

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang**

Dalam rangka mengurangi krisis ekonomi saat ini, ekonomi kreatif sangat dibutuhkan. Pangestu, M, E. (2008) dalam buku yang diterbitkan Departemen Perdagangan Republik Indonesia menyebutkan bahwa dengan adanya ekonomi kreatif diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah seperti; rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis yang rata-rata hanya mencapai 4,5% pertahun, tingginya angka pengangguran yang berkisar 9-10%, tingkat kemiskinan 16-17%, dan rendahnya daya saing industri yang ada di Indonesia. Selain itu, ekonomi kreatif juga dapat menjawab tantangan tentang *global warming* karena arah dari pengembangan industri kreatif ini adalah penciptaan produk dan jasa menuju industri yang ramah lingkungan.

Pangestu, M, E. (2008) dalam buku yang diterbitkan Departemen Perdagangan Republik Indonesia menyatakan bahwa Republik Indonesia dalam ekonomi kreatif berfokus pada penciptaan barang dan jasa yang mengandalkan bakat, keahlian, serta kreativitas sebagai kekayaan intelektual. Dan hal tersebut merupakan suatu harapan bagi Indonesia untuk bangkit dan bersaing untuk meraih keunggulannya dalam ekonomi global ini.

Kreativitas sangat penting dalam dunia kerja. Karena dengan adanya kreativitas organisasi dapat berinovasi dan meningkatkan daya saing (Shalley, Zho, & Oldham, 2004; Wang & Wu, 2012; Wu, 2007; Wu, 2010; Chiang, Hsu, &

Hung, 2014). Kreativitas sangat penting pada abad 21 untuk memimpin dan beradaptasi terhadap perubahan. Peneliti menemukan beberapa antesedan yang dapat menjadi penyebab kreativitas. Penelitian yang diadakan oleh Çekmecelioglu dan Günsel (2011) menyatakan penemuannya terhadap faktor-faktor kontekstualnya menemukan bahwa otonomi memiliki dampak positif pada kedua perilaku kreatif dan prestasi kerja. Otonomi ini berguna untuk melakukan inovasi-inovasi pada individu. Untuk menghadapi abad ke 21 inilah kreativitas bagi setiap individu sangat diperlukan untuk menjadikan organisasi lebih maju lagi.

Kreativitas juga berhubungan dengan faktor-faktor personal dan kontekstual yang dengan adanya hal tersebut dapat merangsang ide-ide kreatif di tempat kerja. Penelitian lainnya juga menyatakan bahwa faktor kepribadian dan kognitif juga berpengaruh dalam membentuk kreativitas. Hal ini juga berkaitan dengan adanya faktor-faktor individu yang sangat berpengaruh untuk kreativitas yang ada (Amabile, Schatzel, Moneta & Kramer, 2004 ;Rodan & Galunic, 2004;Tierney & Farmer, 2002; Zhou, 2003; Shalley et al 2004).

Kreativitas menawarkan kesempatan untuk memfokuskan pada proses penciptaan dan lebih khusus lagi bagaimana strategi yang dibuat untuk mengatasi permasalahan. Kreativitas juga berguna untuk memahami dengan lebih baik tentang strategi dan pengembangan suatu organisasi maupun individu (Rothman & Koch, 2014). Kreativitas juga diartikan sebagai suatu generasi baru yang dapat memberikan ide-ide baru tentang produk, jasa, dan suatu metode kerja untuk keberhasilan organisasi (Amabile, 1988; Oldham, 2003; Oldham & Cummings, 1996; Shalley, 1991 dalam Zhang & Zhou, 2014). Penelitian tentang kreativitas

karyawan mengambil pendekatan interaksional. Kreativitas merupakan hasil dari interaksi antara faktor-faktor kontekstual dan karakteristik individu (Woodman, Sawyer, & Griffin, 1993 dalam Zhang & Zhou, 2014). Fotografer sangat membutuhkan kreativitas untuk menghasilkan karya seninya.

Proses untuk berkarya seni dalam fotografi adalah memberi jiwa pada karya foto. Fotografer yang sebagaimana seniman lainnya, dia bekerja menggunakan otak dan hatinya untuk segala tindakan yang dilakukan, terutama dalam proses pengambilan obyek karya seninya. Setelah itu dia akan mengetahui hasil yang diperolehnya sehingga dapat melakukan tindakan selanjutnya yang berguna untuk mendukung ide dan gagasannya. Masalah fotografi pada dasarnya mencakup beberapa aspek yang cukup kompleks, diantaranya: kamera, pencahayaan, penempatan subyek utama, kamar gelap, aspek pesan, aspek presentasi, pemakaian filter, pemotretan gerak, dan kreativitas fotografer sebagai pengarah gaya. Dalam bidang fotografi, terutama fotografi komersil, pengarah gaya untuk model fotografi sangat menentukan hasil dari foto. Di sinilah peran kreativitas fotografer sangat diperlukan untuk menentukan hasil dari fotonya karena pengarah gaya pada model fotografi sangat tergantung pada bagaimana fotografer membuat pengarah (Giwanda, 2002).

Ide baru membutuhkan usaha seseorang untuk memecahkan masalahnya dengan berpikir secara kreatif. Peneliti juga berpendapat bahwa orang-orang dapat berkesempatan dengan baik untuk mencurahkan ide-ide baru dan kreatifnya apabila mereka mencurahkan banyak energi dalam menyelesaikan permasalahan dari berbagai perspektif dan mengumpulkan berbagai informasi yang relevan

untuk tujuannya (Zhang & Bartol 2010 dalam Chiang et al 2014). Beberapa faktor individu dan kontekstual seperti kepribadian, kognitif, dan lingkungan kerja berpengaruh dalam kreativitas seseorang ( Scott & Bruce, 1994 dalam Bronnick & Mathisen, 2009). Baru-baru ini, peneliti mulai mengatasi mekanisme faktor-faktor yang meningkatkan kreativitas untuk mencoba membuka “kotak hitam” (Choi, 2004; Zhou & George, 2001 dalam Bronnick & Mathisen, 2009). Salah satu konsep yang terkait dalam hal kreativitas dan mendapat banyak perhatian adalah *self efficacy* yang didefinisikan sebagai keyakinan dan kemampuan yang dimiliki untuk menghasilkan hal-hal yang kreatif (Tierney & Farmer, 2002 dalam Bronnick & Mathisen, 2009). *Self efficacy* ini berasal dari Bandura (1997). Bandura mengakui bahwa kemungkinan terdapat hubungan antara *self efficacy* dan kreativitas.

*Self-efficacy* merupakan suatu penilaian individu terhadap kemampuan diri yang disesuaikan dengan hasil yang dicapai (Bandura, 1997). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Beattie, Fakehy, dan Woodman (2014) menyatakan bahwa kondisi yang dinamis dalam *self-efficacy* memiliki hubungan positif dengan kinerja seseorang.

Fotografer yang akan selalu diharapkan dapat berkekrativitas tentunya akan dituntut untuk memenuhi tuntutan zaman yang selalu bersifat dinamis. Terlebih lagi dalam Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) fotografi termasuk dalam ekonomi kreatif yang diharapkan mampu mengurangi krisis ekonomi saat ini. Oleh karena itulah *self-efficacy* berpengaruh penting dalam kreativitas seorang fotografer.

Tingginya daya saing di bidang industri fotografi, membuat para pelaku dari industri fotografi harus bisa meningkatkan kreativitasnya. Hasil pengukuran Tim Studi Ekonomi Kreatif (2014) terhadap industri kreatif, diketahui bahwa sumber daya kreatif pada bidang fotografi sebanyak 4,3 dari skala 10, dan daya saing industrinya sebesar 5,1 dari skala 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa bidang fotografi masih membutuhkan kreativitas yang tinggi untuk dapat meningkatkan daya saing industrinya.

Masalah kreativitas dalam fotografer seringkali karena ide yang tidak muncul. Fotografer yang diharuskan untuk terus memperbarui kreativitasnya agar konsumen tidak merasa bosan dengan foto-foto dan konsep-konsepnya. Oleh karena itu fotografer diharapkan untuk dapat terus meningkatkan kreativitasnya agar dapat bersaing dengan fotografer-fotografer lainnya.

Sejalan dengan tujuan dari salah satu komunitas di Surabaya yaitu komunitas *Mini Walk* Surabaya yang ingin *re-branding* Surabaya menjadi salah satu kota dengan ekonomi kreatif di bidang fotografi, maka penulis menggunakan Surabaya dan komunitas tersebut sebagai penelitian yang dilakukan oleh penulis.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Fotografi berasal dari kata foto yang berarti cahaya dan grafis yang berarti gambar. Secara harfiah fotografi bisa diartikan sebagai teknik melukis dengan cahaya. Fotografi merupakan gabungan ilmu, teknologi, dan seni. Perpaduan yang harmonis antara ketiganya bisa menghasilkan sebuah karya yang mengagumkan. Tentunya dengan *skill* serta sentuhan seni sang fotografer, sebuah foto bisa

menjadi berarti (Mulyanta, 2007). Fotografer merupakan aspek penting bagi terciptanya sebuah foto, karena fotograferlah pelakunya.

Dengan berkembangnya era teknologi ini, fotografi semakin banyak diminati dan dicari. Oleh karena ini fotografer harus bisa mengembangkan dirinya sendiri dalam seni fotografi. Fotografer harus bersifat dinamis agar bisa mengembangkan dirinya dan mengikuti kemajuan zaman. Penelitian menemukan beberapa antesedan yang dapat menjadi penyebab kreativitas. Penelitian yang diadakan oleh Çekmecioglu dan Günsel (2011) menyatakan penemuannya terhadap faktor-faktor konstektualnya menemukan bahwa otonomi memiliki dampak positif pada kedua perilaku kreatif dan prestasi kerja. Otonomi ini berguna untuk melakukan inovasi-inovasi pada individu. Untuk menghadapi abad ke 21 inilah kreativitas bagi setiap individu sangat diperlukan untuk menjadikan organisasi lebih maju lagi.

Self-efficacy terbukti berpengaruh dalam kreativitas. Dengan mengoptimalkan self-efficacy maka seseorang akan dapat meningkatkan kreativitas yang dia miliki (Tamannaefar dan Motaghedifard, 2014).

### **1.3.Batasan Masalah**

#### **1.3.1. Fotografer**

Fotografi adalah teknik melukis dengan cahaya. Fotografi merupakan gabungan ilmu, teknologi, dan seni. Perpaduan yang harmonis antara ketiganya bisa menghasilkan sebuah karya yang mengagumkan. Tentunya dengan *skill* serta sentuhan seni sang fotografer , sebuah foto bisa menjadi

berarti (Mulyanta, 2007). Sedangkan fotografer ialah seseorang yang melakukan fotografi.

### **1.3.2. Kreativitas**

Menurut KBBI, kreatif adalah memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan; bersifat (mengandung) daya cipta. Sedangkan arti kreativitas menurut KBBI adalah kemampuan untuk mencipta; daya cipta; perihal berkreasi; kekreatifan.

Kreativitas juga merupakan suatu produksi ide atau solusi yang baru dan berguna. Kreativitas merupakan kunci untuk berinovasi dan merupakan keberhasilan bagi pelaksanaan ide-ide kreatif (Amabile, 1988,1996 dalam Rosso, 2014). Dan agar ide-ide atau solusi tersebut dapat dianggap sebagai suatu kreativitas mereka harus baru dan berpotensi serta berharga bagi organisasi. kreativitas menyediakan sumber penting bagi keuntungan kompetitif dan nilai yang penting bagi keberhasilan organisasi yang mengandalkan produk yang inovatif dan teknologi (George dalam Rosso, 2014).

Kreativitas merupakan suatu kemampuan mental dan berbagai jenis keterampilan khas manusia dimana kemampuan tersebut dapat melahirkan pengungkapan yang unik, berbeda, orisinal, baru, indah, efisien, tepat sasaran, dan tepat guna (Chandra, 1994 hal 17-18 dalam Fadli, 2015). Menurut Munandar (1999) dalam Fadli (2015) kreativitas juga bisa diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menciptakan produk baru, namun pada

kenyataannya tidak seluruh produk harus baru. Kombinasi dari unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya juga dapat dikategorikan sebagai penciptaan produk yang kreatif, seperti sepatu dan roda dibuat sebuah produk kreatif baru, yaitu menjadi sebuah sepatu roda.

### **1.3.3. *Self-Efficacy***

Menurut Bandura (1997), *Self-Efficacy* adalah suatu kepercayaan atau keyakinan mengenai kemampuan dirinya sendiri dalam mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan mengelola dan menangani situasi yang ada. Jadi, *Self-Efficacy* adalah keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk bisa mengendalikan situasi tertentu agar memperoleh keberhasilan tertentu. Dapat disimpulkan bahwa, *Self-Efficacy merupakan* penentu bagaimana orang dalam berpikir, bertindak, dan merasakan situasi tertentu.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah *self-efficacy* memiliki hubungan terhadap pembentukan kreativitas pada fotografer?

## **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *self-efficacy* memiliki hubungan terhadap pembentukan kreativitas pada fotografer.



## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan informasi tentang kajian ilmu psikologi industri dan organisasi terkait dengan hubungan *self-efficacy* terhadap tingkat kreativitas fotografer.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi fotografer dalam menggunakan *self-efficacy* untuk kreativitasnya.
2. Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi industri fotografi yang membutuhkan tingkat kreativitas pada pekerjaannya.