**HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DANPERILAKU KERJA INOVATIFPADA KARYAWAN PRODUKSI TVRI YOGYAKARTA**

***Relationship Between Psychological Capital And Innovative Work Behavior In TVRI Yogyakarta Production Employees***

**Reza Yus Permana1, Domnina Rani P Rengganis 2, Nina Fitriana 3**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[Rezayus394@gmail.com](mailto:Rezayus394@gmail.com)

**Abstrak**

Perkembangan teknologi yang cepat telah memicu cara baru bagi organisasi dalam menghadapi tantangan persaingan. Hal ini didasari oleh perkembangan industri kreatif yang mengalami peningkatan pada beberapa tahun belakangan, sehingga dibutuhkan perilaku kerja inovatif. Pendekatan *psychological capital* digunakan untuk dapat unggul dalam berkompetisi yang didasarkan pada fakta bahwa kebanyakan organisasi saat ini tidak menyadari potensi penuh dari sumber daya manusianya. *Psychological capital dapat* menjadi salah satu faktor internal yang dapat berperan terhadap perilaku kerja inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif, TVRI Yogyakarta. Subjek pada penelitian ini berjumlah 60 orang. Pengambilan data penelitian menggunakan Skala *Psychological Capital* dan Perilaku Kerja Inovatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (r) sebesar 0,794 (p<0,05). Hasil tersebut menunjukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukan koefisien determinasi (R2) sebesar 0,630 artinya variabel *psychological capital* menunjukan kontribusi 63% terhadap perilaku kerja inovatif dan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci : perilaku kerja inovatif, *psychological capital*, karyawan produksi**

***Abstract***

*The rapid development of technology has triggered new ways for organizations to face the challenges of competition. This is based on the development of the creative industry which has increased in recent years, so that innovative work behavior is needed. Psychological capital approach is used to be able to excel in competition which is based on the fact that most organizations today do not realize the full potential of their human resources. Psychological capital can be one of the internal factors that can play a role in innovative work behavior. This study aims to determine the relationship between psychological capital and innovative work behavior in creative industry employees, TVRI Yogyakarta. Subjects in this study amounted to 60 people. Retrieval of research data using Psychological Capital Scale and Innovative Work Behavior. The data analysis technique used is the product moment correlation of Karl Pearson. Based on the results of data analysis obtained a correlation coefficient (r) of 0.794 (p <0.05). These results indicate that there is a significant positive relationship between psychological capital and innovative work behavior. The acceptance of the hypothesis in this study shows the coefficient of determination (R2) of 0.630, meaning that the psychological capital variable shows a 63% contribution to innovative work behavior and the remaining 37% is influenced by other factors not examined in this study.*

***Keywords: innovative work behavior, psychological capital, production employee***

**PENDAHULUAN**

Globalisasi dan kemajuan teknologi yang cepat telah mengangkat situasi dimana organisasi menghadapi tantangan seperti berbagai tuntutan pelanggan dan meningkatnya persaingan. Kreativitas dan inovasi menjadi perhatian penting bagi perusahaan. Persaingan yang tumbuh cepat telah mengintensifkan kebutuhan kreativitas dan inovasi di semua bidang pekerjaan (Abbas & Raja, 2015). Keunggulan kompetitif perusahaan sekarang dituntut untuk inovatif. Hal ini dibuktikan dengan kenyataan bahwa di Indonesia, peningkatan ide dan inovasi menyebabkan semakin meningkatnya peranan industri kreatif yang telah berkembang sejak 10 tahun terakhir (Ghazali, 2015). Menurut Zumar (2008), ekonomi kreatif atau bisa disebut industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Korea Selatan salah satu industri kreatif sejak 2005 menyumbang lebih besar daripada manufaktur. Sedangkan di Singapura ekonomi kreatif menyumbang 5% terhadap PDB atau US$ 5,2 miliar (Zumar, 2008).

Industri kreatif di Indonesia mulai banyak dilirik oleh banyak kalangan karena sangat menjanjikan untuk jangka waktu yang panjang. Meningkatnya kreativitas dan inovasi baru yang dikembangkan masyarakat Indonesia, diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsa secara signifikan (Arif, 2009). Berdasarkan data dari Tim Studi Ekonomi Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2019, selama beberapa tahun belakangan, tercatat bahwa terdapat peningkatan kontribusi dari industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia, Pada tahun 2016 sektor ekonomi kreatif menyumbangkan sekitar Rp 922 triliun atau 7.4% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, meningkat 1.009 triliun pada 2017 dan 1.105 triliun pada 2018 (BEKRAF, 2019). Angka ini menunjukkan besarnya peran ekonomi kreatif terhadap PDB yang semakin meningkat dan berperan penting untuk meningkatkan taraf hidup para pelaku ekonomi kreatif.. Data tersebut menunjukkan industri kreatif menjadi salah satu ranah yang diminati oleh banyak masyarakat di Indonesia sehingga terus berkembang setiap tahunnya serta dapat mengurangi tingkat pengangguran (Rulevy & Parahyanti, 2016)

Melihat kondisi industri kreatif di Indonesia yang terus berkembang, salah satu cara supaya dapat mempertahankan dan memenangkan persaingan yaitu dengan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan untuk turut serta dalam inovasi (Ancok, 2012). Data Indeks Inovasi Global 2018 ((Dutta dkk., 2018), menunjukan bahwa kinerja inovatif di Indonesia belum optimal dan berada pada peringkat 97 dari 141 negara. Skor inovasi Indonesia pada angka 29.80 dari skor maksimum angka 100 atau dapat dikatakan baru sekitar 30% dari skor total. Pada bagian negara paling inovatif nomor satu di Asia ditempati oleh negara Singapura, kemudian untuk negara yang inovatif ditempati oleh Cina diperingkat 4, dan negara yang kurang inovatif ditempati oleh negara Brunei Darussalam. Sedangkan negara Indonesia masuk kedalam jajaran negara yang kurang inovatif diperingkat 12 dari 17 negara. Hal ini menjadi tantangan organisasi di Indoneisa untuk dapat mengoptimalkan kinerja inovasi agar dapat bertahan dalam ruang lingkup bisnis global.

Perilaku kerja inovatif adalah suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja dalam mengenalkan dan mengaplikasikan ide, proses, produk, maupun prosedur yang baru ataupun adaptasi dalam peran kerja kelompok atau organisasi yang secara signifikan didesain untuk memberikan manfaat pada performa kerja kelompok, organisasi, maupun lingkungan dengan skala yang lebih luas (West dan Farr, dalam Hatta & Parahyanti, 2016). Idealnya setiap karyawan dapat berinovasi dan mengoptimalkan kemampuannya dalam bekerja, seperti terus memunculkan ide-ide baru dan orisinil yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan. Inovasi merupakan kunci dari kemajuan perusahaan, karena inovasi merupakan ide-ide kreatif dan baru yang ditawarkan oleh karyawan untuk menunjang kemajuan perusahaan (Michael *et al*., 2011).

Pentingnya inovasi yang harus dikembangkan oleh perusahaan juga berlaku pada industri kreatif subsektor televisi. Hasil survei konsultan riset Nielsen (dalam Warta Ekonomi, 2020), menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen termasuk dalam hal konsumsi media. Menurut Nielsen (Warta Ekonomi, 2020), sejak implementasi Work From Home (WFH) dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), jumlah pemirsa TV meningkat dengan rata-rata 12% lebih tinggi dari periode normal. Jumlah penonton di segmen kelas atas telah meningkat sebesar 14% dengan durasi menonton TV juga meningkat menjadi 5 jam 46 menit.

TVRI stasiun Yogyakarta yang merupakan TVRI stasiun daerah pertama yang berdiri di tanah air, pada tahun 1965. Pertama berdiri di Yogyakarta berlokasi di Jalan Hayam Wuruk, tepatnya saat TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta dipimpin oleh Kepala Stasiun yang pertama yakni IR. Dewabrata. Jangkauan siaran TVRI stasiun D.I.Y meliputi seluruh propinsi DIY dan sebagian wilayah provinsi Jawa Tengah, yakni kabupaten Magelang, kota Magelang, Temanggung, Wonosobo, sebagian Klaten, sebagian Purworejo, sebagian Karanganyar. TVRI Stasiun Yogyakarta telah mampu menciptakan berbagai acara yang menarik dan diminati oleh sebagian besar masyarakat Yogyakarta, dengan tetap mempergunakan adat dan tradisi Yogyakarta sebagai salah satu ciri khas dalam acara acara yang diproduksi. Hal tersebut sesuai dengan visi TVRI Yogyakarta yaitu terwujudnya TVRI Stasiun D.I Yogyakarta sebagai media televisi publik yang independen, profesional, terpercaya dan pilihan masyarakat DIY, mencerdaskan kehidupan masyarakat dan melestarikan nilai budaya yang berkembang di DIY.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 31 maret 2021 pada 8 orang karyawan TVRI Yogyakarta bagian produksi program acara dan berita, Hasil wawancara menunjukan karyawan belum dapat mengembangkan program baru yang diberikan oleh atasan hanya melakukan tugas sesuai dengan apa yang diberikan oleh atasan. Hasil wawancara juga mengungkapkan karyawan mengeluh tidak melakukan usaha mencari peluang inovasi atau kesempatan dalam melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas program. Karyawan mengungkapkan walaupun sudah memiliki berbagai ide-ide baru terkait proses kerja namun karyawan belum mampu memperjuangkan ide tersebut karena kurangnya niatan sudah terbiasa dengan sistem bekerja yang selama ini mereka kerjakan. Karyawan mengatakan bahwa mereka kurang interaktif dan reaktif untuk berusaha mewujudkan ide-ide baru dalam rencana program yang lebih inovatif. Karyawan mengatakan belum menemukan suatu model inovasi baru dalam produksi program yang dapat dilaksanakan dalam sistem kerja organisasi. Hasil wawancara tersebut sesuai dengan aspek-aspek perilaku kerja inovatif yang dikemukakan oleh De Jong dan Den Hartog (2010) yaitu *opportunity exploration, idea generation, idea championing, dan application*, yang dapat peneliti simpulkan bahwa karyawan TVRI Yogyakrta bagian produksi program acara dan berita memiliki perilaku inovatif rendah. Hal tersebut tentunya menjadi tantangan besar bagi TVRI Yogyakarta untuk lebih meningkatkan perilaku kerja inovatif karyawan khususnya bagian produksi untuk dapat meningkatkan *rating* dan *share* program TVRI Yogyakarta.

Sehubungan dengan isu-isu tersebut, studi mengenai perilaku kerja inovatif pada karyawan di perusahaan industri kreatif menjadi penting untuk diteliti. Peneliti memiliki keyakinan bahwa inovasi merupakan solusi dalam menghadapi setiap perubahan yang terjadi. . Dimensi perilaku inovatif menurut De Jong & Hartog (2008) yaitu *(a) Opportunity exploration*, mencari cara untuk meningkatkan pelayanan atau proses pengiriman saat ini atau mencoba untuk memikirkan proses kerja, produk atau pelayanan dengan cara alternatif, *(b) Idea generation*, merujuk pada pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan, *(c) Championing*, berusaha meyakinkan nilai tambah dari inovasi yang diusulkan, *(d) Application*, perilaku dalam aplikasi berkaitan dengan usaha usaha yang dilakukan oleh individu untuk dapat menerapkan ide tersebut ke dalam praktek nyata. Menurut (Li & Zheng, 2014), terdapat faktor individual dan faktor organisasional yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku inovatif. Faktor individual yaitu *(a) organizational commitment,* *(b) psychological capital,* Sedangkan pada faktor organisasional yaitu *(a) organizational innovation atmosphere,* *(b) leadership*, *(c) social capital, (d) work characteristics.*

Luthans, Youssef, dkk. (2007), mengajukan sebuah konsep baru yang menarik dan menekankan pada perspektif psikologis yaitu *psychological capital*, berasal dari manusia dan dapat diinvestasikan dan dikembangkan untuk unggul dalam kompetisi yang berkelanjutan melalui diri individu. Secara spesifik, *psychological capital* merupakan suatu keadaan psikologis yang positif pada individu yang berkontribusi pada kemajuan dirinya dan terdiri dari beberapa komponen, yaitu *self efficacy, resilience, hope, dan optimism* (Luthans, Youssef, dkk., 2007). Vinarski-Peretz dkk., (2011) menyarankan bahwa kondisi *positive psychological*, seperti konsep *psychological capital* dalam ruang lingkup kerja dapat meningkatkan motivasi karyawan yang dapat menanamkan keterikatan pada perilaku kerja inovatif.

Pada kaitannya dengan perilaku kerja inovatif, *self efficacy* yang lebih tinggi memungkinkan individu untuk melihat tantangan sebagai sesuatu yang dapat diatasi. Kemudian individu dengan *optimisme* yang tinggi cenderung akan bersikap positif untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Pada kaitannya dengan perilaku kerja inovatif, *hope* yang tinggi akan dapat mengerahkan segala usahanya dalam memperoleh kesuksesan. *Resiliency* yang tinggi dapat memberikan mekanisme yang dibutuhkan oleh individu dalam memecahkan masalah secara inovatif (Luthans, Youssef, dkk., 2007).

Berdasarkan permasalahan diatas, maka muncul pertanyaan pada peneliti yaitu apakah ada hubungan antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan produksi TVRI Yogyakarta?

**METODE**

Subjek dalam penelitian ini adalah para karyawan produksi TVRI di Yogyakarta dengan jumlah subjek sebanyak 60 karyawan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Pada penelitian ini skala likert yang digunakan yaitu dengan empat alternatif jawaban. Skala ini terdiri dari pernyataan *favorable*. Aitem *favorable* memiliki pilihan jawaban dan nilai sebagai berikut : (SS) sangat sesuai =4, (S) sesuai =3, (TS) tidak sesuai =2, dan (STS) sangat tidak sesuai =1. Subjek diminta memilih jawaban di antara 4 jawaban alternatif tersebut dengan diberi tanda ceklis pada setiap item. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan *alpha cronbach* untuk mengukur reliabilitas alat uji. Pendekatan ini bertujuan untuk melihat konsistensi antar item atau antar bagian dalam skala. Lebih lanjut (Azwar, 2012) menyatakan koefisien reliabilitas berada dalam rentang 0 sampai 1,00. Semakin tinggi (mendekati 1,00) berarti semakin tinggi reliabilitasnya dan sebaliknya, koefisien yang mendekati 0 berarti reliabilitasnya semakin rendah.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis terhadap data penelitian diperoleh deskripsi statistik, pada masing-masing variabel diperoleh jumlah aitem skala perilaku kerja inovatif adalah sebanyak 9 butir. Skor terendah adalah 1 dan skor tertinggi 4. Skor minimum hipotetik subjek yaitu 1x9 = 9 dan skor maksimal hipotetiknya yaitu 4x9 = 36. Rerata hipotetik (36+9) :2= 22,5 dengan standar deviasi (36 – 9) : 6 = 4,5. Data empirik skala perilaku kerja inovatif skor terendah adalah 21 dan tertinggi 36. Rerata empirik 29,92 serta standar deviasi sebesar 3,637.

Sementara skala *psychological capital* memiliki jumlah aitem sebanyak 24 butir. Skor terendah adalah 1 dan skor tertinggi adalah 4. Skor minimum hipotetik yang diperoleh yaitu 1x24 = 24 dan skor maksimal hipotetiknya yaitu 4x24 = 96. Rerata hipotetik (96+24) : 2 = 60 dengan standar deviasi (96-24) : 6 = 12. Data empirik skala *psychological capital* skor terendah adalah 64 dan tertinggi 96. Rerata empirik 79,00 serta standar deviasi sebesar 7,420.

Penelitian ini mengenai hubungan *psychological capital* dan perilaku kerja inovatif pada karyawan TVRI Yogyakarta yang merupakan salah satu industri kreatif pada ranah televisi yang melibatkan 60 karyawan bagian produksi program acara dan berita dengan usia 18-65 tahun, memiliki masa kerja minimal 1 tahun. Berdasarkan hasil kategorisasi variabel perilaku kerja inovatif, diketahui bahwa subjek penelitian memiliki perilaku kerja inovatif yang tinggi sebanyak 5 responden atau 8,3%, 55 responden atau 91,7% memiliki perilaku kerja inovatif sedang, dan 0 responden atau 0% memiliki perilaku kerja inovatif yang rendah. Hasil kategorisasi variabel *psychological capital* diketahui bahwa subjek penelitian memiliki skor *psychological capital* dalam tingkat tinggi sebesar 2 responden atau 3,3%, 58 responden atau 86,7% memiliki tingkat *psychological capital* yang sedang dan 0 responden atau 0% memiliki tingkat *psychological capital* yang rendah.

Hasil *product moment* menunjukkan koefisien korelasi sebesar (rxy) = 0,794 antara variabel dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 (p<0,05) dan diperoleh koefisien determinasi (R squared) antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif (R2) sebesar 0,630 yang berarti bahwa *psychological capital* memberikan sumbangan efektif sebesar 63% terhadap perilaku kerja inovatif 37% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan, dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penilitian ini diterima.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan semakin tinggi *psychological capital* maka perilaku kerja inovatif cenderung tinggi. Sebaliknya, semakin rendah *psychological capital* maka perilaku kerja inovatif cenderung rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rulevy dan Parahyanti (2016) bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara *psychological capi*tal dengan perilaku kerja inovatif di Industri Kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan Xyz. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Wahyuni (2020) bahwa *psychological capital* memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan *start-up*. Penelitian serupa lainnya yang dilakukan oleh Moegni dan Sulistiawan (2012) menunjukkan bahwa tidak terdapatnya hubungan yang signifikan pada *psychological capital* dan perilaku kerja inovatif dengan sampel penelitian unit kerja di lingkungan perguruan tinggi X. Menurut Moegni dan Sulistiawan (2012), hal ini disebabkan oleh perilaku inovasi yang cenderung kurang begitu tampak pada organisasi pemerintahan dibandingkan organisasi swasta atau yang berorientasi waralaba. Menurut Ng dan Fieldman (dalam Moegni & Sulistiawan, 2012), di dalam organisasi pemerintahan terdapat birokrasi yang cukup kuat, kaku, serta tidak mampu mengakomodir perkembangan zaman.

Menurut De Jong & Hartog (2008), perilaku kerja inovatif merupakan perilaku yang diarahkan untuk menerapkan perubahan, menerapkan pengetahuan baru, menciptakan ide baru dan memperbaiki proses kerja untuk meningkatkan kinerja personal atau kelompok. Menurut (Li & Zheng, 2014), terdapat faktor individual yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku inovatif, yaitu *organizational commitment,* dan *psychological capital,*

Menurut Luthans, Youssef & Avilio (2007), *Psychological capital* merupakan suatu keadaan psikologis yang positif pada individu yang berkontribusi pada kemajuan dirinya yang ditandai dengan memiliki kepercayaan diri (*self-efficacy*) untuk menghadapi dan memberikan usaha dalam menyelesaikan tugas yang menantang, memiliki atribusi positif (*optimism*) akan kesuksesan masa kini dan masa mendatang, memiliki harapan (*hope*) dalam mencapai tujuan dan mengarahkan langkah menuju tujuan guna mencapai kesuksesan, serta ketika dilanda masalah dan kesulitan, individu dapat bertahan dan bangkit kembali untuk mencapai kesuksesan (*resiliency*). Terdapat empat aspek dari *psychological capital* menurut Luthans, Youssef & Avilio (2007) yaitu *self-efficacy, hope, optimism, dan resiliency*.

Aspek yang pertama yaitu *self-efficacy*, menurut Luthans, Youssef & Avilio (2007:38) *self-efficacy* yaitu suatu keyakinan dan kepercayaan diri individu terhadap kemampuannya dalam mengarahkan motivasi, sumber daya kognitif, dan melakukan sejumlah tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan tugas pada konteks tertentu. Hal tersebut juga didukung dengan hasil dilapangan dimana subjek merasa bahwa ketika dirinya memiliki keyakinan akan kemampuan dapat menyelesaikan permasalahan dengan melakukan beberapa tindakan seperti mencari dan menemukan solusi akan permasalahan, membuat subjek mampu berkontribusi dalam menyusun strategi di perusahaan untuk mencapai keberhasilan dan juga menggenerasikan idenya menjadi sebuah inovasi yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Untuk mencapai tugas yang dibebankan maka individu akan cenderung untuk memiliki perilaku inovasi dalam pekerjaannya (Moegni & Jovi, 2012:128). Oleh karena itu, *self-efficacy* yang baik akan cenderung memiliki tingkat perilaku inovatif yang baik juga.

Aspek kedua yaitu *hope*, menurut Synder (dalam Luthans, Youssef & Avilio, 2007:66) *hope* adalah keadaan motivasi positif individu yang didasari pada rasa interaktif yang berasal dari keberhasilan individu (energi yang diarahkan pada tujuan) dan jalur (perencanaan untuk memenuhi tujuan). Dari hasil di lapangan, menunjukkan bahwa ketika subjek memiliki kekuatan dan semangat dalam mencapai target kerjanya. Hal tersebut membuat subjek memikirkan berbagai cara untuk mencapai target kerjanya. Individu yang memiliki *hope* tinggi akan memiliki motivasi positif yang berasal dari keberhasilan individu dalam mencapai tujuan sesuai dengan rencana. Sameer (2018:83) berasumsi bahwa individu yang dengan *hope* tinggi memiliki inovasi karena dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Aspek ketiga yaitu *optimism*, Seligman (1998 dalam Luthans, Youssef & Avilio, 2007: 91) mendefinisikan *optimism* sebagai suatu cara individu menganggap bahwa kejadian-kejadian positif sebagai suatu hal yang terjadi karena diri sendiri, bersifat menetap dan dapat terjadi dalam berbagai situasi, dan menganggap kejadian-kejadian negatif sebagai suatu hal yang terjadi akibat hal-hal di luar diri, hanya bersifat sementara, dan hanya terjadi pada situasi tertentu saja. Hal tersebut didukung dengan data di lapangan bahwa subjek yang ketika mengalami masalah memandang masalah tersebut secara positif, hal tersebut membuat subjek selalu percaya bahwa ada hikmah di balik setiap permasalahan dan juga bersikap optimis akan apapun yang terjadi pada pekerjaannya di masa mendatang.

*Optimism* ini dibutuhkan dalam melakukan inovasi karena pada dasarnya optimism menjadikan seseorang percaya bahwa mereka dapat menyelesaikan masalah dan mendapatkan hasil yang baik (Sameer, 2018:85). Sehingga karyawan yang memiliki *optimism* tinggi akan terdorong untuk melakukan inovasi-inovasi yang dipercayai akan berdampak baik bagi pekerjaannya maupun perusahaannya.

Aspek yang terakhir yaitu *resiliency*, menurut Luthans, Youssef & Avilio (2007) *resiliency* merupakan kapasitas yang dapat dikembangkan untuk bangkit kembali dari keterpurukan, permasalahan, kegagalan, bahkan peristiwa-perstiwa positif, kemajuan, maupun penambahan tanggung jawab. Seseorang yang memiliki *risiliency* tinggi mampu untuk belajar dan berkembang dari tantangan yang dihadapi. Data di lapangan juga menunjukkan bahwa ketika subjek mampu bangkit kembali dari kesulitan, seperti mampu melalui masa-masa sulit selama bekerja. Selain itu karyawan juga mampu belajar dan berkembang dari tantangan yang dihadapi, seperti mampu mengerjakan berbagai tugas sekaligus, dan juga mampu bekerja sendiri ketika tempat kerja memaksa. Sehingga dari hal itu, menjadi sebuah tantangan bagi subjek untuk menyelesaikannya dan juga karyawan dapat berkembang dengan adanya tantangan yang dihadapinya tersebut.

Sameer (2018:85) menjelaskan bahwa individu yang memiliki *resiliency* yang lebih tinggi akan cenderung lebih inovatif karena individu cenderung berani mengambil risiko dan lebih dapat menerima perubahan. Karyawan akan terdorong untuk melakukan pengambilan resiko serta memungkinkan untuk menunjukkan perilaku inovatif.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan produksi TVRI Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasi (rxy) = 0,794 dengan p = 0,000 (p<0,05) yang berarti ada hubungan positif antara *psychological capital* dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan. Artinya semakin tinggi *psychological capital* maka semakin tinggi pula perilaku kerja inovatif. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah *psychological capi*tal maka semakin rendah perilaku kerja inovatif.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abbas, M., & Raja, U. (2015). Impact of psychological capital on innovative performance and job stress. Canadian Journal of Administrative Sciences.

Ancok, D. (2012). Psikologi kepemimpinan dan inovasi. Penerbit Erlangga.

De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. Creativity and Innovation Management, 19(1), 23–36. https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x

De Jong, J., & Hartog, D. (2008). Innovative Work Behavior : measurement and validation. Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs, November, 1–27.

Dutta, S., Lanvin, B., & Wunsch-Vincent, S. (2018). Global Innovation Index 2018. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc> nd/3.0/igo/.%0Ahttps://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report

Ekonomi, W. (2020). Jumlah Penonton Televisi Naik 12% sejak Ada PSBB dan WFH. Warta Ekonomi. <https://www.wartaekonomi.co.id/read285326/jumlah-penonton-televisi-naik-12-sejak-ada-psbb-dan-wfh>

Ghazali, A. (2015). Pemetaan industri kreatif di Indonesia. Artikel [on-Line].

Hatta, H. M., & Parahyanti, E. (2016). The relationship between organizational identity and innovative work behavior in creative industry: A Study Among Emplyees of X Company. In Jurnal Psikogenesis (Vol. 4, Issue 1).

Li, X., & Zheng, Y. (2014). The influential factors of employees’ innovative behavior and the management advices. Journal of service science and management, 07(06), 446–450. https://doi.org/10.4236/jssm.2014.76042

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital : measurement and relationship with performance and satisfaction positive psychological capital : measurement and relationship with performance and satisfaction. In Personnel Psychology (Vol. 60). https://digitalcommons.unl.edu/leadershipfacpub/11

Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological Capital: developing the human competitive edge. In psychological capital: developing the human competitive edge. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195187526.001.0001

Michael, H., Hou, S. T., & Fan, H. L. (2011). Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: Optimism as a moderator. Journal of Creative Behavior, 45(4), 258–272. https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2011.tb01430.

Moegini, N., & Sulistiawan, J. (2012). Pengaruh psychological capita terhadap innovative work behaviors: efek moderasi percieved procedural fairness. Majalah Ekonomi, 2, 125–134.

Rulevy, D.F. & Parahyanti, E.(2016). Hubungan *Psychological Capital* Dan Perilaku Kerja Inovatif Di Industri Kreatif: Studi Pada Karyawan Perusahaan Xyz. *Jurnal Psikogenesis,* 4(1).

Sammer, Y.M. (2018). Innovative behavior and psychological capital: Does positivity makeany difference?. Journal of Economics and Management, Vol. 32, No.2, 75-101.

Wahyuni, T. (2020). Hubungan antara psychological capital dengan perilaku kerja inovatif pada karyawan start-up skripsi.

Zumar, D. (2008). Pentingnya Ekonomi Kreatif bagi Indonesia. Warta Ekonomi. <https://dzumar.wordpress.com/2008/09/25/pentingnya-ekonomi-kreatif-bagi-indonesia/>