi bagian penting dari regulasi ketenagakerjaan di Indonesia. Hal ini tercermin dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, yang dalam Pasal 5 dan Pasal 6 secara tegas menyatakan bahwa setiap tenaga kerja memiliki hak yang sama tanpa diskriminasi, serta menjamin perlakuan dan kesempatan kerja yang setara, termasuk berdasarkan jenis kelamin. Untuk mendukung pelaksanaan prinsip tersebut, pemerintah Indonesia telah meratifikasi Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang pelaksanaan SDGs yang memasukkan target SDG 8: pekerjaan layak & pertumbuhan ekonomi inklusif, serta SDG 5: kesetaraan gender ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Kebijakan ini tidak hanya menunjukkan komitmen hukum nasional terhadap nondiskriminasi, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam mewujudkan lingkungan kerja yang adil dan setara bagi laki-laki dan perempuan.

Penerapan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang menegaskan hak dan kesempatan kerja yang setara tanpa diskriminasi, telah memberikan kerangka hukum yang kuat bagi penguatan peran perempuan dalam dunia kerja. Dukungan regulasi ini secara bertahap tercermin dalam peningkatan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan, yang naik menjadi 54,5 % pada 2023, lebih tinggi dari tahun sebelumnya (BPS, 2023). Selain itu, Indeks Ketimpangan Gender Indonesia juga menunjukkan perbaikan, menurun dari 0,480 pada 2021 menjadi 0,447 pada 2023, menandakan kemajuan pada dimensi pendidikan, kesehatan, dan partisipasi ekonomi perempuan (BPS, 2023). Kemajuan ini turut diperkuat oleh strategi pembangunan nasional yang mengintegrasikan prinsip kesetaraan gender ke dalam RPJMN 2020-2024, yang selaras dengan komitmen Indonesia terhadap SDG 5 dan SDG 8 (Bappenas, 2020). Dengan fondasi kebijakan yang kuat ini, upaya mewujudkan lingkungan kerja yang inklusif dan setara kian memperoleh dukungan struktural yang konkret, memperluas kesempatan perempuan untuk berpartisipasi secara aktif dan setara dalam dunia kerja formal.

Salah satu contoh positif penerapan prinsip meritokrasi dalam organisasi dapat ditemukan di Vision Pictures, di bawah naungan PT. MNC Vision Networks Tbk. Meskipun jumlah karyawan laki-laki di Departemen Produksi lebih dominan, hal ini tidak menghalangi komitmen perusahaan untuk terus mendorong representasi perempuan secara lebih aktif melalui pengembangan sumber daya internal yang ada. Perusahaan menunjukkan itikad kuat untuk memberikan kesempatan yang setara kepada seluruh karyawan, baik laki-laki maupun perempuan, dengan menempatkan profesionalisme dan kompetensi sebagai dasar utama dalam proses rekrutmen, promosi, dan pengembangan karier. Dominasi jumlah laki-laki justru menjadi pemicu untuk lebih menggali potensi perempuan agar dapat mengambil peran strategis di dalam organisasi. Praktik ini sejalan dengan temuan Pereira & Gonçalves (2021) yang menyatakan bahwa meritokrasi yang dijalankan secara transparan dan didukung oleh komunikasi organisasi yang inklusif dapat memperkuat keterlibatan perempuan dalam proses pengambilan keputusan dan meningkatkan keseimbangan representasi di tempat kerja. Dalam hal ini, sistem komunikasi yang terbuka menjadi fondasi penting dalam membangun budaya kerja kolaboratif yang menghargai kontribusi seluruh karyawan tanpa memandang jenis kelamin.

Dari pra-riset yang dilaksanakan oleh peneliti secara langsung dengan dua orang informan dari Vision Pictures, Yudha dan Aldo. Yudha mengungkapkan bahwa untuk merealisasikan budaya kerja dan *teamwork* yang efektif diperlukan komunikasi organisasi yang baik bagi setiap karyawan yang ada di Vision Pictures, baik laki-laki maupun perempuan. Minssen (2006) menemukan bahwa semakin kompleks suatu tim dengan tantangan kerja tim dalam industri produksi, semakin besar pula kebutuhan akan komunikasi yang efektif. Karena kegagalan dalam membangun komunikasi yang baik dapat menyebabkan miskomunikasi dan ketidakefektifan dalam tim. Hal ini diterapkan dengan setiap adanya *project* yang memiliki penanggung jawab masing-masing tiap individunya dan Yudha sebagai lead dari tim Creative Development yang merupakan promotor dari setiap *project* dalam riset dan pengembangan (R&D) memastikan dan menerapkan komunikasi organisasi Vision Pictures berjalan dengan baik agar tercipta kolaborasi yang baik pula. Namun, Yudha juga merasakan bahwa di dalam Vision Pictures sangat membutuhkan keterhadiran keseimbangan antara karyawan laki-laki dan perempuan di dalamnya agar ketika membutuhkan pendapat yang bersifat teknis dapat merepresentasikan target audiens dari *project* atas

perbedaan kualifikasi laki-laki atau perempuan yang ada berdasarkan target pemasaran konten.

Sedangkan menurut Aldo, dalam proses pengembangan *project* dibutuhkan banyak perspektif salah satunya perspektif berdasarkan pandangan laki-laki dan perempuan. Karena pada kenyataannya, di dalam Vision Pictures dominasi keterhadiran laki-laki yang menyebabkan seringkali tim mereka mengajak diskusi dan meminta pendapat dari perempuan yang ada di divisi atau bahkan departemen lain karena terjadi ketidakseimbangan keterwakilan laki-laki dan perempuan dalam internal Vision Pictures. Sehingga tim Creative Development juga membuat program magang atau *internship* yang memiliki kriteria perempuan untuk kebutuhan riset dan pengembangan (R&D) *project* dari Vision Pictures sebagai solusi. Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, sejalan dengan peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa keseimbangan laki-laki dan perempuan dalam tim meningkatkan kinerja inovatif dan kreativitas dalam riset dan pengembangan (R&D), yang memperkuat kontribusi perempuan dalam kegiatan inti perusahaan (Turner, 2009). Hal ini mengungkapkan bahwa keseimbangan dalam tim dapat memiliki dampak positif yang signifikan terhadap inovasi dan kreativitas, khususnya di bidang riset dan pengembangan (R&D).

Di dalam perusahaan industri media dan hiburan yaitu PT. MNC Vision Networks Tbk memiliki layanan *Over-The-Top* (OTT) berlangganan dengan nama Vision+ (dibaca Vision Plus). Vision+ merupakan layanan *media streaming digital live TV* dan *Video On Demand* (VOD) milik MNC Group, di dalamnya terdapat PT. MNC Vision Networks Tbk yang menaungi Vision Pictures sebagai Departemen Produksi drama seri dan film untuk ditayangkan melalui aplikasi Vision+ yang merupakan bagian dari anak perusahaan Media Nusantara Citra (MNC) sebuah grup media terbesar dan terintegrasi di Asia Tenggara. Vision Pictures bertanggung jawab atas *original content production*, memahami kebutuhan klien, menghasilkan ide inovatif, dan mengembangkan konten menarik seperti film dan serial. Maka dari itu, Vision Pictures di bagi lagi menjadi beberapa divisi yaitu terdapat divisi tim Creative Development, Associate Producer, dan Talent Casting yang juga bekerja sama dengan tim produksi lainnya untuk memastikan kualitas konten dan melakukan revisi berdasarkan umpan balik. Dengan demikian, tiap divisi berperan penting dalam menciptakan konten berkualitas tinggi yang memenuhi ekspektasi pasar Vision Plus.

Namun, pada kenyataannya, meskipun setiap divisi di dalam Vision Pictures memiliki peran yang penting, tantangan dalam menciptakan konten berkualitas tinggi tetap ada. Vision Pictures terdiri dari head dan lead hingga director yang memimpin tim, struktur tersebut cukup kompleks dalam pembagian proporsi kinerja dalam sebuah Departemen Produksi yang dijelaskan pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Distribusi Jenis Kelamin Berdasarkan Jabatan di Organisasi

No	Jabatan	Jenis Kelamin	
1	Head of Content Production 1	Laki-laki	
2	Head of Content Production 2	Laki-laki	
3	Production Operation Dept. Head	Laki-laki	
4	Project Manager Officer (Secretary of Managing Director Vision+)	Perempuan	
5	Creative Development Lead	Laki-laki	
6	Creative Development Staff	Laki-laki	
7	Creative Development Staff	Laki-laki	
8	Associate Producer Staff	Laki-laki	
9	Associate Producer Staff	Laki-laki	
10	Talent Casting Director	Laki-laki	
11	Talent Casting Staff	Perempuan	
12	Talent Casting Staff	Perempuan	
13	Post-Production	Laki-laki	
Total		Laki-laki: 9	Perempuan: 3

Sumber: HR Dept. Vision+

Tanggung jawab tiap individu dalam kerja sama antar-tim harus saling melengkapi, dan hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam struktur fungsional karyawan di Vision Pictures. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Departemen Produksi adalah ketidakseimbangan keterwakilan antara karyawan laki-laki dan perempuan. Ketimpangan ini dalam komunikasi organisasi menunjukkan bahwa kebutuhan akan sumber daya manusia yang merata antara laki-laki dan perempuan masih menjadi isu yang perlu ditangani. Meskipun demikian, melalui komunikasi yang terbuka dan budaya kerja yang mendukung kolaborasi, kesetaraan

dalam distribusi tanggung jawab dan pola komunikasi dapat terus diperkuat. Penelitian oleh Ifitah & Puspitasari (2023) menunjukkan bahwa kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam organisasi sangat dipengaruhi oleh sistem komunikasi internal yang berimbang dan penghargaan terhadap peran masing-masing individu. Dengan memastikan bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki peran yang seimbang dalam tim, Vision Pictures mampu menjaga keberlangsungan kerja organisasi dan tetap beroperasi secara efektif hingga saat ini.

Meskipun budaya yang adil telah diterapkan dalam banyak perusahaan, dominasi laki-laki dalam sektor produksi masih menjadi fenomena yang sulit dihilangkan. Hal ini menunjukkan bahwa kesetaraan bukan hanya permasalahan regulasi, tetapi juga terkait dengan pola komunikasi dalam organisasi yang membentuk dan mempertahankan norma sosial tentang peran laki-laki dan perempuan. Pendekatan komunikasi organisasi menawarkan perspektif penting dalam memahami bagaimana struktur komunikasi, diskursus perusahaan, dan budaya komunikasi internal memengaruhi representasi antara laki-laki dan perempuan di tempat kerja. Dalam konteks industri media dan hiburan, bagaimana cara organisasi mengkomunikasikan budaya kesetaraan sangat menentukan efektivitas penerapannya. Jika kebijakan hanya dikomunikasikan sebagai formalitas tanpa perubahan dalam budaya komunikasi internal, maka bias gender dalam produksi akan tetap bertahan. Pendekatan komunikasi organisasi dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi strategi komunikasi dalam sektor produksi dan bagaimana perusahaan dapat menciptakan pola komunikasi lebih mendukung kesetaraan gender. Dengan meneliti strategi komunikasi internal perusahaan, baik dalam bentuk kebijakan, diskursus kepemimpinan, maupun interaksi sehari-hari antar karyawan dapat ditemukan cara untuk menanamkan budaya organisasi sehingga benar-benar inklusif dan adil bagi karyawannya.

Berdasarkan siaran pers Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA) menyatakan bahwa pada umumnya perempuan lebih termotivasi memasuki dunia kerja informal dengan pertimbangan jam kerja yang lebih fleksibel dan cepat untuk memperoleh pendapatan, ketimpangan ini terjadi karena kaum perempuan diusia kerja atau menikah harus meluangkan waktu untuk memenuhi tanggung jawab melakukan pekerjaan rumah tangga dan mengasuh anak. Dengan ini keterwakilan antara karyawan laki-laki dan perempuan dalam Departemen Produksi Vision Pictures menjadi fenomena yang dapat dikupas tuntas bagaimana penerapan

UU Ketenagakerjaan yang terjadi didalamnya. Karena pada penelitian sebelumnya oleh Mavin et al. (2010) menyoroti bagaimana representasi media yang membatasi peran perempuan dalam manajemen dan kepemimpinan memperkuat norma gender, menghalangi kesetaraan dalam pengembangan ide dan visi kreatif dalam organisasi media.

Dalam hal ini, Vision Pictures terus berbenah untuk memperbaiki ketidakseimbangan yang terjadi di dalam internal Departemen Produksi tersebut guna meningkatkan kualitas perancangan produksi yang dapat diciptakan melalui kesetaraan yang diaktivasi secara ideal. Bagaimana kinerja kualitas SDM berkontribusi berdasarkan kesetaraan laki-laki maupun perempuan yang memiliki kemampuan berbeda dan saling melengkapi ditinjau dari berbagai sudut pandang latar belakang jenis kelamin dalam pengembangan produksi sebuah konten dalam Departemen Produksi seperti Vision Pictures. Seperti yang dikutip dari komnasperempuan.go.id oleh Komnas Perempuan pada Hari Film Nasional dalam konferensi persnya yaitu, merekomendasikan organisasi/rumah produksi agar memproduksi sinetron-sinetron yang tak semata menghibur melainkan juga edukatif dan informatif. Dengan adanya kesetaraan gender yang diberlakukan di dalam internal tataran organisasi Vision Pictures juga dapat menciptakan konten edukatif serta informatif yang memiliki nilai kesetaraan gender dalam proses produksi di dalamnya.

Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada Vision Pictures, sebuah Departemen Produksi yang bergerak di industri media dan hiburan, untuk memahami bagaimana keterwakilan laki-laki dan perempuan yang terjadi dalam komunikasi organisasi dapat tetap menciptakan kesetaraan di dalamnya. Hal ini penting karena industri media dan hiburan sering kali dianggap progresif, tetapi masih memiliki tantangan dalam mewujudkan inklusivitas. Dengan menyoroti dinamika komunikasi organisasi antara laki-laki dan perempuan melalui studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi sistemik yang diterapkan sehingga ketidakseimbangan jumlah tersebut tidak menghambat efektivitas komunikasi. Penelitian ini sejalan dengan temuan Li et al. (2023), yang menyatakan bahwa komunikasi internal yang strategis mampu memberdayakan karyawan perempuan untuk menghadapi diskriminasi gender secara konstruktif, serta membangun persepsi keadilan dalam lingkungan kerja. Selain itu, Moser & Branscombe (2023) menunjukkan bahwa penyampaian pesan kesetaraan gender yang selaras antara komunikasi interpersonal dan kebijakan organisasi dapat

meningkatkan persepsi keadilan prosedural baik dari sisi laki-laki maupun perempuan. Oleh karena itu, analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pemahaman bagaimana komunikasi organisasi dapat berfungsi sebagai alat transformasional menuju keadilan ketenagakerjaan antara laki-laki dan perempuan.

Industri media dan hiburan termasuk Vision Pictures menawarkan peluang menarik untuk menerapkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan dalam konteks organisasi yang dinamis. Terlebih lagi, regulasi ini menekankan bahwa rekrutmen, pengembangan, dan promosi harus berdasarkan kemampuan dan kompetensi, bukan jenis kelamin, selaras dengan prinsip meritokrasi yang menjadi landasan UU. Penelitian oleh Rodríguez et al. (2023) menunjukkan bahwa organisasi dengan kebijakan HR yang inklusif terhadap keanekaragaman gender tidak hanya meningkatkan keadilan struktural, tetapi juga mendorong keberlanjutan organisasi melalui peningkatan kepercayaan dan kepuasan kerja. Selain itu, literatur di sektor media dan hiburan menyatakan bahwa standar formal yang jelas dan komunikasi terbuka (sejalan dengan ketentuan UU) dapat menekan prasangka gender dan memfasilitasi perempuan untuk mengambil peran aktif dalam tim produksi. Dengan sistem komunikasi yang transparan dan penilaian berbasis kompetensi, Vision Pictures menunjukkan kemajuan signifikan dalam menciptakan lingkungan kerja yang adil tanpa mengurangi efektivitas operasional. Analisis ini bertujuan mengungkap praktik komunikasi organisasi yang mencerminkan penerapan UU Ketenagakerjaan, serta memastikan bahwa ketidakseimbangan jumlah distribusi penempatan berdasarkan jenis kelamin tidak menghalangi peluang bagi perempuan.

Karena Vision Pictures merupakan Departemen Produksi bagian dari Vision+ yang dipimpin oleh Managing Director perempuan yaitu Ibu Clarissa Tanoesoedibjo. Dikutip dari orami.co.id, beliau adalah anak keempat dari CEO MNC Group Bapak Hary Tanoesoedibjo dan Ibu Liliana yang berkarier sebagai pebisnis dan saat ini menjabat sebagai direktur di Vision+, salah satu perusahaan keluarga di bawah naungan MNC Group. Kepemimpinan perempuan dalam perusahaan tersebut telah terbukti memberikan dampak positif terhadap kinerja organisasi, pengambilan keputusan, serta penerapan sistem meritokrasi. Ramirez (2019) menemukan bahwa pemimpin perempuan mampu meningkatkan performa organisasi melalui kebijakan berbasis meritokrasi yang lebih adil dan transparan, di mana keputusan didasarkan pada keterampilan dan kompetensi, bukan bias gender.

Namun, dalam kondisi lapangan Vision+ khususnya di Departemen Produksi Vision Pictures, secara sistem masih terdapat kendala dalam proses rekrutmen dan promosi karyawan. Meskipun perusahaan telah menerapkan prinsip meritokrasi dan jumlah pemimpin perempuan meningkat di berbagai sektor, karyawan laki-laki masih mendominasi di bidang produksi, sementara keterwakilan perempuan belum seimbang. Clarke et al. (2024) mengungkapkan bahwa sistem meritokrasi terkadang digunakan untuk mempertahankan struktur yang sudah ada, di mana baik pemimpin laki-laki maupun perempuan tidak selalu menyadari adanya ketimpangan representasi dalam organisasi. Untuk mengatasi dominasi tersebut dan membangun lingkungan kerja yang adil bagi seluruh karyawan, Vision Pictures mulai menerapkan berbagai strategi yang bersifat struktural, kultural, dan operasional. Pendekatan ini dirancang untuk membuka ruang yang lebih luas bagi karyawan perempuan dari sumber daya internal yang tersedia, dengan tetap mempertahankan prinsip objektivitas dan profesionalisme. Dengan cara ini, perusahaan berupaya memastikan bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki peluang yang seimbang dalam mengembangkan karier dan berpartisipasi aktif dalam proses organisasi.

Penelitian ini berupaya memahami implementasi Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan dalam praktik komunikasi organisasi, dengan menyoroti bagaimana interaksi, persepsi, dan dinamika komunikasi di lingkungan kerja dapat mencerminkan prinsip keadilan antara laki-laki dan perempuan. UU ini memberikan kerangka hukum yang tegas terhadap prinsip nondiskriminasi dan perlakuan yang adil bagi seluruh pekerja, yang jika dijalankan secara konsisten, dapat memperkuat hubungan kerja yang setara dan produktif. Dalam konteks ini, komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang sosial di mana relasi antarindividu terbentuk dan makna atas peran kerja dikonstruksikan. Gherardi (1994) dalam penelitiannya *The Gender We Think, The Gender We Do in Our Everyday Organizational Lives* menyatakan bahwa makna atas peran laki-laki dan perempuan dalam organisasi dibentuk melalui interaksi sehari-hari, sehingga dapat dikelola melalui pendekatan komunikasi yang adil dan reflektif terhadap keberagaman peran tersebut. Hal ini membuka peluang bagi organisasi untuk mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada secara berimbang, baik laki-laki maupun perempuan, dengan mendorong praktik komunikasi yang terbuka, serta kebijakan kerja yang menghargai kontribusi berdasarkan kapabilitas, bukan

berdasarkan jenis kelamin. Dengan menerapkan prinsip-prinsip UU Ketenagakerjaan secara utuh, organisasi dapat membangun sistem kerja yang profesional, adil, dan berorientasi pada pengembangan potensi seluruh karyawan.

Pada tataran internal organisasi, perbedaan peran antara laki-laki dan perempuan sering kali terbentuk melalui interaksi sehari-hari yang membentuk persepsi dan ekspektasi tertentu dalam struktur kerja. Namun, penerapan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan telah menjadi landasan penting dalam membangun komunikasi organisasi yang adil dan setara. UU ini menjamin perlakuan yang sama bagi setiap pekerja tanpa membedakan jenis kelamin, termasuk dalam proses rekrutmen, pengembangan karier, dan distribusi tugas. Penelitian oleh Iftitah & Puspitasari (2023) menunjukkan bahwa kebijakan tersebut membantu organisasi di Indonesia menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi antara laki-laki dan perempuan tanpa adanya diskriminasi. Hal ini didukung pula oleh Kurniawan & Khoirunnisa (2024), yang menemukan bahwa prinsip non-diskriminasi dalam UU ini efektif dalam mencegah pembatasan peluang kerja dan komunikasi hanya berdasarkan jenis kelamin. Dengan demikian, penerapan UU Ketenagakerjaan berperan besar dalam membentuk pola komunikasi organisasi yang lebih terbuka, setara, dan profesional bagi seluruh karyawan.

Isu kesetaraan antara tenaga kerja laki-laki dan perempuan dalam komunikasi organisasi kerap menjadi tantangan, khususnya dalam struktur yang masih merefleksikan preferensi terhadap gaya komunikasi tertentu. Namun, melalui penerapan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, berbagai organisasi di Indonesia mulai menunjukkan transformasi positif dalam menciptakan lingkungan kerja yang adil bagi seluruh karyawan. UU ini menekankan pentingnya memberikan kesempatan yang sama bagi laki-laki dan perempuan untuk mengakses pelatihan, pengembangan karier, dan posisi strategis tanpa diskriminasi berdasarkan jenis kelamin. Penelitian oleh Banjarani & Andreas (2019) mencatat bahwa penerapan UU ini telah mendorong perusahaan untuk mengembangkan kebijakan internal yang memperkuat kesetaraan, termasuk dalam sistem komunikasi dan pelaporan. Di sektor media dan hiburan, di mana laki-laki dan perempuan bekerja di berbagai divisi dan fungsi spesifik, kejelasan peran dan komunikasi dua arah menjadi penting untuk mendukung kolaborasi yang setara. Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang diatur dalam perundangan, perusahaan memiliki peluang besar untuk membangun budaya

kerja yang mendukung kontribusi karyawan tanpa memandang jenis kelamin, sehingga dinamika organisasi dapat berjalan lebih efektif dan adil.

Pentingnya kesetaraan antara tenaga kerja laki-laki dan perempuan dalam dunia kerja, terutama di sektor kreatif seperti media dan hiburan, menjadi bagian integral dari pembangunan organisasi modern yang inovatif dan kompetitif. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan memberikan dasar hukum untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi setara, di mana laki-laki dan perempuan memiliki peluang yang sama dalam pengembangan karier, tanpa diskriminasi berdasarkan jenis kelamin. Hal ini telah mendorong sejumlah organisasi untuk mengadopsi sistem komunikasi yang transparan dan berbasis kompetensi. Penelitian oleh Effendi dan Ratnasari (2018) menunjukkan bahwa penerapan prinsip kesetaraan dalam UU Ketenagakerjaan telah membawa dampak positif dalam meningkatkan partisipasi perempuan dan laki-laki secara seimbang di ruang kerja formal. Dalam praktiknya, kebijakan ini tidak hanya menciptakan keadilan struktural, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kualitas kerja melalui kolaborasi yang setara.

Kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam dunia kerja memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan organisasi, baik dalam hal peningkatan inovasi, kinerja tim, maupun keberlanjutan jangka panjang. Penelitian oleh Ifitah dan Puspitasari (2023) mengungkapkan bahwa organisasi yang memberikan kesempatan setara kepada laki-laki dan perempuan cenderung memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi serta kinerja kolektif yang lebih stabil. Hal ini didukung oleh temuan Kurniawan dan Khoirunnisa (2024), yang menekankan bahwa lingkungan kerja yang menghargai kontribusi tanpa membedakan jenis kelamin terbukti memperkuat efektivitas komunikasi dan pengambilan keputusan. Dengan demikian, memastikan keterlibatan aktif baik laki-laki maupun perempuan dalam setiap lapisan organisasi bukan hanya mencerminkan keadilan, tetapi juga strategi manajemen yang berorientasi pada hasil dan keberlanjutan. Kesetaraan ini pada akhirnya memperkuat reputasi organisasi sebagai tempat kerja yang progresif, terbuka, dan berdaya saing tinggi.

Perusahaan dapat mengakses perspektif yang lebih beragam, meningkatkan pengambilan keputusan, dan menciptakan nilai tambah dalam proses inovasi. Karena keberagaman gender hanya akan meningkatkan kreativitas jika iklim organisasi mendukung, menunjukkan bahwa kesetaraan gender harus disertai budaya inklusif

untuk memaksimalkan kapasitas inovasi (Cropley & Cropley, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa kesetaraan gender bukan hanya masalah etika, tetapi juga berkontribusi pada keunggulan kompetitif organisasi. Artinya, perusahaan tidak hanya meningkatkan potensi inovasi tetapi juga memperkuat posisi perempuan dalam peran-peran strategis, menjadikan keberagaman gender sebagai aset kritis untuk keberlanjutan dan keunggulan kompetitif perusahaan (Turner, 2009). Penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang mengatasi stigma negatif terhadap kesetaraan gender mampu meningkatkan keterwakilan perempuan di posisi strategis, memperbaiki dinamika kerja, dan mendorong kinerja perusahaan secara keseluruhan (Adams et al., 2021; Li et al., 2022). Selain itu, komunikasi strategis yang transparan memungkinkan pemberdayaan perempuan untuk menghadapi diskriminasi, memperkuat hubungan profesional, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi (O'Brien et al., 2023). Di tingkat organisasi secara umum, komunikasi strategis dapat menjadi alat penting untuk memberdayakan perempuan dan mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori "*The Social Construction of Reality*" oleh Berger & Luckmann (1966) dan model manajemen komunikasi "*Russian Matouschka Dolls*" oleh Michael Kaye (1994) yang memberikan perspektif kritis dalam memahami bagaimana norma dan nilai-nilai sosial dalam perusahaan membentuk ekspektasi terhadap peran antara laki-laki dan perempuan lingkungan kerja. Melalui implementasi manajemen komunikasi dan teori tersebut dapat dianalisis bagaimana cara Vision Pictures mengelola komunikasi organisasi untuk menciptakan kesetaraan gender juga berperan dalam membentuk persepsi karyawan. Keadilan disini bukan hanya masalah kebijakan, tetapi juga masalah budaya organisasi yang terus dibentuk melalui praktik sehari-hari, dari komunikasi, hingga ekspektasi sosial dalam dunia kerja. Dengan menggunakan perspektif dua pendekatan tersebut, penelitian ini akan mengkaji bagaimana perusahaan dapat mengatasi dominasi laki-laki dalam sektor produksi dengan strategi komunikasi dan budaya organisasi yang lebih inklusif. Pendekatan ini penting untuk memahami bahwa kesetaraan bukan hanya masalah regulasi formal, tetapi juga merupakan hasil dari konstruksi realitas sosial yang dapat direformasi melalui perubahan budaya dan kebijakan perusahaan yang lebih progresif.

Dengan demikian, kajian mengenai komunikasi organisasi antara karyawan laki-laki dan perempuan dalam konteks industri media dan hiburan di Indonesia masih tergolong terbatas. Vision Pictures, sebagai bagian dari PT. MNC Vision Networks Tbk, menjadi perusahaan yang relevan untuk diteliti karena memiliki dinamika kerja yang khas dalam struktur produksinya. Perbedaan jumlah antara karyawan laki-laki dan perempuan di departemen ini memberikan peluang untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi organisasi dikelola agar tetap menciptakan lingkungan kerja yang efisien, kolaboratif, dan adil. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pola komunikasi yang terbentuk di antara karyawan laki-laki dan perempuan, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi tersebut, serta mengeksplorasi strategi yang digunakan organisasi dalam menciptakan budaya kerja yang terbuka dan profesional. Dengan menelaah dinamika komunikasi yang berlangsung secara langsung, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori komunikasi organisasi sekaligus menjadi referensi praktis dalam pengelolaan komunikasi kerja di sektor industri media dan hiburan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Analisis Pengelolaan Komunikasi Organisasi pada Karyawan Laki-Laki dan Perempuan di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk”** sebagai bentuk kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik komunikasi internal di lingkungan kerja yang beragam.

1.2 Tujuan Penelitian

Dari penjelasan latar belakang di atas dapat disimpulkan jika tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana arus pesan membentuk komunikasi organisasi antara karyawan laki-laki dan perempuan di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk.
2. Mengeksplorasi bagaimana individu karyawan laki-laki dan perempuan memahami implementasi manajemen komunikasi di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk.
3. Mengidentifikasi peran karyawan laki-laki dan perempuan dalam pendekatan konstruksi realitas sosial di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk yang didominasi laki-laki.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari permasalahan yang sudah disebutkan pada latar belakang di atas, terdapat pertanyaan yang menjadi acuan dalam mencapai tujuan penelitian, sehingga pertanyaan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana arus pesan membentuk komunikasi organisasi antara karyawan laki-laki dan perempuan di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk?
2. Bagaimana individu karyawan laki-laki dan perempuan memahami implementasi manajemen komunikasi di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk?
3. Bagaimana peran karyawan laki-laki dan perempuan dalam pendekatan konstruksi realitas sosial di Departemen Produksi Vision Pictures PT. MNC Vision Networks Tbk yang didominasi laki-laki?

1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak dan manfaat secara teoritis maupun praktis. Maka dari itu, manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pemahaman teoritis kepada peneliti tentang bagaimana komunikasi organisasi dikelola dalam situasi kerja yang melibatkan karyawan laki-laki dan perempuan, khususnya pada industri media dan hiburan. Peneliti juga memperoleh pengalaman dalam menerapkan komunikasi organisasi untuk menganalisis dinamika hubungan kerja dan keterlibatan individu berdasarkan peran dan struktur organisasi.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini berkontribusi pada pengayaan literatur dalam bidang komunikasi organisasi dengan fokus pada dinamika kerja antara karyawan laki-laki dan perempuan. Kajian ini dapat menjadi rujukan akademik dalam memahami bagaimana pengelolaan komunikasi internal dapat memengaruhi efektivitas kerja tim dan hubungan profesional, serta menjadi landasan untuk penelitian lanjutan yang relevan di sektor serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi peneliti dalam mengamati langsung praktik komunikasi di lingkungan kerja nyata, sekaligus mengembangkan keterampilan analitis dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi hubungan kerja antara karyawan laki-laki dan perempuan. Hal ini akan memperkuat kemampuan peneliti dalam merumuskan solusi strategis yang relevan dengan kebutuhan organisasi.

b. Bagi Akademik

Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan oleh kalangan akademik sebagai bahan ajar, studi kasus, maupun materi diskusi dalam mata kuliah komunikasi organisasi, manajemen sumber daya manusia, dan sosiologi organisasi. Temuan dari penelitian ini juga dapat mendorong pendekatan pembelajaran yang lebih aplikatif, serta mendorong kolaborasi antara akademisi dan praktisi dalam merancang kebijakan komunikasi internal yang setara dan inklusif.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu PT. MNC Vision Networks Tbk tepatnya di Departemen Produksi dari kanal *streaming* Vision+ dengan nama Vision Pictures terletak di Jalan Kebon Sirih No 17-19, Jakarta Pusat 10340. Penelitian ini dilaksanakan dengan observasi, wawancara, serta dokumentasi dengan informan-informan yang mempunyai keterkaitan dengan Vision Pictures dengan waktu penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan								
		Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Juni 2025
1.	Penentuan topik penelitian dan observasi									
2.	BAB I									
3.	BAB II									
4.	BAB III									
5.	Desk Evaluation									
6.	BAB IV									
7.	BAB V									
8.	Sidang Skripsi									

Sumber : Olahan Peneliti, 2025