

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini semua organisasi yang berorientasi pada profit mendapatkan banyak tantangan, diantaranya teknologi yang sangat cepat sekali dalam berkembang dan meningkatnya persaingan usaha di dalam negeri akibat globalisasi, meningkatnya persaingan usaha disebabkan munculnya perusahaan-perusahaan baru pada jenis usaha yang sama (Hunen, 2006). Menurut Ancok (2012) banyak perusahaan yang kalah bersaing dengan perusahaan lainnya disebabkan karena perusahaan terus bertahan dengan gaya bisnisnya dan tidak melakukan perubahan atau inovasi baik terhadap produk ataupun proses. Organisasi terperangkap dalam cara yang lama di dalam menjalankan organisasinya dan tidak menggunakan cara-cara baru yang lebih efektif dan efisien, kebanyakan perusahaan hanya fokus pada perbaikan yang dilakukan secara terus menerus tanpa mengeluarkan sesuatu yang baru (Ancok, 2012).

Oleh karena itu, pada era sekarang ini penting bagi perusahaan untuk melakukan inovasi. Inovasi bertujuan untuk menghasilkan berbagai macam keuntungan seperti, peningkatan finansial, peningkatan kepuasan dan lain-lain (Carmelli, Meitar dan Weisberg., 2006). Menurut De Jong (2007) Inovasi memegang peranan penting dalam hal meningkatkan daya saing perusahaan di zaman sekarang, perusahaan secara berkelanjutan harus memperbaharui dan meningkatkan layanan serta produk yang mereka tawarkan untuk terus bertumbuh

dan bertahan dalam jangka panjang. Menurut Jonas dan Sommerlette (1999), perusahaan harus membangun inovasi dikarenakan berbagai hal seperti banyaknya peniruan yang dilakukan oleh perusahaan lain dan fenomena pembajakan karyawan oleh kompetitor yang marak terjadi, dimana karyawan tersebut membawa pengetahuan dari perusahaan sebelumnya. Terbatasnya pemahaman perusahaan dalam pengembangan inovasi dapat mengakibatkan terjadinya stagnansi dalam perusahaan, baik dalam proses maupun output. Kondisi tersebut jika dibiarkan akan membuat perusahaan tersisih dalam persaingan (Jonas dan Sommerlette, 1999).

Terdapat 3 komponen modal dari perusahaan yang mendukung dan berhubungan dengan inovasi, yaitu modal manusia, modal kepemimpinan dan modal struktural (Ancok, 2012). Salah satu modal yang mendukung inovasi perusahaan adalah manusia. Orang-orang yang terdapat dalam perusahaan menjadi faktor penting dalam inovasi yang dilakukan perusahaan karena diperlukan orang-orang hebat sebagai perencana dan pelaksana kegiatan agar perusahaan memiliki kemampuan inovasi yang hebat (Ancok, 2012). Menurut De Jong (2007), salah satu cara agar perusahaan menjadi lebih inovatif adalah dengan memotivasi dan memfasilitasi kemampuan karyawan mereka untuk melakukan inovasi. Kemampuan karyawan untuk berinovasi merupakan kemampuan masing-masing individu dalam melakukan proses inovasi atau perilaku inovatif individu (De Jong, 2007).

Perilaku inovatif adalah beberapa tahapan proses di mana seorang individu menghasilkan ide-ide dan solusi baru, bekerja untuk mempromosikan dan membangun dukungan bagi mereka, serta menghasilkan prototipe atau model yang

berguna dan bermanfaat untuk perusahaan (Carmelli, Meitar dan Weisberg., 2006). Perilaku inovatif merupakan kreasi dan aplikasi dari ide-ide yang dihasilkan dalam peran kerja, kelompok ataupun organisasi (Janssen, 2000). Sedangkan menurut De Jong (2007), perilaku inovatif adalah perilaku individu yang langsung berhubungan pada pemunculan, pengenalan dan implemmentasi gagasan dalam kelompok ataupun organisasi. Perilaku inovatif merupakan tindakan membuat ide-ide dan solusi-solusi untuk kemudian dikenalkan dan pada akhirnya ide dan solusi tersebut diimplementasikan pada kehidupan nyata (Scott dan Bruce, 1994).

Perilaku inovatif memberikan keuntungan bagi organisasi karena perilaku inovatif adalah pondasi dari berbagai performa tinggi yang dicapai perusahaan, sehingga studi tentang apa yang memotivasi perilaku inovatif individu menjadi sangat penting untuk dilakukan (Scott dan Bruce, 1994). Pernyataan tersebut didukung oleh De Jong (2007), yang mengatakan bahwa perilaku inovatif dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan melalui penciptaan ide-ide dalam menghasilkan produk atau jasa yang lebih baik. Para ilmuwan dan praktisi mempunyai pandangan yang sama bahwa perilaku inovatif individu mempunyai andil dalam kesuksesan organisasi (Smith, 2002 dalam Kaboli, M., Shaemi, R., Teimouri, H, 2010).

Beberapa tahun terakhir ini, perusahaan yang bergerak di bidang media televisi berkembang pesat. Hal ini terjadi sejak disahkannya undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Undang-undang tersebut menjadi dasar terbentuknya media televisi lokal di Indonesia. Semenjak adanya undang- undang tersebut banyak media televisi lokal yang bermunculan di Indonesia. Banyaknya

media televisi lokal yang bermunculan di Indonesia, menimbulkan persaingan yang ketat di industri media televisi. Tantangan yang dihadapi media televisi lokal adalah persaingannya dengan media televisi nasional yang secara teknologi dan SDM lebih unggul (Rinowati, 2012). Menurut Rinowati (2012), banyaknya media televisi yang bermunculan berbanding lurus dengan banyaknya orang yang menonton televisi jika dibandingkan dengan media lainnya seperti radio. Tingginya kebutuhan masyarakat akan media televisi, menuntut industri media televisi untuk terus berinovasi. Untuk berinovasi media televisi membutuhkan karyawan-karyawan yang inovatif dalam membuat acara (Rinowati, 2012).

Salah satu media televisi lokal yang berada di Jawa Timur adalah JTV (Jawa Pos Media Televisi). JTV merupakan media televisi lokal pertama yang ada di Indonesia sekaligus media televisi lokal terbesar di Indonesia sampai saat ini. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan eksekutif produser JTV untuk mencari data awal mengenai inovasi dan perilaku inovatif di JTV.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Dinda Nata Melia, salah satu eksekutif produser JTV didapat data bahwa persaingan di industri media televisi sangat ketat. Media televisi lokal harus bersaing dengan media televisi nasional. Menurut Dinda Nata Melia, pada industri media televisi dikenal istilah *share* dan *rating*. *Share* dan *rating* merupakan tolak ukur keberhasilan suatu acara televisi. *Rating* acara yang besar menandakan acara tersebut banyak ditonton oleh masyarakat. Acara yang mempunyai *rating* yang tinggi akan menarik minat dari perusahaan-perusahaan untuk memasang iklan di televisi tersebut, sehingga *share* yang didapatkan akan meningkat. Pada stasiun televisi iklan merupakan hal yang

penting karena dari situlah televisi mendapatkan pemasukan dan keuntungan, sehingga saluran televisi tersebut dapat bertahan dalam bisnisnya. *Share* dan *rating* suatu acara televisi menjadi tanggung jawab bersama dari produser, asisten produser dan editor. Ketiganya bekerja sama untuk membuat acara televisi mempunyai *rating* dan *share* yang tinggi.

Penulis juga melakukan wawancara dengan eksekutif produser lainnya, yaitu bapak Memed. Menurut bapak Memed, karyawan di media televisi dituntut harus inovatif, terutama produser, asisten produser dan editor. Karyawan yang inovatif akan menghasilkan acara-acara televisi yang bagus dan mempunyai *rating* yang tinggi. Pada PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV), perusahaan sangat menekankan karyawan untuk terus melakukan inovasi pada acara yang dipegang, sehingga karyawan harus inovatif.

Kemudian berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Memed, penulis menemukan beberapa masalah di JTV. Menurut Memed, di JTV masih terdapat acara-acara yang mempunyai *rating* dan *share* yang rendah. Ada banyak faktor yang membuat acara memiliki *rating* yang rendah, salah satunya adalah kurangnya inovasi dalam acara tersebut. Menurutnya produser, asisten produser, dan editor sebagai orang yang bertanggung jawab terhadap sebuah acara harus terus melakukan inovasi agar acara tersebut memiliki *rating* dan *share* yang tinggi. Produser, asisten produser dan editor harus inovatif agar acara yang dipegang mempunyai inovasi-inovasi dan tidak monoton. Acara yang tidak ada inovasi dan monoton akan membuat penonton bosan dan berakibat pada rendahnya *rating* acara tersebut.

Dari hasil wawancara terhadap eksekutif produser PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) dapat Sukses atau tidaknya sebuah acara televisi dilihat dari share dan rating acara tersebut. *Rating* yang tinggi menandakan acara tersebut banyak ditonton. Rating yang tinggi pada sebuah acara akan membuat banyak perusahaan memasang iklan di televisi, sehingga televisi tersebut dapat bertahan dalam bisnisnya. *Share* dan *rating* menjadi tanggung jawab bersama dari produser, asisten produser dan editor. Karyawan di industri media televisi dituntut untuk inovatif dalam bekerja, sehingga menghasilkan acara-acara yang bagus.

Kemudian dari hasil wawancara juga dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan mengenai inovasi dan perilaku inovatif di JTV. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa acara-acara di JTV yang masih memiliki *rating* dan *share* yang rendah. *Rating* dan *share* yang rendah tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya inovasi dan monotonnya sebuah acara. Kurangnya inovasi dalam sebuah acara menandakan produser, asisten produser dan editor tersebut kurang inovatif. Produser, asisten produser dan editor dituntut untuk inovatif agar acara yang dipegang memiliki inovasi dan tidak monoton, sehingga acara tersebut mempunyai *rating* dan *share* yang tinggi.

Menurut Kleysen dan Street (2001), perilaku inovatif merupakan semua tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan dan penerapan hal yang baru dan menguntungkan bagi organisasi. Tindakan yang baru dan menguntungkan organisasi dapat berupa ide, produk, teknologi ataupun prosedur baru yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam organisasi (Kleysen dan Street, 2001).

Menurut Patterson, (2009) terdapat dua kategori yang menjadi antecedent dari perilaku inovatif karyawan, yaitu : *employee* dan *work environment*

1. *Employee*. Terdiri dari faktor – faktor yang berasal dari dalam diri individu seperti kognisi, kepribadian, motivasi, pengetahuan, perilaku, emosi, *self efficacy*, *self leadership*,
2. *Work Environment*. Terdiri dari faktor – faktor yang berasal dari luar seperti *social resources (teamworking,, management support)*, *work design (skill, tasks, autonomy)*, *Organisational (reward, organisational culture, psychological contract)*

Disebutkan diatas bahwa faktor dari dalam diri individu dan luar diri individu merupakan antecedent dari perilaku inovatif. Individu menjadi faktor yang penting dalam memunculkan perilaku inovatif individu itu sendiri. Salah satu faktor dalam diri individu yang merupakan antecedent dari perilaku inovatif adalah *self leadership*. *Self leadership* diyakini sebagai salah satu faktor yang menjadi antecedent penting dalam perilaku inovatif individu. *Self leadership* merupakan faktor utama yang memfasilitasi perilaku inovatif individu (DiLiello dan Houghton, 2006). Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya mengenai hubungan *self leadership* dengan perilaku inovatif yang menyatakan terdapat hubungan baik secara langsung maupun tidak langsung (Carmelli, Meitar dan Weisberg., 2006).

Self leadership merupakan proses yang ada dalam diri seseorang untuk meningkatkan motivasi dan mengarahkan dirinya untuk berperilaku sesuai dengan yang diharapkan orang lain kepadanya (Koradt dkk., 2008 dalam Mulyono, 2012).

Sedangkan menurut Neck dan Manz (1996) *self leadership* merupakan sebuah proses mempengaruhi dan memimpin diri sendiri dengan strategi kognitif dan perilaku-perilaku tertentu. *Self leadership* sangat memerlukan kontrol individu atas motivasi, kognisi maupun tindakannya agar dapat melakukan tugas dengan baik (Mulyono, 2012).

Beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa *self leadership* memiliki hubungan secara langsung dengan perilaku inovatif. Hasil penelitian yang dilakukan Carmelli, Meitar dan Weisberg., (2006) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan langsung serta signifikan antara *self leadership* dan perilaku inovatif pada enam perusahaan di Israel. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kalyar (2011) juga memperoleh hasil yang sama, dimana *self leadership* berhubungan langsung dan positif serta signifikan dengan inovasi individu pada perusahaan manufaktur di Pakistan.

Masih sedikitnya penelitian yang dilakukan terhadap topik ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian kembali dengan judul “Hubungan Antara *Self-leadership* dengan Perilaku Inovatif ” yang dilakukan di sebuah perusahaan, yaitu PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV). Konteks dan tempat yang berbeda menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, dimana penulis memfokuskan pada perusahaan televisi, sehingga memungkinkan untuk mendapatkan hasil penelitian yang berbeda.

Pemilihan JTV sebagai subjek penelitian ini didasarkan adanya masalah perilaku inovatif pada produser, asisten produser dan editor JTV. Hal ini terlihat dari masih terdapat acara-acara JTV yang memiliki *rating* rendah, yang disebabkan

oleh kurangnya inovasi dalam acara-acara tersebut. Kurangnya inovasi dalam suatu acara menandakan kurang inovatifnya produser, asisten produser dan editor.

1.2 Identifikasi Masalah

Perusahaan-perusahaan pada era sekarang mendapat banyak tantangan, diantaranya meningkatnya persaingan usaha akibat globalisasi, hal ini disebabkan oleh munculnya perusahaan-perusahaan baru pada bidang usaha yang sejenis (Hunen, 2006). Banyak perusahaan kalah bersaing dikarenakan terus bertahan dengan gaya bisnisnya dan tidak melakukan perubahan, organisasi terperangkap dalam cara yang lama di dalam menjalankan organisasinya (Ancok, 2012).

Perusahaan perlu melakukan inovasi agar dapat bertahan dalam jangka panjang (Ancok, 2012). Terbatasnya pemahaman perusahaan dalam pengembangan inovasi dapat mengakibatkan terjadinya stagnansi dalam perusahaan dan akhirnya perusahaan akan tersisih dari persaingan jika bertahan dalam kondisi tersebut (Jonas dan Sommerlette, 1999).

Menurut Ancok (2012) salah satu komponen modal perusahaan yang berhubungan dengan inovasi adalah modal manusia. Karyawan menjadi faktor yang penting dalam inovasi yang dilakukan perusahaan karena masing-masing karyawan memiliki kemampuan dalam berinovasi atau perilaku inovatif individu (De Jong, 2007).

Persaingan usaha yang terjadi di bidang industri televisi ketat. Hal ini terjadi setelah diberlakukannya undang-undang nomor 32 tahun 2002. Undang-undang

tersebut menjadi dasar hukum bagi berdirinya televisi lokal di Indonesia. Banyak televisi lokal yang bermunculan. Televisi lokal mendapat tantangan dan persaingan yang sengit dari televisi nasional yang secara teknologi dan SDM lebih unggul (Rinowati, 2012).

Kebutuhan masyarakat akan televisi semakin tinggi, hal ini menuntut industri televisi untuk terus menggali inovasinya, acara televisi sebagai ujung tombak pelaku industri pertelevisian memerlukan inovasi yang tinggi agar siaran menjadi tidak monoton (Rinowati, 2012).

Hasil wawancara yang dilakukan, didapatkan bahwa pada industri stasiun televisi dikenal istilah *share* dan *rating*. *Share* dan *rating* merupakan tolak ukur keberhasilan suatu acara televisi. *Rating* acara yang besar menandakan acara tersebut banyak ditonton oleh masyarakat. Acara yang mempunyai *rating* yang tinggi akan membuat perusahaan memasang iklan di televisi tersebut, sehingga *share* yang didapatkan akan meningkat. Pada stasiun televisi iklan merupakan hal yang penting karena dari situlah televisi mendapatkan pemasukan dan keuntungan, sehingga saluran televisi tersebut dapat bertahan dalam bisnisnya. *Share* dan *rating* suatu acara televisi menjadi tanggung jawab bersama dari produser, asisten produser dan editor. Ketiganya bekerja sama untuk membuat acara televisi mempunyai *rating* dan *share* yang tinggi.

Karyawan di media televisi dituntut harus inovatif, terutama produser, asisten produser dan editor. Karyawan yang inovatif akan menghasilkan acara-acara televisi yang bagus dan mempunyai *rating* yang tinggi. Pada media televisi

JTV, perusahaan sangat menekankan karyawan untuk terus melakukan inovasi pada acara yang dipegang, sehingga karyawan dituntut harus inovatif.

Kemudian dari wawancara juga didapatkan data bahwa televisi lokal bersaing ketat dengan televisi nasional. Beberapa acara yang dihasilkan JTV masih memiliki *rating* yang rendah. Hal ini disebabkan karena kurang adanya inovasi dalam acara dan monotonnya acara tersebut. Kurangnya inovasi dalam suatu acara menandakan kurang inovatifnya produser, asisten produser dan editor. Produser, asisten produser dan editor harus inovatif agar acara yang dipegang mempunyai inovasi-inovasi dan tidak monoton. Acara yang tidak ada inovasi dan monoton akan membuat penonton bosan dan berakibat pada rendahnya *rating* acara tersebut.

Dari paparan tersebut terlihat bahwa terdapat masalah perilaku inovatif pada produser, asisten produser dan editor JTV yang ditandai dengan *rating* yang rendah yang disebabkan oleh kurangnya inovasi pada acara-acara tersebut

Perilaku inovatif merupakan perilaku individu yang langsung berhubungan pada pemunculan, pengenalan dan implementasi gagasan dalam kelompok ataupun organisasi (De Jong, 2007). Perilaku inovatif mempunyai andil yang besar dalam kesuksesan organisasi (Smith, 2002 dalam Kaboli, M., Shaemi, A., Teimouri, H., 2010).

Menurut Patterson, (2009) terdapat dua kategori yang menjadi antecedent dari perilaku inovatif karyawan, yaitu : *employee* dan *work Environment*. Pada kategori *employee* salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif adalah *self leadership*.

Self leadership diyakini sebagai salah satu faktor yang menjadi anteseden penting dalam perilaku inovatif individu (DiLiello dan Houghton, 2006). *Self leadership* merupakan sebuah proses mempengaruhi dan memimpin diri sendiri dengan strategi kognitif dan perilaku-perilaku tertentu (Neck dan Manz, 1996).

Berdasarkan pemaparan diatas dan masih sedikitnya penelitian yang dilakukan terhadap topik ini membuat penulis memutuskan untuk melakukan penelitian kembali. Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk mengetahui hubungan *self leadership* terhadap perilaku inovatif pada produser, asisten produser dan editor di PT Jawa Pos Media Televisi (JTV).

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. *Self leadership*

Menurut Neck dan Houghton (2002), *self leadership* didefinisikan sebagai proses yang ada di dalam diri seseorang untuk meningkatkan motivasi dan mengarahkan dirinya untuk berperilaku dengan cara yang sesuai dengan yang diharapkan orang lain kepadanya. *Self leadership* memiliki tiga dimensi, yaitu :

- a. *Behavior focused*
- b. *Natural reward*
- c. *Constructive thought focused*

2. Perilaku Inovatif

Menurut Kleysen dan Street (2001), perilaku inovatif merupakan semua tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan dan penerapan hal yang baru dan menguntungkan bagi organisasi. Tindakan yang baru dan menguntungkan organisasi dapat berupa ide, produk, teknologi ataupun prosedur baru yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam organisasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara *self leadership* dengan perilaku inovatif pada produser, asisten produser dan editor di PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) ?”

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah, “Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan positif dan signifikan antara hubungan positif dan signifikan antara *self leadership* dengan perilaku inovatif pada produser, asisten produser dan editor di PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV).

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Memperkaya kajian ilmiah dalam lingkup Psikologi industri dan organisasi khususnya tentang perilaku inovatif dan *self leadership*..
2. Memberikan informasi untuk pengembangan studi mengenai *self leadership* dan perilaku inovatif bagi penelitian selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan terhadap perusahaan media televisi khususnya PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV) dalam mengembangkan perilaku inovatif karyawan melalui *self leadership*.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara langsung mengenai aplikasi pengukuran *self leadership* dengan perilaku inovatif.