

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Bisnis desain grafis di Yogyakarta semakin tumbuh dan berkembang, menunjukkan bahwa banyak sekali di setiap sudut kota ditemui usaha-usaha yang berkaitan dengan desain grafis (Admin, 2017). Menurut Herlina (2014) Yogyakarta yang terkenal budaya dan seni menjadi salah satu centra desain grafis terbaik di Indonesia. Usaha desain grafis pun tumbuh subur di sana dan menyebar keberbagai media. Banyak pengusaha bisnis dan khalayak umum dari mahasiswa, komunitas, bahkan *costumer* pribadi yang mempercayakan kebutuhan desain grafis kepada pelaku bisnis yang ada di Yogyakarta seperti desain reklame, baliho, flayer, katalog, dan berbagai macam desain grafis lainnya untuk keperluan promosi maupun kegiatan lainnya. Selain corak desain menarik, jasa desain grafis di Yogyakarta juga menawarkan harga yang terjangkau di bandingkan dengan daerah lainnya.

Kuantitas bisnis dan kualitas produk di Yogyakarta terus meningkat, didukung dengan banyaknya pelaku bisnis yang berasal dari luar kota hadir ke sini, karena kota tersebut dipandang memiliki potensi bisnis yang besar (Eka, 2017). Di Yogyakarta sendiri sudah memiliki 53 proyek desain grafis. proyek tersebut berasal dari pemkot (pemerintahan kota) maupun swasta yang berupa baliho, poster, spanduk, desain kaos, dan lain sebagainya, sehingga tidak menutup kemungkinan di tahun selanjutnya jumlah proyek akan terus melonjak. Hal tersebut membuat lingkup bisnis semakin

kompetitif yang berdampak pada fluktuasi (naik-turunnya pendapatan) perusahaan (Margrit, 2016).

Bisnis desain grafis yang semakin kompetitif membuat pelaku bisnis diuntut untuk mengoptimalkan unsur manusianya yaitu disainer grafis (perancang grafis) yang merupakan seseorang yang berperan sebagai komunikator untuk merancang sajian informasi agar menarik, nyaman, menyenangkan, dan makna pesannya dapat ditangkap oleh *audience* (setiap orang yang melihat desain) (Supriyono, 2010). Menjadi disainer grafis tidaklah mudah karena dibutuhkan kreativitas dan wawasan luas untuk menyampaikan pesan. Kreativitasnya juga dibatasi oleh *design brief* (diarahkan klien), pekerjaandi atur batas waktu, harus cermat memperhatikan ukuran bahan, teknik cetak, pemilihan warna, dan terdapat ketentuan yang tidak bisa dilakukan atas keinginannya sendiri. Artinya disainer grafis tidak bisa leluasa membuat suatu karya, karena harus menyatukan pemikirannya dengan *costumer* setelah itu barulah membuat desain (Sriwitari & Widnyana, 2014).

Pekerjaan sebagai disainer grafis yang penuh dengan rintangan yang tidak menutup kemungkinan disainer grafis akan mengalami ketidak senangan dalam menjalani pekerjaannya. Sebagaimana menurut Herzberg (dalam Munandar, 2004) keadaan yang kurang menyenangkan dalam bekerja akan menimbulkan ketidakpuasan dalam menjalani pekerjaannya, sehingga dapat menimbulkan perilaku malas berangkat ke tempat kerja dan malas dengan setiap tugas-tugas pekerjaan. Menurut Kaswan (2017) ketidakpuasan kerja berdampak pada kinerja karyawan yaitu karyawan akan menunjukkan perilaku yang kurang cekatan menjalani tugasnya, sulit

menjalin hubungan yang baik dengan rekan kerja maupun pengawas, dan kurang termotivasi menyelesaikan pekerjaan. Perilaku tersebut tentunya tidak akan terjadi ketika karyawan memiliki kepuasan kerja di dalam dirinya. Lebih lanjut, kepuasan kerja menjadikan karyawan senang melakukan setiap tugas pekerjaan yang membuatnya termotivasi untuk bekerja lebih giat dan menunjukkan hasil kerja yang lebih banyak (Munandar, 2004). Menurut Geetha (2015) desainer grafis yang merasakan kepuasan dalam bekerja akan dapat menjadikannya lebih terdorong untuk menyelesaikan desain dengan tepat waktu namun tidak mengabaikan estetika karya sesuai keinginan konsumen. Lebih lanjut, desain grafis juga akan bekerja secara optimal untuk menghasilkan karya yang berkualitas tinggi, sehingga isi pesan dari karya tersebut dapat memukau sasaran yang di tuju. Dengan demikian, adanya kepuasan kerja menjadikan perusahaan memiliki sumber daya manusia yang berdedikasi dan berkualitas, sehingga dapat menghadapi fluktuasi (naik-turunnya pendapatan) yang kerap terjadi di lingkup bisnis yang dinamis (Perreault & McCarthy dalam Amelia, 2016).

Kepuasan kerja merupakan sikap karyawan terhadap pekerjaan yang mencerminkan pengalaman menyenangkan dan tidak menyenangkan serta harapan-harapan terhadap pengalaman masa depan (Wexley & Yukl, 2003). Kaswan (2017) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai perasaan senang yang dihasilkan dari persepsi karyawan bahwa pekerjaan dapat memenuhi nilai-nilai penting pekerjaannya. Kepuasan kerja menjadi pendorong keadaan emosi senang atau emosi positif maupun emosi negatif yang berasal dari pandangan terhadap pekerjaan atau pengalaman

kerjanya. Robbins dan Judge (2013) menyatakan bahwa kepuasan kerja merupakan perasaan positif karyawan terhadap suatu pekerjaan, hal tersebut merupakan dampak atau hasil evaluasi dari berbagai aspek pekerjaan yang telah dilakukan karyawan.

Kepuasan kerja terbagi dalam tiga aspek yaitu aspek pekerjaan yang ditandai dengan kepuasan terhadap memandang pekerjaannya melalui perasaan serta sikap karyawan dari berbagai aktivitas dalam menyelesaikannya. Aspek kompensasi yang ditandai dengan kepuasan terhadap kompensasi melalui sejumlah upah yang diterima karyawan dari organisasi yang sesuai dengan beban kerja, keinginan dan harapan karyawan. Aspek pengawasan yang ditandai denganh kepuasan terhadap pengawas melalui pandangan karyawan bahwa pengawas mampu berperilaku bijaksana dengan senantiasa memberikan bantuan dan dukungan perilaku kepada karyawan yang membutuhkannya (Wexley & Yukl, 2003).

Kepuasan kerja berperan penting dalam lingkup bisnis karena dapat meningkatkan kebahagiaan hidup karyawan, meningkatkan produksi secara kuantitas maupun kualitas, pengurangan biaya melalui perbaikan sikap dan tingkah lakunya, sehingga konsumen akan menikmati hasil kerja karyawan yaitu puas dengan hasil kerja yang ditunjukkannya (As'ad, 2004). Kepuasan kerja yang dimiliki karyawan akan membuanya menunjukkan emosi positif yaitu hasil dari persepsinya mengenai seberapa baik pekerjaan memberikan hal yang dinilai penting sehingga dapat meningkatkan kinerjanya (Kaswan, 2017). Menurut Robinson, dkk. (2004) adanya kepuasan kerja dalam diri karyawan akan menimbulkan perasaan menyenangkan yang dapat memberikan pertumbuhan karier, menunjukkan perkembangan peluang

dalam bekerja, dan membantu karyawan dalam menyeimbangkan antara pekerjaan dengan kehidupan pribadinya, sehingga mampu menciptakan persaingan dalam jangka waktu yang lama dengan performa kerjanya sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan dan memuaskan konsumen (Robbins, 2008).

Akan tetapi pada kenyataannya, dari hasil data penelitian yang dilakukan oleh Inkiriwang (2018) menunjukkan bahwa kepuasan kerja karyawan dalam kategori tinggi hanya sebesar 18% (9 subjek), katagori sedang sebesar 44% (22 subjek), dan kategori rendah sebesar 38% (19 subjek), sehingga dalam penelitian ini sebagian besar subjek memiliki kepuasan kerja dalam kategori rendah. Hasil penelitian Supriadi, Pridana, dan Indra (2017) juga mengungkapkan bahwa kondisi kepuasan kerja karyawan masih rendah dan belum sesuai dengan yang diharapkan yaitu berada di bawah 80%. Artinya data tersebut menunjukkan bahwa masih banyak karyawan yang belum memiliki kepuasan kerja di dalam dirinya.

Sejalan dengan data tersebut, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 20 Maret 2018 hingga 22 Maret 2018 pada disainer grafis yang beekrja di Yogyakarta dengan menggunakan aspek – aspek kepuasan kerja yang dikemukakan oleh Wexley dan Yukl (2003). Diperoleh 6 dari 8 subjek pada aspek pekerjaan mengatakan bahwa pekerjaan terlalu berat karena harus menyeimbangkan pemikirannya dengan *costumer* yang terkadang berlainan, pekerjaan dikejar waktu serta target dan kurang mendapatkan libur. Pada aspek kompensasi, gaji yang tidak sesuai beban kerja dan bonus tidak terlalu besar membuat subjek malas untuk melakukan pekerjaannya. Pada aspek pengawasan, ketika subjek mengalami kesulitan

mengerjakan desain maka atasan kurang memberikan solusi dan hanya melihat saja tanpa membantu, sehingga subjek jarang memberikan pendapatnya. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa 6 dari 8 subjek belum memiliki kepuasan kerja didalam dirinya., yang dilihat dari aspek pekerjaan, kompensasi, dan pengawasan.

Menurut Mangkunegara (2002) kepuasan kerja memiliki dua faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu pertama faktor karyawan yang meliputi kecerdasan (IQ), umur, jenis kelamin, kondisi fisik, pendidikan, pengalaman kerja, masa kerja, kepribadian, emosi, cara berpikir, persepsi, sikap kerja, dan kecakapan khusus, selanjutnya yang kedua adalah faktor pekerjaan meliputi jenis pekerjaan, struktur organisasi, pangkat, kedudukan, mutu pengawasan, jaminan finansial, promosi, interaksi sosial, dan hubungan kerja. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja, maka peneliti memilih faktor karyawan yang meliputi kecakapan khusus. Menurut Stoltz (2004) hidup ini bisa diibaratkan seperti mendaki gunung untuk mencapai kepuasan melalui usaha yang tidak kenal lelah. Usaha tersebut dapat melalui kecakapan khusus yaitu salah satunya dengan adanya inteligensi *Adversity Intelligence* (AI) dalam diri karyawan, sehingga dapat mengubah hambatan menjadi peluang karena kecakapan ini merupakan penentu seberapa jauh seseorang mampu bertahan dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan.

Hal tersebut, sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryanti (2016) bahwa AI terbukti dapat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan. hasil penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2017) juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara AI dengan kepuasan kerja karyawan. Berdasarkan hasil

penelitian Suryanti (2016) dan Ningsih (2017), maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja dapat tumbuh dalam diri seseorang karena adanya peran penting dari AI. Peneliti juga menyimpulkan bahwa desainer grafis merupakan bagian dari karyawan disuatu perusahaan atau organisasi. Perbedaan antara keduanya adalah tergantung dari *job description*-nya (deskripsi tugas). Menurut Supriyono (2010) desainer grafis memiliki tugas-tugas pekerjaan untuk merancang sajian informasi agar menarik, nyaman, menyenangkan, dan makna pesannya dapat ditangkap oleh *audience* (setiap orang yang melihat desain). Selanjutnya, karyawan bermacam-macam jenisnya salah satunya karyawan toko memiliki tugas pekerjaan yaitu melakukan display (penempatan) barang sesuai dengan pengelompokkan yang disesuaikan ukuran dan warna (*grouping*), memasang label harga (*price tag*), menjaga kerapihan dan kebersihan barang (Agja, 2016). Artinya dari berbagai jenis pekerjaan dapat disimpulkan bahwa setiap karyawan di berbagai bidang pekerjaannya memiliki deskripsi tugas yang berbeda-beda. karyawan toko merasakan kepuasan ketika dapat bertahan menghadapi customer yaitu dengan AI yang dimilikinya (Suryanti, 2016). Sedangkan, desainer grafis memiliki kepuasan tidak hanya dengan mengelola dan menghadapi customer saja melainkan harus mampu menyatukan idenya dengan customer, mengetahui jenis warna dan bahan yang sesuai dengan desain, dan di kejar oleh target namun desain tetap berkualitas, tentunya desainer grafis dapat menyelesaikan tugas-tugas tersebut dengan adanya peran AI yang ada dalam dirinya, sehingga jika tugas dapat terselesaikan dengan baik maka desainer akan merasakan kepuasan didalam dirinya (Supriyono, 2010).

Stoltz (2004) menyatakan bahwa selain *Intelligence Quotient* (IQ) dan *Emotional Intelligence* (EQ) yaitu ada *Adversity Quotient* (AQ). Ketiga kecerdasan tersebut saling terkait dan saling memberikan kontribusi yang besar satu sama lain dalam upaya mencapai keberhasilan. Hal ini memperlihatkan bahwa dalam diri seseorang tidak hanya menuntut kecerdasan intelektual, emosi, dan sosial, tetapi sangat dibutuhkan kecerdasan menghadapi rintangan. Menurut Farelin dan Kustanti, (2017) AQ dapat pula disebut sebagai *Adversity Intelligence* (AI), dimana AI diperlukan untuk menghadapi berbagai kesulitan yang dialami dalam kehidupan seseorang. Wijaya (2007) juga menyatakan bahwa AI adalah tingkat kegigihan individu dalam menjalani segala tantangan yang dihadapi dalam hidupnya. Stoltz (2004) mendefinisikan AI sebagai kecerdasan yang dapat membantu seseorang memperkuat ketekunan dalam menghadapi tantangan hidup sehari-hari seraya tetap berpegang teguh pada prinsip tanpa memperdulikan yang sedang terjadi.

Menurut Stoltz (2004) aspek-aspek dari AI mencakup beberapa komponen yang disingkat menjadi CO2RE, antara lain *control* (kendali) merupakan kemampuan mengendalikan dan mengelola peristiwa yang menimbulkan kesulitan. *Origin* (kepemilikan) dan *ownership* (pengakuan) merupakan sejauh mana seseorang mempermasalahkannya dirinya ketika kesalahan berasal darinya. *Reach* (jangkauan) merupakan sejauh mana kesulitan dapat mengganggu aktivitas lainnya. *Endurance* (daya tahan) merupakan kecepatan dan ketepatan dalam memecahkan masalah.

AI merupakan kemampuan seseorang untuk dapat mengatasi secara teratur dalam setiap kesulitan yang dihadapi dalam kehidupannya (Stoltz, 2004). AI dapat

berkorelasi dengan berbagai variabel, salah satunya variabel kepuasan kerja. Menurut Stoltz (2004) hidup ini bisa diibaratkan seperti mendaki gunung untuk mencapai kepuasan melalui usaha yang tidak kenal lelah. Usaha tersebut dapat melalui kecakapan khusus yaitu salah satunya dengan adanya AI dalam diri karyawan, sehingga dapat mengubah hambatan menjadi peluang karena kecakapan ini merupakan penentu seberapa jauh seseorang mampu bertahan dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan. Pada saat seseorang bisa menghadapi dan menyelesaikan kesulitannya maka akan menunjukkan kepuasan kerjanya dengan bekerja secara optimal untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi (Robbins, 2008).

AI yang dimiliki membuat seseorang mampu mengamati dan mengolah masalah dengan kecerdasan yang dimiliki, sehingga dapat tetap bertahan dalam menghadapi rintangan. Ketahanan tersebut akan menghasilkan kesuksesan yaitu dapat menyelesaikan peristiwa dengan cara yang tepat (Stoltz, 2004). Peristiwa yang dapat teratasi membuat seseorang merasakan kesenangan dalam dirinya yang terjadi melalui kepuasan kerjanya. Seseorang yang terpuasakan akan rajin bekerja, termotivasi menyelesaikan pekerjaan, terpenuhi kebutuhan aman dalam dirinya, dan menunjukkan hasil kerja terbaik untuk perusahaan tempatnya bekerja (Wexley & Yukl, 2003). Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Ningsih (2017) yang mengungkapkan bahwa AI dapat memberikan sumbangan efektif sebesar 31.2% terhadap kepuasan kerja. Kontribusi tersebut mengindikasikan bahwa AI memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan kerja karyawan.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “apakah terdapat hubungan antara AI dengan kepuasan kerja pada disainer grafis di Yogyakarta?”

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara AI dengan kepuasan kerja pada disainer grafis di Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam bidang psikologi industri dan organisasi, yang berhubungan dengan Sumber Daya Manusia khususnya dalam lingkup bisnis desain grafis, AI dan kepuasan kerja pada disainer grafis.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai hubungan AI dengan kepuasan kerja pada disainer grafis agar membantu subjek maupun masyarakat umum dapat memahami gambaran tentang hal tersebut, sehingga subjek maupun masyarakat dapat menambah ilmu pengetahuannya tentang AI, kepuasan kerja, dan hubungan keduanya pada disainer grafis.