

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang memiliki karakteristik menggunakan data dalam bentuk angka dari hasil pengukuran yang tepat, adanya uji hipotesis, proses analisa menggunakan statistik, tabel, atau diagram yang menunjukkan adanya hubungan untuk hipotesis, serta penggunaan prosedur yang terstandar (Neuman, 2006).

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian korelasional (*correlational research*). Penelitian korelasional bertujuan untuk menentukan ada tidaknya hubungan serta kapasitas hubungan tersebut antara dua variabel atau lebih (Wirartha, 2006). Penelitian ini dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Dengan menggunakan penelitian ini, peneliti dapat mengukur beberapa variabel dan hubungan antara variabel tersebut secara serentak, serta mengetahui kekuatan hubungan antar variabel.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh *perceived servant leadership* dan motivasi intrinsik terhadap kreativitas karyawan pada Departemen Produksi dan Pemberitaan PT. Jawa Pos Media Televisi.

3.2. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu konsep yang bervariasi (Neuman, 2006). Azwar (2012) menjelaskan variabel secara lebih lengkap, variabel merupakan simbol yang nilainya dapat bervariasi, yaitu angkanya dapat berbeda-beda dari satu subjek ke subjek yang lain atau dari satu objek ke objek yang lain.

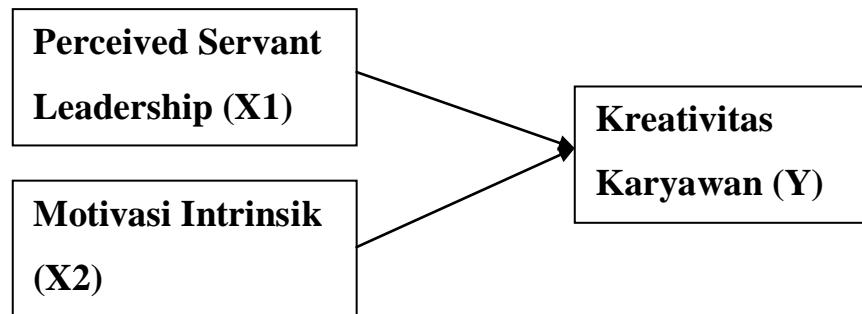
Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*). Adapun variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.2.1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel penyebab yang menghasilkan efek hasil pada variabel terikat dalam sebuah hipotesis kausal (Neuman, 2006). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *perceived servant leadership* dan motivasi intrinsik.

3.2.2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel efek atau hasil yang disebabkan oleh variabel bebas dalam hipotesis kausal (Neuman, 2006). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kreativitas karyawan.



Gambar 3.1 Bagan hubungan antara variabel bebas 1, variabel bebas 2, dan variabel terikat dalam penelitian

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut (Sarwono, 2006). Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran (Sarwono, 2006).

Untuk menghindari adanya penafsiran yang berbeda dalam penelitian ini maka perlu dikemukakan definisi operasional dari variabel-variabel penelitian. Adapun definisi operasional tersebut adalah berikut:

3.3.1. Variabel Bebas 1 (*Perceived Servant Leadership*)

Servant leadership adalah seorang pemimpin yang memiliki perasaan alamiah untuk melayani orang lain. Dalam memimpin, seorang *servant leader* mengutamakan untuk memastikan bahwa kebutuhan prioritas orang yang ia pimpin telah terlayani, apakah mereka menjadi lebih sehat, lebih bijaksana, lebih

bebas, lebih mandiri, dan memungkinkan untuk menjadi seorang *servant* (Greenleaf, 1970 dalam Mittal, R. dan Dorfman, P.W., 2012).

Barbuto dan Wheeler (2006) menjelaskan *servant leadership* dengan karakteristik-karakteristik berikut ini:

1. *Altruistic Calling*

Adalah keinginan mendalam seorang pemimpin untuk membuat perubahan yang positif dalam kehidupan pengikutnya.

2. *Emotional Healing*

Merupakan kemampuan serta komitmen *servant leader* untuk menumbuhkan pemulihan spiritual pengikutnya dari kesulitan atau trauma.

3. *Wisdom*

Merupakan kombinasi dari kesadaran pemimpin akan lingkungan sekitarnya dan antisipasi atas segala konsekuensi yang mungkin terjadi.

4. *Persuasive Mapping*

Adalah kemampuan pemimpin untuk mempengaruhi orang lain dengan menggunakan akal sehat dan kerangka kerja untuk mengkonsep kemungkinan-kemungkinan yang lebih besar.

5. *Organizational Stewardship*

Melibatkan peran pemimpin dalam mempersiapkan organisasinya untuk berkontribusi besar kepada masyarakat.

3.3.2. Variabel Bebas 2 (Motivasi Intrinsik)

Motivasi intrinsik dalam setting pekerjaan adalah berupa dorongan yang berasal dari ketertarikan yang mendalam serta keterlibatan dalam pekerjaan, dengan rasa ingin tahu, senang, atau perasaan pribadi (Amabile, 1997).

Motivasi intrinsik tersusun atas dua faktor utama (Amabile, 1994), yakni:

1. *Enjoyment*

Enjoyment merupakan suatu kesatuan karakteristik dari motivasi intrinsik yang merupakan emosi bawaan yang ditandai dengan pernyataan perasaan / emosi yang positif (Deci, 1992 dalam Izard dan Ackerman, 2000).

2. *Challenges*

Ketika termotivasi secara intrinsik, individu akan terdorong untuk mencari kenikmatan atau tantangan (Ryan dan Deci, 2000). Berdasarkan *cognitive evaluation theory*, struktur dan situasi interpersonal yang mendorong adanya perasaan akan kompetensi (*feelings of competence*) dapat meningkatkan motivasi intrinsik karena memungkinkan memuaskan kebutuhan psikologis akan kompetensi.

3.3.3. Variabel Terikat (Kreativitas Karyawan)

Guilford (1967 dalam Munandar 2009) menyatakan bahwa kreativitas merupakan kemampuan berpikir divergen atau pemikiran yang menjajaki bermacam-macam alternatif jawaban terhadap suatu persoalan yang sama.

Penelitian ini mengukur kecenderungan kreativitas karyawan. Terdapat 4 Aspek dari kreativitas atau *divergent thinking* yang sering disebutkan dalam literatur:

1. *Fluency* (Kelancaran berpikir). Yaitu kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat (Guilford, 1967 dalam Munandar, 2009).
2. *Originality* (Originalitas). Yaitu kemampuan untuk mencetuskan ide / gagasan baru yang unik (Guilford, 1967 dalam Munandar, 2009).
3. *Flexibility* (Keluwesannya berpikir). Yaitu kemampuan individu untuk memproduksi sejumlah ide, jawaban, atau pertanyaan yang bervariasi, menginterpretasikan suatu masalah secara luas, mencari alternatif atau arah yang berbeda-beda, serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. (Guilford, 1967 dalam Munandar, 2009).
4. *Elaboration* (Elaborasi). Yaitu Kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan menambahkan atau memperinci detail-detail dari suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik (Guilford, 1967 dalam Munandar, 2009).

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. Populasi

Populasi adalah kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2010). Menurut Latipun (2002) populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang sudah ditetapkan dengan beberapa

karakteristik yang sama seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, wilayah tempat tinggal dan jenis-jenis karakteristik lainnya.

Target populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Departemen Produksi dan Pemberitaan PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV). Populasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik-karakteristik agar sampel dalam penelitian ini homogen, berikut merupakan karakteristik beserta alasan penetapan karakteristik subjek:

1. Karyawan yang bekerja pada departemen produksi dan pemberitaan.

Berdasarkan data-data yang diperoleh peneliti, diketahui bahwa departemen ini merupakan departemen yang memegang peranan penting dalam proses perencanaan dan penciptaan program-program yang dimiliki oleh JTV. Departemen produksi dan pemberitaan terdiri atas 4 divisi yang meliputi divisi pemberitaan, produksi, fasilitas produksi, dan pasca produksi.

Divisi pemberitaan merupakan divisi yang berfungsi untuk merencanakan dan menciptakan program-program berita, menentukan isu tema berita kemudian menyajikannya kepada pemirsa. Departemen produksi dan pemberitaan

Divisi produksi merupakan divisi yang berfungsi merencanakan dan membuat program-program *in house* sepanjang waktu yang akan ditayangkan oleh JTV. Tugasnya mulai merencanakan, menyusun *run down*, memproduksi, sampai pada melakukan evaluasi program yang sudah ditayangkan.

Divisi fasilitas produksi berfungsi menyiapkan kru yang akan memproduksi program-program *in house* yang telah direncanakan oleh produser. Divisi ini terdiri atas unit *lightingman*, artistik, kameramen, *audioman*, *make up* dan *wardrobe*.

Divisi pasca produksi berfungsi melakukan *editing* dan *finishing touch* atas hasil produksi. Mengkombinasikan program hasil produksi dengan animasi grafis *bumper* yang diperlukan, termasuk didalamnya *editing audio*.

2. Telah bekerja di JTV minimal 1 tahun.

Hal ini dikarenakan salah satu variabel dalam penelitian ini adalah *perceived servant leadership*. Sehingga dengan pengalaman bekerja selama 1 tahun diharapkan subjek penelitian sudah cukup mengenal dan memiliki persepsi terkait kepemimpinan atasannya.

3. Pendidikan minimal SMA / sederajat.

Dengan tingkat pendidikan minimal SMA, diharapkan subjek mampu memahami dengan baik isi skala psikologi yang diberikan.

3.4.2. Sampel dan Metode Sampling

Sampel adalah sebagian dari populasi (Azwar, 2011). Senada dengan hal tersebut, Neuman (2000 dalam Alsa, 2003) mendefinisikan sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang dilibatkan dalam suatu penelitian. Sampel di dalam penelitian juga merupakan suatu bagian yang representatif dan merepresentasikan karakter atau ciri-ciri dari suatu populasi yang akan diambil.

Sampel dapat mewakili populasi dan hasil yang dikenakan pada suatu sampel juga nantinya dapat digeneralisasikan kepada populasi (Alsa, 2003).

Terkait dengan penjelasan diatas, teknik sampling dalam penelitian ini adalah *convenience* atau *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik dimana sampel diperoleh secara kebetulan, yaitu subjek yang tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Jawa Pos Media Televisi yang tergabung dalam Departemen Pemberitaan dan Produksi. Secara keseluruhan, jumlah dari subjek dalam penelitian ini berjumlah 121 orang. Dari jumlah keseluruhan tersebut, peneliti berhasil mengumpulkan sampel sejumlah 99 orang sebagai subjek penelitian.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survey, yaitu penelitian yang menggunakan sejumlah pernyataan tertulis melalui kuesioner dalam pengumpulan data (Neuman, 2006). Namun untuk mengumpulkan data terkait dengan lokasi penelitian, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa karyawan PT. Jawa Pos Media Televisi. Berikut merupakan keterangan lebih lanjut terkait metode wawancara yang dilakukan peneliti:

Metode : Wawancara tidak terstruktur

Tujuan : Untuk menggali permasalahan terkait dengan kreativitas karyawan, mengidentifikasi kesesuaian penelitian dengan JTV, mengetahui dan memahami bagaimana sistem dan

dinamika kerja karyawan bagian produksi, serta mendapatkan informasi lain yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian.

Pelaksanaan wawancara:

15-30 Desember 2014

Pihak-pihak yang diwawancarai:

1. Kepala HRD PT. Jawa Pos Media Televisi
2. Eksekutif Produser Pemberitaan PT. Jawa Pos Media Televisi
3. Eksekutif Produser Produksi PT. Jawa Pos Media Televisi
4. Produser Produksi PT. Jawa Pos Media Televisi

Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk skala Likert. Skala likert adalah metode penskalaan yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, atau respon orang lain terhadap sesuatu (Neuman, 2006). Skala ini menggunakan dua macam pernyataan, yaitu pernyataan yang mendukung (*favorable*) dan tidak mendukung (*unfavorable*) konstrak yang diteliti.

3.4.3. Instrumen penelitian untuk variabel bebas 1 (*Perceived Servant leadership*)

Peneliti menggunakan alat ukur *servant leadership* yang dikembangkan oleh Barbuto dan Wheeler (2006). Alat ukur ini menggunakan teori yang dikembangkan oleh Barbuto dan Wheeler berdasarkan pada teori Greenleaf

(1970). Terdapat 11 karakteristik kepemimpinan yang dikembangkan dalam skala pengukuran *servant leadership*, namun analisis faktor hanya menghasilkan 5 faktor yaitu *altruistic calling*, *emotional healing*, *wisdom*, *persuasive mapping*, dan *organizational stewardship*. Dimensi dan keterwakilan aitem dalam alat ukur *servant leadership* dapat dilihat dalam *blue print* berikut:

Tabel 3.1
Blue Print Variabel Percieved Servant Leadership

Dimensi	Nomor Aitem	Jumlah	%
<i>Altruistic calling</i>	1, 6, 11, 16	4	17,39 %
<i>Emotional healing</i>	2, 7, 12, 17	4	17,39 %
<i>Wisdom</i>	3, 8, 13, 18, 21	5	21,74 %
<i>Persuasive mapping</i>	4, 9, 14, 19, 22	5	21,74 %
<i>Organizational stewardship</i>	5, 10, 15, 20, 23	5	21,74 %
Total		23	100 %

Dalam skala *servant leadership* terdapat empat alternatif jawaban yang merepresentasikan pernyataan yang menurut subjek paling mendeskripsikan atasan subjek, yang meliputi tidak pernah, jarang, sering, dan selalu.

Tingkat reliabilitas skala *servant leadership* berdasarkan perhitungan Barbuto dan Wheeler (2006) sangat baik dan memuaskan, dengan skor reliabilitas aitem (alpha Cronbach) masing-masing dimensi adalah sebesar 0,82 untuk dimensi *altruistic calling*, 0,91 untuk dimensi *emotional healing*, 0,92 untuk dimensi *wisdom*, 0,87 untuk dimensi *persuasive mapping*, dan untuk dimensi *organizational stewardship* adalah sebesar 0.89.

3.4.4. Instrumen penelitian untuk variabel bebas 2 (Motivasi intrinsik)

Alat ukur yang digunakan peneliti untuk variabel motivasi intrinsik adalah adaptasi dari alat ukur *Work Preference Inventory* (WPI). Alat ukur yang dikembangkan oleh Amabile, dkk. (1994) ini dikembangkan dengan tujuan untuk mengukur perbedaan individu dalam hal persepsi terkait dengan motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik individu terhadap apa yang mereka kerjakan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi intrinsik, sehingga peneliti hanya menggunakan 15 aitem dimensi motivasi intrinsik dari alat ukur WPI yang berjumlah keseluruhan 30 aitem.

Dasar teoritis alat ukur ini berasal dari teori yang dikembangkan Amabile, dkk. (1994) berdasarkan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya. Motivasi intrinsik memiliki dua dimensi yang meliputi *enjoyment* dan *challenges*. Dimensi motivasi intrinsik dan keterwakilan aitem dalam alat ukur WPI dapat dilihat dalam *blue print* berikut:

Tabel 3.2
Blue Print Variabel Motivasi Intrinsik

Dimensi	Nomor Aitem	F/UF	Jumlah	%
<i>Enjoyment</i>	1,3, 5, 7, 9, 11, 13, 15	F	8	53,33%
<i>Challenges</i>	2, 4, 6, 8, 10,	F	5	33,33%
	12, 14	UF	2	13,33%
Total			15	99.99 %

Dalam WPI terdapat empat alternatif jawaban yang merepresentasikan pernyataan yang paling mendeskripsikan diri subjek, yang meliputi tidak pernah, jarang, sering, dan selalu.

Tingkat reliabilitas WPI berdasarkan perhitungan Amabile, dkk. (1994) cukup baik dan memuaskan. Reliabilitas aitem (Alpha Cronbach) dimensi motivasi intrinsik adalah 0,82 dan 0,76 untuk dimensi motivasi ekstrinsik. Reliabilitas test-retest yang dilakukan dalam rentang waktu 6 bulan hingga 4 tahun juga menunjukkan skor yang tinggi dan meyakinkan, yaitu 0,89 untuk dimensi motivasi intrinsik dan 0,80 untuk dimensi motivasi ekstrinsik.

3.4.5. Instrumen penelitian untuk variabel terikat (Kreativitas karyawan)

Peneliti mengembangkan alat ukur kreativitas karyawan berdasarkan teori *Divergent Thinking*, yang terdiri atas 40 aitem. Instrumen kreativitas karyawan ini mengukur kecenderungan kreativitas karyawan. Dimensi dan keterwakilan aitem dalam alat ukur kreativitas karyawan dapat dilihat dalam *blue print* berikut:

Tabel 3.3
Blue Print Variabel Kreativitas Karyawan

Dimensi	F/UF	Nomor Aitem	Jumlah	%
<i>Fluency</i>	F	1, 9, 17, 25, 33	5	12,5%
	UF	3, 11, 19, 27, 35	5	12,5%
<i>Originality</i>	F	2, 10, 18, 26, 34	5	12,5%
	UF	4, 12, 20, 28, 36	5	12,5%
<i>Flexibility</i>	F	5, 13, 21, 29, 37	5	12,5%
	UF	7, 15, 23, 31, 39	5	12,5%
<i>Elaboration</i>	F	6, 14, 22, 30, 38	5	12,5%
	UF	8, 16, 24, 32, 40	5	12,5%
Total			40	100 %

Dalam skala kreativitas ini terdapat empat alternatif jawaban yang merepresentasikan pernyataan yang paling mendeskripsikan diri subjek, yang meliputi sangat tidak sesuai, tidak sesuai, sesuai dan sangat sesuai.

3.4.6. Validitas Alat Ukur

Validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur mampu memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2011). Apabila validitas alat ukur rendah, tes dapat menghasilkan data yang tidak relevan dengan pengukuran (Azwar, 2009). Pada penelitian ini peneliti menggunakan validitas isi, yaitu dimana validitas isi menunjukkan pada sejauh mana aitem-aitem dalam alat ukur mencakup keseluruhan kawasan yang hendak diukur (Azwar, 2010). Pengujian dengan menggunakan validitas isi dilakukan dengan bantuan *professional judgment* dari Dosen Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Adapun *professional judgment* berserta masukan dan saran atas validitas alat ukur dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.4
Validitas Professional Judgment

No	Nama	Jabatan	Masukan / Saran
1	Dimas Aryo Wicaksono, Msc.	Dosen	1. Perhatikan translasi yang lebih mudah dipahami. 2. Untuk skala kreativitas hati-hati atas <i>social desirability</i> .
2	Afif Kurniawan, M.Psi., Psikolog	Dosen	1. Gunakan terjemahan yang tepat. 2. Hindari merubah makna dari aitem asli, pilih padanan kata dan struktur kalimat yang tepat.

3.4.7. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur adalah keajegan atau konsistensi, yang artinya sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya (Neuman, 2006). Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya (Sarwono, 2006). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau ajeg jika dalam beberapa kali pengukuran tidak menunjukkan variasi karena karakteristik atau instrumen dari proses pengukuran itu sendiri. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik statistik *Alpha Cronbach* untuk mengukur reliabilitas alat ukur. Berikut merupakan koefisien reliabilitas dari masing-masing dimensi skala kreativitas karyawan, *perceived servant leadership*, dan motivasi intrinsik setelah dilakukan seleksi aitem:

Tabel 3.5 Reliabilitas Skala Kreativitas Karyawan

No	Dimensi	Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	Jumlah Aitem
1	<i>Fluency</i>	0,798	9
2	<i>Originality</i>	0,712	7
3	<i>Flexibility</i>	0,727	8
4	<i>Elaboration</i>	0,750	9
Total Aitem			32

Tabel 3.6 Reliabilitas Skala *Perceived Servant Leadership*

No	Dimensi	Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	Jumlah Aitem
1	<i>Altruistic calling</i>	0,622	4
2	<i>Emotional healing</i>	0,509	4
3	<i>Wisdom</i>	0,736	5
4	<i>Persuasive mapping</i>	0,659	4
5	<i>Organizational stewardship</i>	0,625	5
Total Aitem			22

Tabel 3.7 Reliabilitas Skala Motivasi Intrinsik

No	Dimensi	Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	Jumlah Aitem
1	<i>Enjoyment</i>	0,653	8
2	<i>Challenges</i>	0,642	3
Total Aitem			11

3.5. Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, untuk menguji pengaruh variabel *perceived servant leadership* (X1) dan motivasi intrinsik (X2) terhadap kreativitas karyawan (Y) peneliti menggunakan teknik analisis statistik *multiple* regresi. Teknik analisis *multiple* regresi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari variabel prediktor atau variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis *multiple* regresi dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 16.0 for Windows*.