

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Work life balance atau keseimbangan kehidupan kerja umumnya merupakan suatu keseimbangan atau mempertahankan keharmonisan dalam kehidupan (Fidyani & Prasetya, 2018) dalam (Destry & Ramdhani, 2021). *Work life balance* juga dapat diartikan sebagai suatu cara untuk meminimalisir konflik dengan adanya rasa kepuasan dan fungsi yang dapat dicapai di tempat kerja ataupun di rumah (Sue Campbell. Clark, 2000) dalam (Destry & Ramdhani, 2021). Sehingga, *work life balance* sendiri menjadi upaya untuk dapat meminimalisir konflik dengan mempertahankan keharmonisan yang diciptakan di dalam kehidupan pribadi dengan kehidupan pekerjaannya. Menurut Shermerhon, *work life balance* merupakan suatu kemampuan yang dimiliki seorang pekerja untuk dapat melakukan tuntutannya dalam bekerja dan tuntutan kehidupan pribadi ataupun keluarganya dengan seimbang.

Mengingat saat ini *work life balance* menjadi perbincangan hangat karena semakin banyak orang yang merasakan dampak langsung dari adanya tuntutan pekerjaan yang tinggi di tengah kehidupan pribadi lainnya. Dikutip dari detikhealth (Nafilah Sri Sagita K, 2024) terdapat riset yang menunjukkan 3 dari 10 pekerja di sektor keuangan RI alami stres, terbanyak pegawai BUMN. Ada 2 stres yang dialami oleh pegawai yaitu sebanyak 26% dari 5.546 responden mengalami *vigor* atau *vitality* negatif seperti penurunan semangat kerja, yang kedua *fatigue* atau kelelahan bekerja yang dialami oleh 19% responden, pekerja di BUMN merupakan yang terbanyak mengalami kondisi tersebut dengan total jumlah responden sebanyak 86%. Terdapat 3 faktor yang melatarbelakangi hal tersebut, 1.) Role Conflict, hampir 52% responden mengaku menghadapi masalah terkait instruksi atau koordinasi dalam perusahaan. Adanya perbedaan instruksi dan penyampaian pesan yang tidak efektif memicu para pegawai mengalami *vigor* dan *fatigue* yang dihadapinya. 2.) *Quantitative Job Overload*, menurut Dr dr Ray Wagiu Basrowi, MKK, FRSPH seorang peneliti dan inisiator Kaukus Masyarakat Peduli Kesehatan Jiwa mengatakan bahwa tidak sedikit dari para responden membawa pekerjaan mereka pulang ke rumah, sehingga membuat waktu mereka lebih banyak dihabisi untuk bekerja selama seharian. 3.) Nihil *work life balance*, terdapat 46% responden mengaku tidak memiliki *work life*

balance, yang di mana hal tersebut menghambat mereka untuk melakukan kegiatan bersosialisasi di luar sana hingga adanya beban mengurus pekerjaan rumah dan aktivitas olahraga lainnya.

Adanya kemajuan teknologi di era saat ini menjadi salah satu alasan mengapa *work life balance* menjadi perbincangan sosial. Melalui teknologi yang ada seseorang dapat terhubung dengan pekerjaan di mana saja dan kapan saja tanpa perlu waktu pribadi mereka terganggu oleh pekerjaan. Lingkungan kerja di era digital saat ini telah menciptakan situasi di mana pekerjaan secara digital menjadi hal baru bagi individu ataupun perusahaan (Sahu et al., 2018; Wibowo et al., 2022). Sehingga *work life balance* sendiri menjadi lebih relevan apabila di aplikasikan secara digital karena dengan penggunaan teknologi digital individu akan dapat lebih mudah mengkoordinasikan pekerjaannya dengan lebih baik untuk keseimbangan kehidupan kerja dan kinerja pekerja yang lebih baik (Ali-Hassan et al., 2015) dalam (Grace Putri Nuryadi & Dian Dwi Nur Rahmah, 2024). Penggunaan teknologi digital menjadi suatu aksi nyata untuk para pekerja menyeimbangkan kehidupan pribadi dengan pekerjaannya karena ada kebebasan dan otonomi menentukan di mana, kapan dan bagaimana aktivitas tertentu dapat dilakukan.

Terdapat survei yang dilakukan Deloitte dengan judul “*The Deloitte Global 2022 Gen Z and Millennial Survey*” mengenai pandangan para generasi Z dan milenial mengenai dunia kerja, yang di mana hasil survei tersebut menunjukan bahwa sebesar 32% (generasi Z) dan 39% (generasi milenial) menjadikan *work life balance* sebagai hal yang utama dapat membuat mereka nyaman bekerja, di dalam urutan kedua adanya kesempatan untuk belajar dan yang ketiga adanya gaji yang besar. Sehingga dari hasil survei tersebut dapat menunjukkan bahwa *work life balance* menjadi hal yang penting dan dapat di pertimbangkan oleh generasi Z dan milenial agar dapat tetap nyaman dengan pekerjaannya. Di era teknologi digital saat ini media sosial memiliki peran penting untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai pendidikan, hiburan dan informasi sehari-hari yang dibutuhkan (Osatuyi, 2013). Segala informasi yang disampaikan melalui media sosial di unggah secara *real time*, sehingga informasi

tersebut terdiri dari informasi yang terbaru dan terkini (Khatrı, 2021). Tidak hanya untuk pemberian informasi, penggunaan media sosial saat ini sebagai alat untuk saling terkoneksi dengan pekerjaan yang telah membentuk fenomena baru di mana karyawan tetap dapat terhubung ke perangkat komunikasi seluler seperti laptop, HP ataupun iPad untuk mengakses media sosial dalam melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pekerjaan, bahkan kegiatan di luar jam kerja (Mullan dan Wajcman, 2019).

Perkembangan yang dihadirkan teknologi digital saat ini memungkinkan seseorang dapat bekerja di mana saja menggunakan perangkat komunikasi yang mereka miliki. Saat ini hadir istilah baru bernamakan '*digital nomad*' menggambarkan seorang individu yang selalu bepergian dan melakukan pekerjaan jarak jauh (Hannonen, 2020; Hemsley et al., 2020; Reichenberger, 2018; Thompson, 2019) dalam (Cristina Miguel, 2023). Berbagai penelitian mengatakan bahwa *digital nomad* berfokus pada pekerjaan yang bersifat mobilitas (Hemsley et al., 2020), keseimbangan kerja dengan waktu yang senggang (Cook, 2020; Reichenberger, 2018) dan gaya hidup individu tersebut (Krivtsova et al., 2019; Mancinelli, 2020) dalam (Cristina Miguel, 2023). Seseorang yang bekerja secara *digital nomad* memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menunjukkan tempat-tempat yang dikunjunginya (Thompson, 2019; Willment, 2020), mempromosikan diri secara profesional (Bonneau et al., 2023; Krivtsova et al., 2019), membangun komunitas dengan sesama pengikut (Cristina Miguel, 2023).

Tidak hanya diterapkan untuk melakukan keseimbangan hidup, *work life balance* secara tidak langsung membentuk *personal branding* seseorang. Konsep *personal branding* itu sendiri berasal dari penelitian pemasaran (Keller, 1993; Keller and Lehmann, 2006; (Gorbatov dkk., 2019)) dan mulai sejak itu konsep tersebut masuk pada tahap bidang studi organisasi dan kejuruan sebagai bentuk perilaku kerja proaktif. Menurut Malinowska-Parzydło (2015) *personal branding* merupakan pencitraan diri yang dibentuk secara sengaja dan sadar. Dengan demikian, tujuan utama dari pencitraan diri ini ialah personalisasinya, yang di mana seseorang dapat berasumsi mengenai kepemilikan citra merek yang melekat pada dirinya. Adanya reputasi, popularitas dan kredibilitas orang tersebut merupakan bentuk identitas pada citra merek yang dibangunnya (Malinowska-

Parzydło, 2015). Citra positif yang telah dibentuk dapat menunjukkan kepuasan seseorang dalam kariernya, dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki citra tersebut. Mengingat saat ini banyak sekali lowongan pekerjaan yang beragam sehingga *personal branding* menjadi faktor penting keberhasilan suatu karier (Shepherd, 2005; Parmentier et al., 2013; Gioia et al., 2014) dalam (Miguel dkk., 2024) sebagai seorang pekerja yang adaptif memiliki tujuan untuk menentukan dan menampilkan identitas seorang profesional kepada khalayak.

Pada tahun 2005, Shepherd dalam (Miguel dkk., 2024) mengatakan bahwa lingkup *personal branding* saat ini mulai dibangun oleh para guru, spesialis rekrutmen kerja dan para penasihat karier. *Personal branding* bersifat strategis, yang berarti suatu aktivitas dikoordinasikan dan mengarah pada suatu target yang ditentukan di mana target tersebut ialah audiens. Para akademisi saat ini mulai menggunakan Instagram sebagai media informasi, menurut Pak Andi selaku Dosen Departemen Teknik Geodesi Universitas Gajah Mada penyebaran informasi melalui media sosial lebih cepat dibandingkan media lainnya. Pak Andi sendiri merupakan dosen yang aktif mengajar tidak hanya di kampus melainkan aktif membagikan ilmunya melalui *platform* media sosial seperti Instagram, TikTok dan Youtube. Melalui media sosial *work life balance* menjadi hal penting yang perlu seorang tenaga pendidik implementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari, terutama di era sekarang yang semuanya serba terkoneksi tanpa perlu adanya batasan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Bagi tenaga pendidik, menjaga keseimbangan hidup kerja tidak hanya berdampak pada kesejahteraan pribadi namun adanya sudut pandang positif yang menonjol terhadap *personal branding* pendidik tersebut seperti adanya persepsi dan kredibilitas yang dilihat oleh mahasiswa. Sebagaimana yang kita tahu mahasiswa cenderung melihat pendidik yang baik dalam menyeimbangkan kehidupan kerjanya sebagai figur yang dapat diandalkan, karena mereka tidak hanya fokus dalam pencapaian akademik tetapi dapat memahami dan peduli terhadap kesejahteraan mahasiswa. Hal ini diperkuat dengan adanya temuan dalam jurnal *Teacher and Teacher Education* (Montgomery & Rupp, 2020) menunjukkan bahwa mahasiswa dapat merespon lebih baik terhadap masukan yang diberikan oleh dosen yang mereka anggap merupakan seseorang yang memahami tantangan keseharian para mahasiswa dan kesejahteraannya.

Perkembangan teknologi digital yang semakin nyata membuat hadirnya beberapa *content creator* yang berfokus membagikan konten mengenai *work life balance* pada khalayak, salah satu tenaga pendidikan yang *menyuarakan work life balance* pada konten-konten di akun Instagram ialah @akarliar. Pemilik akun @akarliar merupakan *content creator* yang aktif membagikan keseimbangan kehidupan kerjanya kepada pengikutnya. Memiliki *followers* sebanyak 13,5rb dengan jumlah *posting-an* sebanyak 299 *feeds*, konten yang dibagikan oleh @akarliar berisikan berbagai konten menarik mengenai perjalanannya yang tidak hanya sebagai seorang dosen melainkan menampilkan gaya hidup, aktivitas dan pengetahuan baru yang banyak orang cari.



Gambar 1. 1 Konten *Work Life Balance* @akarliar
Sumber: Instagram @akarliar

Ini merupakan contoh konten dari @akarliar yang mengandung nilai *work life balance* dan *personal branding* dalam satu konten. Menjadi seorang dosen tentu banyak sekali pertimbangan yang harus di hadapi. Baik dalam aspek perlakuan maupun kegiatan yang dilakukan dalam sehari-hari. @akarliar merupakan pribadi seorang dosen yang memiliki kegiatan dengan berbagai posisi. Selain menjadi dosen, @akarliar juga aktif dalam sosial medianya yang di mana pada sosial media tersebut ia membagikan berbagai kegiatan positif di luar profesi

utamanya sebagai dosen. Kegiatan tersebut menjadi lebih seimbang ketika dilakukan oleh @akarliar, ini menjadi bukti bahwa *work life balance* dapat membangun *personal branding* suatu individu. @akarliar juga aktif dalam berkomunikasi dengan para pengikutnya di Instagram terlihat adanya berbagai komentar positif tentang bagaimana mereka menyukai konten kegiatan sehari-hari atau pencapaian yang @akarliar lakukan, sehingga kegiatan yang seimbang tersebut menjadi inspiratif untuk para pengikutnya.



Gambar 1. 2 Komentar Pengikut @akarliar
Sumber: Instagram @akarliar

Terdapat 3 akun Instagram lainnya yang di mana keseharian mereka dapat dikatakan merupakan seorang yang *work life balance* juga di tengah kesibukan pekerjaan yang dihadapinya. 1.) @aimanwitjaksono, seorang *editor in chief* iNews, *editor in chief* SindoNews Tv dan *Host* Rakyat Bersuara pernah membagikan kisahnya lewat siaran Aiman Witjaksono di Spotify pada episode “Menjaga Keseimbangan Hidup dan Bekerja”. Dikutip dari Kompas.com Aiman mengatakan bahwa semua pekerjaan dan setiap profesi ada masanya kita merasa stres dan jenuh terhadap apa yang kita jalani dan hal tersebut merupakan hal yang normal terjadi. Bagi Aiman stres menjadikan adrenalin meningkat untuk kesadaran tubuh, justru Aiman mengaku senang dengan memelihara stres pada batas tertentu. Adanya prinsip yang dimiliki Aiman untuk selalu mengupayakan semampunya, selalu bersyukur dan menikmati apa yang ada seadanya menjadikannya untuk menjalankan pekerjaannya dengan seimbang sesuai kemampuan.

2.) @pocahontaskania, merupakan seorang atlet renang dengan memiliki catatan National Record Holder dan peraih medali SEA Games sebanyak 4 kali, menjadikan Kania aktif di berbagai kegiatan di luar profesinya sebagai seorang atlet. Kania juga merambah keterampilannya ke dalam dunia perfilman dengan memainkan peran pada film “Siksa Kubur” dan aktif berkegiatan olahraga seperti bersepeda, *hiking*, lari dan olahraga lainnya yang dijalani untuk menjaga kebugaran tubuhnya sebagai seorang atlet. 3.) @spillbill.png, merupakan *content creator* yang kerap membagikan ceritanya mengenai kegiatan kesehariannya sebagai *content creator* dan juga sering merekomendasikan tempat tujuan atau tempat ngopi yang wajib masuk *list* untuk di kunjungi di Jakarta. Di luar profesinya sebagai *content creator* Billa juga menyempatkan dirinya untuk bisa melakukan kegiatan olahraga kesukaannya seperti tenis dan juga yoga. Sama halnya seperti @akarliar yang merupakan seorang akademisi yang mampu menyeimbangi setiap pekerjaannya dengan berbagai macam kegiatan positif seperti *hiking*, bersepeda dan lari untuk melepaskan stres yang dialami selama bekerja sekaligus menekuni hobi yang disukainya, sehingga apa yang dilakukan @akarliar dalam menyeimbangi kehidupan kerjanya dapat menjadi inspirasi akademisi lain di luar sana dan juga mahasiswa.

Belum adanya peneliti yang mengkaji terkait kedua konsep yang saling berhubungan tentang *work life balance* dan *personal branding*. Sebagian besar penelitian telah mencoba untuk mempraktikkan *work life balance* untuk meningkatkan kepuasan dan kinerja mereka. Maka dari itu, sebagai acuan pada penelitian ini, penulis telah menemukan penelitian terdahulu yang dapat dijadikan perbandingan. Yang pertama telah dibahas oleh (Muhammad Zaky, 2022) dalam jurnal artikel berjudul “Dampak Keseimbangan Kehidupan Kerja dan Kehidupan Pribadi Terhadap Kepuasan dan Kinerja Karyawan”. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak dari keseimbangan kehidupan kerja dan kehidupan pribadi terhadap kepuasan kinerja karyawan. Hasil yang di dapatkan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa seseorang dengan keseimbangan kehidupan kerja pada kehidupan pribadinya memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan dari kinerja yang dirasakan karyawan. Hal tersebut menjadi pembeda dari penelitian yang akan penulis lakukan, yang di mana penulis

akan berfokus terhadap bagaimana *work life balance* dapat membangun *personal branding* seseorang melalui konten-konten yang dipublikasikan di Instagram.

Kedua penelitian berjudul “*Personal Branding* Ira Mirawati sebagai *Content Creator* Edukasi di TikTok” yang dibahas oleh (Ziyan Nadhira dkk., 2024), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *personal branding* Ira Mirawati sebagai *content creator* edukasi di TikTok. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Ira Mirawati yang merupakan seorang praktisi pendidikan menggunakan TikTok sebagai media untuk membangun *personal branding* dengan menunjukkan kemampuan, nilai, prinsip dan ciri khasnya sehingga beliau konsisten dalam membagikan edukasi sekaligus mengembangkan kemampuan yang dimilikinya. Yang membedakan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu dari subjek dan pemilihan media sosial Instagram yang akan peneliti teliti.

Berdasarkan dengan penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti pada penelitian sebelumnya, belum ditemukan jurnal terdahulu yang mengkaji bagaimana presentasi diri digunakan secara spesifik untuk membangun jenama diri dalam konteks *work life balance* khususnya pada penggunaan metode penelitian netnografi. Sehingga hal tersebut menjadi gap dalam penelitian ini. Adapun urgensi pada penelitian ini untuk menjawab fenomena *work life balance* di era digital, mengingat @akarliar merupakan seorang akademisi yang konsisten membuat konten keseharian bekerja dan sering sekali dosen dipersepsikan memiliki citra yang formal, namun @akarliar dapat mengemas itu semua dalam bentuk identitas yang lebih fleksibel dan *relatable* di Instagram sehingga itu mempengaruhi *personal branding* dirinya. Pemilihan akun Instagram @akarliar sebagai objek penelitian berdasarkan pada konsistensinya dalam menampilkan konten keseharian bekerja yang otentik dan relevan hingga menjadikan @akarliar tampil lebih representatif sebagai bentuk *personal branding*. Hal tersebut menarik untuk diteliti mengingat belum adanya jurnal terdahulu yang menjelaskan mengenai *personal branding* dan *work life balance* dalam satu penelitian. Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana akademisi dapat memanfaatkan media sosial untuk membangun citra diri yang relevan di era digital, yang di mana dapat memberikan perspektif baru mengenai kajian komunikasi digital, *personal branding* dan *self-presentation* di media sosial.

Berdasarkan subjek penelitian ini, peneliti akan menganalisis menggunakan teori presentasi diri dari Erving Goffman dalam karyanya yang dibuat pada tahun 1958 dengan judul "*Presentation of Self In Everyday's Life*" Erving Goffman menjelaskan bahwa individu menjalankan kehidupan sehari-hari layaknya sebagai seorang aktor yang menjalankan perannya dengan menunjukkan citra diri yang sesuai dengan peran yang dijalankannya atau dapat dikatakan sesuai yang diharapkan orang lain (Putri, 2019). Dalam konteks penelitian ini, akun seperti @akarliar menggunakan elemen visual dan narasi dalam konten yang dipublikasikannya untuk membentuk citra *work life balance* di hadapan para pengikutnya. Menurut Goffman kehidupan sosial dibagi atas pertunjukan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) pada kasus @akarliar, Instagram berfungsi sebagai '*front stage*' untuk menampilkan *work life balance* yang dibangunnya sehingga setiap unggahan yang di *posting* mencerminkan kesan yang telah dibuat untuk membangun *personal branding* sebagai seorang profesional yang mampu menjalani kehidupan kerja dan pribadi yang seimbang. Tampilan diri (*personal front*) menjadi atribut yang digunakan seseorang ketika melakukan presentasi diri di panggung depan, dalam konteks ini @akarliar menggunakan visual dan narasi pada konten yang dipublikasikannya sebagai tindakan strategis yang dilakukan untuk mengontrol persepsi khalayak sebagai seorang profesionalisme dan aktivitas pribadinya dengan tujuan menciptakan citra positif di benak khalayak. *Authenticity* atau keaslian juga menjadi elemen penting dalam menampilkan presentasi diri sebagai upaya untuk membangun kepercayaan audiens.

Berlandaskan dari fenomena sosial saat ini, peneliti akan menganalisis menggunakan Studi Netnografi yang dijelaskan oleh Kozinets dalam karyanya. Robert Kozinets, seorang pendiri dan pemimpin dari metode netnografi dalam pemasaran dan riset konsumen, netnografi merupakan metode yang memanfaatkan komunikasi dalam bentuk virtual atau data yang berbasis jaringan, baik secara visual ataupun tekstual untuk mendapatkan hasil dari pengalaman bersosial melalui media daring dan fenomena budaya. Di kutip dari buku *Netnography Social Media Research Procedure, Big Data & Cybercommunity* Kritik Terhadap Kozinets metode penelitian dalam netnografi terdiri dari 2 kategori yaitu data *mining* dan metode partisipatoris. Dalam penelitian ini penulis

memilih menggunakan metode partisipatoris dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan analisis konten. Metode ini dipilih agar peneliti dapat memahami isu yang diteliti, sehingga hasil menjadi lebih menyeluruh dan sesuai dengan konteks pembahasan.

Maka berdasarkan pembahasan di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Presentasi Diri @akarliar dalam Membangun Jenama Diri dalam Konsep *Work Life Balance* di Instagram : Analisis Netnografi ”. Dengan menggunakan teori presentasi diri yang menjadi landasan penting dalam penelitian ini berguna untuk mengungkap bagaimana @akarliar mengontrol persepsi audiens terhadap konten yang di publikasikannya sebagai upaya membangun citra yang seimbang antara kehidupan kerja dan pribadi di era teknologi digital. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi batu loncatan bagi penelitian mendatang yang mengangkat topik serupa, sekaligus mengimplementasikan pengalaman tersebut dalam pengembangan kajian terkait.

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang @akarliar dalam membangun *personal branding* untuk mencapai *work life balance* melalui media sosial Instagram.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana panggung depan dan panggung belakang @akarliar dalam membangun *personal branding* untuk mencapai *work life balance* melalui media sosial Instagram?

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis:

- Manfaat teoritis dalam penelitian ini untuk menambah kajian ilmu khususnya dalam pemahaman studi netnografi yang berkaitan dengan budaya *work life balance*.

b. Manfaat Praktis:

- Mempromosikan *work life balance* secara efektif di media sosial kepada individu ataupun kalangan profesional.
- Peningkatan *digital well being* bagi para pengguna media sosial.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Universitas Telkom Bandung dalam jangka waktu dari bulan September 2024 hingga tahun 2025. Berikut rincian *timeline* dari penelitian ini.

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2024				2025						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1.	Penyampaian Tema dan Judul											
2.	Penyusunan Bab I, II, III											
3.	Seminar Proposal											
4.	Revisi Proposal											
5.	Mencari dan Mengumpulkan Data											
6.	Pengolahan dan Analisis Data											
7.	Evaluasi Hasil Akhir											

Sumber: Olahan Peneliti (2025)