

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk merupakan perusahaan penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Seiring perkembangan industri telekomunikasi, Telkom melakukan restrukturisasi organisasi dan membentuk Divisi Regional (Divre) yang bertugas mengelola operasional di berbagai wilayah. Salah satunya adalah Divisi Regional I Sumatera yang berkedudukan di Medan. Divisi regional I juga berperan penting dalam membangun infrastruktur, mengawasi kualitas layanan, serta mendukung transformasi digital Telkom, termasuk layanan broadband IndiHome. Berjalannya Telkom ini didukung oleh kinerja pegawai yang baik. Kinerja pegawai Telkom tersebut didukung oleh beberapa factor diantaranya yaitu kemampuan literasi digital, *employer branding*, dan *employee innovation behavior*.

*Employee Digital Literacy* (Literasi Digital Pegawai) adalah kemampuan karyawan dalam memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi informasi serta komunikasi secara efektif dalam konteks pekerjaan. Literasi digital mencakup keterampilan mencari, mengevaluasi, mengolah, menciptakan, dan mengomunikasikan informasi digital untuk mendukung produktivitas, inovasi, dan kinerja dalam organisasi. Praktek literasi digital yang dilakukan oleh Pegawai Telkom adalah menerapkan literasi digital melalui pemanfaatan aplikasi internal. penggunaan platform komunikasi digital (Teams, Zoom, dan intranet), serta pengelolaan data pelanggan dengan sistem analitik. Mereka juga memberikan layanan digital melalui chatbot dan media sosial, menjaga keamanan data sesuai standar perusahaan, serta mengikuti pelatihan literasi digital dan *upskilling* untuk mendukung transformasi digital Telkom. Menurut Excellent Team (2025) literasi digital adalah kemampuan untuk memahami, menggunakan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi melalui teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Kompetensi ini tidak hanya mencakup keterampilan teknis, melainkan juga etika digital, keamanan informasi, dan berpikir kritis

*Employer branding* adalah strategi perusahaan dalam membangun dan mengelola citra positif sebagai tempat kerja. Konsep ini berfokus pada bagaimana perusahaan dipersepsikan oleh calon pegawai (talent pool) dan pegawai yang sudah ada, sehingga mereka melihat perusahaan sebagai “*employer of choice*” atau tempat kerja idaman. *Employer branding* Telkom memberikan rasa bangga, loyalitas, motivasi, serta kesempatan pengembangan berkelanjutan bagi pegawai Reg. 1 Sumatera. Telkom membangun *employer branding* melalui 4 pilar EVP, yaitu *Learn, Grow, Contribute*, dan menjadi *Great Place for Digital Innovation*

*Champions*. Pegawai regional merasakan kesempatan belajar, bertumbuh, berkontribusi, dan berinovasi sesuai visi perusahaan. Menurut Azhar (2024) Employer branding adalah proses menciptakan dan mengomunikasikan citra yang unik tentang organisasi sebagai tempat bekerja, sehingga membedakannya dari pesaing dan membantu menarik serta mempertahankan talenta.

*Employee Innovation Behavior* (perilaku inovatif karyawan) adalah tindakan individu dalam organisasi yang berfokus pada pengenalan, pengembangan, serta penerapan ide-ide baru yang bermanfaat bagi pekerjaan, tim, maupun organisasi. Di lingkungan Telkom Regional 1 Sumatera, perilaku inovatif karyawan tercermin dalam berbagai aktivitas kerja sehari-hari maupun program strategis perusahaan. Menurut Choi & Kang (2021) Perilaku inovatif karyawan adalah inisiatif memperkenalkan dan menerapkan ide baru di tempat kerja, dipengaruhi oleh hubungan atasan-bawahan, keyakinan diri, serta dukungan organisasi.

### **1.2 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh *employee digital literacy* terhadap kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.
2. Menganalisis pengaruh *employer branding* terhadap kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.
3. Menganalisis pengaruh *employee innovation behavior* terhadap kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.
4. Menganalisis peran *employee innovation behavior* sebagai variabel mediasi antara *employee digital literacy* dan kinerja karyawan.
5. Menganalisis peran *employee innovation behavior* sebagai variabel mediasi antara *employer branding* dan kinerja karyawan.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Karyawan Telkom Regional Medan

Penelitian ini menumbuhkan kesadaran bahwa *employer branding* yang positif dapat meningkatkan rasa bangga, loyalitas, dan motivasi dalam bekerja.

2. Bagi Universitas Prima Indonesia Medan

Penelitian ini menjadi bahan kajian bagi peneliti dalam pengembangan penelitian sejenis, serta memperkuat kontribusi UNPRI terhadap penelitian yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta keterampilan dalam mengkaji hubungan antar *variabel literasi digital*, *employer branding*, perilaku

inovatif, dan kinerja karyawan.

## **1.4 Tinjauan Pustaka**

### **1.4.1 Employee Digital Literacy**

Literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, menciptakan, dan mengkomunikasikan konten informasi digital. Literasi digital mendukung kemampuan kerja modern yang efisien dan inovatif, serta memengaruhi produktivitas dan hasil kerja karyawan (Abas et al., 2019).

### **1.4.2 Employer Branding**

*Employer branding* adalah kegiatan perusahaan dalam membangun citra positif sebagai tempat bekerja yang menarik. *Employer branding* berperan dalam membentuk persepsi, loyalitas, serta meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja (Samboan et al., 2024).

### **1.4.3 Employee Innovation Behavior**

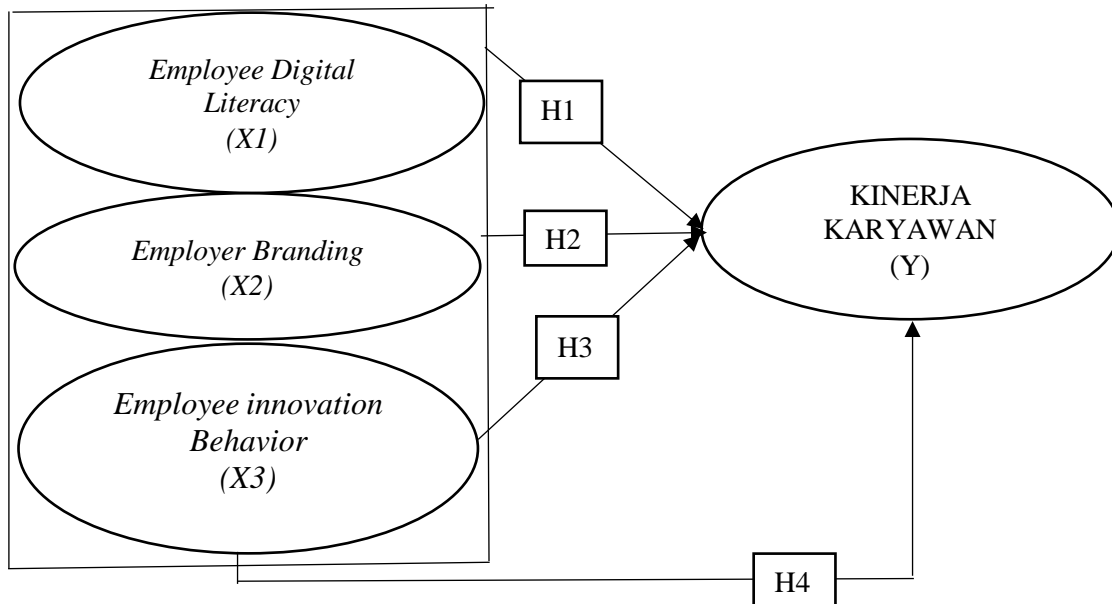
Perilaku inovatif karyawan adalah tindakan individu maupun tim dalam menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru terkait produk, layanan, tugas, atau proses kerja yang mampu menciptakan hasil positif bagi organisasi (Samma et al. (2020)

### **1.4.4 Kinerja Karyawan**

Kinerja karyawan adalah hasil yang diproduksi dari fungsi pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu dan mencerminkan kualitas serta kuantitas pekerjaan tersebut (Adhari (2020, versi 2024).

## 1.5 Kerangka Konseptual

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut;



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

## 1.6 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiono (2017:63), hipotesis memiliki jawaban sementara untuk pertanyaan penelitian. Jawaban ini didasarkan pada teori yang relevan, namun belum didukung oleh data empiris yang dikumpulkan, Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Employee Digital Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.

H2 : *Employer Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.

H3 : *Employee Innovation Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.

H4 : *Employee Innovation Behavior* memediasi pengaruh *Employee Digital Literacy* terhadap kinerja karyawan di PT Telkom Indonesia Regional Medan.