

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang kerja profesi

Persaingan perusahaan media televisi dengan media digital di Indonesia semakin sengit. Hal ini dikarenakan dunia industri yang sudah semakin berkembang pesat yang dipengaruhi era *digital*. Perusahaan *new digital media* seperti Google, Amazon, Facebook, Instagram, dan lainnya yang merupakan media digital menjadi saingan terberat untuk perusahaan media televisi. (Gideon, 2020) media digital memiliki keuntungan yang didapat dari penjualan iklan sebanyak 9.3 Triliun atau sekitar 6% dari total belanja iklan media televisi, angka ini diperkirakan akan terus melonjak kedepannya. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa beradaptasi dengan perubahan di era digital ini dengan melakukan pengembangan organisasi.

Pengembangan organisasi dianggap penting karena perubahan zaman dan teknologi di dunia ini yang berubah secara terus menerus dan sangat cepat. Pengembangan organisasi menurut Burke (sebagaimana dikutip dalam Aamodt, 2007) merupakan proses untuk mengembangkan kinerja dari sudut pandang organisasi secara keseluruhan, bukan hanya anggotanya saja. Pengembangan organisasi sendiri dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan dan karyawannya. Hal ini dapat membawa perusahaan untuk bisa bersaing dengan kompetitornya. Pengembangan organisasi sebagai suatu proses adalah kegiatan yang terdiri dari beberapa tahap. Menurut McGill (sebagaimana dikutip dalam Susanto, 2011), ada sembilan tahapan utama dalam mengelola pengembangan organisasi dalam organisasi yang sedang berjalan: tahap 1. pemusatan kepentingan, tahap 2. definisi tugas, tahap 3. verifikasi dan dukungan, tahap 4. Mengidentifikasi masalah (identifikasi masalah), level 5. Rencana keseluruhan, tingkat 6. Hipotesis tindakan, tingkat 7. Langkah-langkah tindakan, tingkat 8. Penilaian formatif dan level 9. Diperkenalkan kembali. Dengan menggunakan metode ini, strategi, struktur dan proses akan dikembangkan untuk mencapai efektivitas organisasi.