

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan penurunan minat penonton tayangan *Innovation Day* pada Direktorat *Digital Business* (DDB) PT Telkom Bandung. Permasalahan tersebut didasari oleh hasil pra kuesioner yang menunjukkan bahwa 70% karyawan DDB telah menonton serta mengikuti perkembangan terbaru tayangan *Innovation Day* melalui *youtube*. Namun sebesar 30% karyawan yang menonton merasakan bahwa tayangan *Innovation Day* belum sesuai dengan kebutuhan karyawan. Sekitar 30%, karyawan yang menonton mengatakan bahwa tayangan *Innovation Day* tidak menambah produktivitas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perilaku seseorang dalam berbagi pengetahuan dengan media *online* (*online behavior*) melalui *knowledge sharing intention* (Z) terhadap *knowledge sharing behavior* (Y).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis pendekatan hubungan kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *proporsionate stratified random sampling* menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah responden sebanyak 190 orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model - Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude toward knowledge sharing* (X₁), *subjective norm* (X₂), *website use satisfaction* (X₃), *perceived behavioral control* (X₅), *social interaction* (X₆) berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* (Z) karena nilai *p-values* < 0,05, sedangkan *information/knowledge quality* (X₄) tidak berpengaruh karena nilai *p-values* > 0,05. *Information/Knowledge quality* (X₄), *social interaction* (X₆), *knowledge sharing intention* (Z) berpengaruh terhadap *knowledge sharing behavior* (Y) karena nilai *p-values* < 0,05, sedangkan *Perceived behavioral control* (X₅) tidak berpengaruh karena nilai *p-values* > 0,05.

Kesimpulan penelitian ini, bahwa tayangan *Innovation Day* sebagai media *knowledge sharing* (KS) sudah berjalan dengan baik, namun ada beberapa item yang perlu diperbaiki seperti jam tayang, durasi tayang, tema tayangan, format acara, serta publikasi acara yang tidak mendekati pada hari pelaksanaan. Jika disimpulkan secara umum, perilaku KS pada karyawan DDB sampai saat ini sudah cukup baik, namun perlu ada perbaikan pada tayangan *Innovation Day* sebagai tools KS. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap kegunaan teoritis meliputi kontribusi, pengembangan keilmuan dan penelitian selanjutnya, serta kegunaan praktis bagi pihak DDB PT Telkom agar mampu meningkatkan tingkat efektivitas tayangan *Innovation Day*.

Kata Kunci: *knowledge sharing behavior, knowledge sharing intention, online behavior, SEM-PLS.*