

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat memberikan banyak pilihan media bagi masyarakat untuk mendapatkan akses hiburan dan informasi. Namun dalam perkembangan yang sangat cepat tersebut, kita tidak boleh melupakan peran radio sebagai salah satu media yang dapat memberikan akses hiburan dan informasi kepada masyarakat. Setidaknya hingga tahun 2008, radio masih menduduki peringkat kedua setelah televisi dalam memberikan *supporting media* kepada masyarakat (Sumber: Profil Radio PRSSNI Jawa Timur 2011). Artinya, radio masih diminati masyarakat sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan dan informasi.

Faktanya, jumlah pendengar radio di Surabaya mengalami penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hasil *survey* yang dilakukan oleh *Nielsen Media Research* mengungkapkan bahwa pada tahun 2005 radio masih dinikmati oleh 77,44% populasi penduduk Surabaya, pada tahun 2006 dinikmati oleh 70,94% populasi penduduk Surabaya, pada tahun 2007 dinikmati oleh 64,15% populasi penduduk Surabaya, pada tahun 2008 dinikmati oleh 59,28% populasi penduduk Surabaya (Arifin, 2010). Dari hasil *survey* tersebut jelas tergambar bahwa terjadi penurunan jumlah pendengar radio di Surabaya dalam kurun waktu tiga tahun tersebut.

Penurunan jumlah pendengar radio di Surabaya tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Berikut ini adalah petikan wawancara yang dilakukan penulis terhadap Djoko Wahjono Tjahjo selaku praktisi radio di wilayah Gerbangkertasusila (Direktur Radio Elbayu Gresik) sekaligus pengurus PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) Jawa Timur dan Pusat mengenai faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pendengar:

“Menurut pengamatan saya sebagai praktisi radio, bahwa sebenarnya ada faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pendengar. Saya melihat ada dua faktor utama yang paling berpengaruh dalam hal ini. Yang pertama, sekarang semakin banyak media alternatif untuk mendapatkan sarana informasi dan hiburan. Sekarang masyarakat bisa memilih mengakses internet seperti *facebook*, *twitter*, *youtube*, dan sebagainya. Lalu faktor yang kedua, masyarakat jenuh dengan siaran yang monoton dan itu-itu saja, akhirnya masyarakat merasa jenuh dengan siaran radio.” (wawancara tanggal 26 Maret 2012).

Dari petikan wawancara tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat dua faktor utama yang menyebabkan menurunnya jumlah pendengar radio. Pertama adalah karena banyaknya media alternatif sehingga mengalihkan masyarakat dalam mengkonsumsi media. Lalu yang kedua adalah masyarakat jenuh dengan siaran radio yang monoton.

Terkait dengan faktor kedua yang diungkapkan di atas, sebaiknya para pelaku radio peka dengan situasi tersebut dan mencoba untuk menciptakan kondisi agar siaran menjadi tidak monoton. Berikut ini adalah petikan wawancara penulis dengan Djoko Wahjono Tjahjo:

“Orang-orang radio, dalam hal ini pelaku dalam industri radio dituntut untuk kreatif dan inovatif agar siaran menjadi tidak monoton, tak terkecuali penyiar radio. Penyiar terkadang juga berperan dalam merancang konsep siaran serta membawakan siaran tersebut agar menjadi tidak monoton, bahkan penyiar radio merupakan ujung tombak

dalam bisnis radio karena langsung bersentuhan dengan pendengar pada saat melakukan siaran.” (wawancara tanggal 26 Maret 2012).

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa penyiar radio dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam melakukan aktivitas terkait siaran radio agar siaran radio menjadi tidak monoton. Hal tersebut senada dengan pernyataan Anina (dalam Ningrum, 2007), seorang *Program Director* Radio Cosmo Bandung, yang menyatakan bahwa seorang penyiar radio itu harus kreatif, inovatif, bersuara bagus, dan kenal dengan perkembangan musik.

Aktivitas penyiar radio tidak hanya meliputi aktivitas pada saat siaran saja. Aktivitas penyiar radio meliputi aktivitas menjelang siaran (meliputi pembuatan program, penulisan naskah, dan sebagainya), aktivitas pada saat siaran (meliputi pembawaan dan komunikasi pada saat siaran), dan setelah siaran (meliputi evaluasi). Segala aktivitas penyiar radio tersebut dapat meningkatkan jumlah pendengar (Fitriyanti, 2002). Segala aktivitas penyiar radio tersebut sebaiknya ditunjang dengan kreativitas dan perilaku inovatif seperti yang telah diungkapkan sebelumnya.

Keberadaan penyiar menjadi sangat penting di dalam industri radio meskipun beberapa pendengar memilih media radio untuk mendengarkan musik. Penyiar radio dapat membuat program acara di radio menjadi hidup. Jika program acara radio hanya berisi alunan lagu saja tanpa ada sentuhan penyiar, lalu tidak ada yang membedakan acara radio dengan mendengarkan kaset, CD, atau format musik lainnya yang dapat dipilih dan dimiliki oleh masyarakat (Ningrum, 2007). Akses internet dan penyimpanan lagu sekarang ini juga memudahkan masyarakat memiliki lagu-lagu kesukaan yang bisa diputar kapanpun oleh masyarakat. Oleh

karena itu, sentuhan penyiar yang inovatif sangat diperlukan pada program acara radio agar pendengar tidak jenuh dengan sajian musik dan lagu saja.

Hasil survey yang dilakukan oleh PRSSNI Jawa Barat (2008 dalam Santosa, 2008) menyebutkan bahwa terdapat beberapa alasan masyarakat suka mendengarkan radio, antara lain lagunya enak, suaranya jernih, penyiarnya humoris, acaranya menarik, suara penyiarnya enak, penyiarnya berwawasan luas, penyiarnya komunikatif, informasinya bermanfaat, lagunya sesuai selera, dan lagunya baru. Dari sepuluh alasan masyarakat suka mendengarkan radio, terdapat enam poin yang membutuhkan peran penyiar. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penyiar memang penting bagi industri radio karena dapat membuat acara di radio tersebut menarik dan dapat meningkatkan jumlah pendengarnya.

Perilaku inovatif adalah tindakan yang mengarah kepada pemunculan, pengenalan, penerapan dari hal-hal baru yang menguntungkan meliputi ide pengembangan produk, teknologi, prosedur administratif, dan sebagainya (Kleysen & Street, 2001). Sementara itu menurut De Jong (2007), perilaku inovatif adalah perilaku individu yang mengacu pada pemunculan dan pengenalan yang dimaksudkan untuk ide, proses, produk, atau prosedur yang baru dan berguna. Menurut Janssen (2000), perilaku inovatif kerja didefinisikan sebagai kreasi, pendahuluan, dan aplikasi yang telah direncanakan dari ide-ide baru dalam peran kerja, kelompok atau organisasi untuk maksud dari peran kinerja, kelompok, dan organisasi.

Perilaku inovatif merupakan salah satu konstruk dalam inovasi individu. De Jong (2007) mengungkapkan bahwa konstruk dari inovasi individu adalah

karakteristik kepribadian, output, dan perilaku. Penelitian ini fokus pada perilaku inovatif. De Jong (2007) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai perilaku individu yang mengacu pada pemunculan dan pengenalan yang dimaksudkan untuk ide, proses, produk, atau prosedur yang baru dan berguna.

Perilaku inovatif sering dikaitkan dengan kreativitas. Sebenarnya kedua hal tersebut berbeda. Perilaku inovatif lebih menekankan pada penerapan yang jelas dan implementasi ide-ide baru untuk mendapatkan produk, jasa, atau proses kerja yang lebih menguntungkan (De Jong, 2007). Sementara itu, kreativitas hanyalah sebagai pembangkitan dari ide-ide baru yang berguna (Carmeli, dkk., 2006). Kreativitas dapat dilihat sebagai bagian dari perilaku inovatif yang dibuktikan pada fase pertama dalam proses inovasi yang nantinya dibangkitkan sebagai respon untuk penerimaan kebutuhan akan inovasi (De Jong dan Den Hartog, 2007). Jadi, kreativitas hanya berbentuk ide-ide, dan wujud nyatanya adalah perilaku inovatif melalui implementasi dan aplikasi ide-ide yang berguna.

Terkait dengan konsep perilaku inovatif dan kreativitas yang telah diungkapkan di atas, maka perlu ditegaskan lagi, manakah konsep yang lebih penting bagi penyiar radio. Berikut ini adalah hasil wawancara penulis dengan Djoko Wahjono Tjahjo terkait permasalahan tersebut:

“Terkait dengan konsep yang anda jelaskan, maka sebenarnya penyiar radio juga memerlukan kreativitas untuk pemunculan ide-ide baru yang berguna. Namun di luar itu, ide-ide saja tanpa penerapan dan implementasi tidak akan berguna bagi kemajuan industri radio. Jadi memang pelaku radio, utamanya penyiar radio seharusnya mampu menerapkan dan mengimplementasikan ide-ide tersebut. Misalnya, penyiar memiliki ide untuk melemparkan suatu *jokes* tertentu dalam siarannya, tapi jika hal itu tidak disampaikan dalam siarannya, maka hal tersebut hanya sebatas ide dan tidak diimplementasikan. Jika hanya ada

ide tanpa tindakan lebih lanjut dengan ide tersebut, maka sama saja bohong.” (wawancara tanggal 5 April 2012).

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemunculan ide-ide yang berguna yang merupakan sebuah konsep dari kreativitas saja tidak cukup bagi penyiar radio. Diperlukan penerapan dan pengimplementasian dari ide-ide tersebut. Implementasi dan aplikasi ide-ide yang berguna adalah konsep dari perilaku inovatif. Maka dari itu, penyiar radio memerlukan perilaku inovatif dalam menjalankan aktivitas terkait profesinya.

Perilaku inovatif memiliki dampak penting dalam organisasi. Perilaku inovatif individu merupakan faktor penting dalam inovasi dan pengembangan yang berkelanjutan (De Jong & Den Hartog, 2010). Perilaku inovatif dapat mendorong inovasi yang merupakan hal penting dalam memelihara kekompetitifan organisasi dan memastikan kelangsungan hidup organisasi (Mumford, Scott, Gaddis, & Strange, 2002 dalam Krause, 2004). Perilaku inovatif dalam kerja dapat menunjukkan hasil kreatif yang menguntungkan bagi organisasi dan meningkatkan kinerja organisasi (Imran, Zaheer, & Noreen, 2011). Perilaku inovatif juga dapat meningkatkan kinerja dan kesuksesan organisasi (Axtell, dkk., 2000 dalam Imran & Haque, 2011).

Sebelumnya telah disebutkan bahwa perilaku inovatif merupakan salah satu konstruk dalam inovasi individu (De Jong, 2007). De Jong (2007) mengungkapkan terdapat empat kategori antecedent inovasi individu, yaitu:

1. Level individu. Fiturnya antara lain kemampuan kognitif, dan fitur kerja
2. Level kelompok kerja. Fiturnya antara lain kepemimpinan dan fitur kelompok kerja

3. Level organisasi. Fiturnya antara lain strategi inovasi, aturan dan prosedur, *reward system*, dan sebagainya
4. Lingkungan. Fiturnya kompetisi dan tipe industri.

Telah disebutkan di atas bahwa kepemimpinan merupakan salah satu antecedent dari inovasi individu. Pemimpin merupakan faktor yang kuat dalam membentuk perilaku kerja karyawan, tidak terkecuali perilaku inovatifnya (De Jong & Den Hartog, 2007). Hal tersebut didukung oleh pernyataan Rank, Nelson, Allen, & Xu (2008) yang mengungkapkan bahwa inovasi merupakan sebuah proses sosial, oleh sebab itu pemimpin memiliki pengaruh kuat dalam menciptakan inovasi.

Menurut Northouse (2001), kepemimpinan didefinisikan sebagai hubungan kekuasaan yang ada antara pemimpin dan pengikutnya.. Selain itu, kepemimpinan juga digunakan sebagai alat untuk meraih tujuan dalam membantu anggota kelompok dalam meraih tujuan mereka dan memenuhi kebutuhannya (Northouse, 2001). Namun kepemimpinan masih merupakan konsep yang luas dan perlu untuk memfokuskan lagi kepemimpinan secara spesifik yang memiliki hubungan dengan perilaku inovatif.

Kepemimpinan transformasional diyakini sebagai salah satu faktor dalam menstimulasi perilaku inovatif kerja (Malone, 2004; Wilson-Evered, Hartel, & Neale, 2004 dalam Reuvers, Engen, Vinkenburg, Wilson-Evered, 2008). Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya mengenai hubungan kepemimpinan transformasional dengan perilaku inovatif. Beberapa diantaranya

mengungkapkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan perilaku inovatif.

Kepemimpinan transformasional adalah kepemimpinan yang meningkatkan motivasi karyawan, memuaskan kebutuhan karyawan, dan memperlakukan mereka sebagai manusia secara utuh (Northouse, 2001). Kepemimpinan transformasional dapat menciptakan lingkungan yang memotivasi karyawan dalam mencapai tujuan organisasi serta mengembangkan minat dalam bekerja (Bass, 1990 dalam Imran, Zaheer, & Noreen, 2011). Selain itu, pemimpin transformasional dapat meningkatkan tingkat integritas melalui pemahaman bersama antara pemimpin dan karyawan (Burns, 1978 dalam Imran, Zaheer, & Noreen, 2011).

Kepemimpinan transformasional dapat dilihat melalui persepsi karyawan terhadap pemimpinnya. Bahkan melalui perspektif karyawan, persepsi pemimpin oleh karyawan memiliki dampak yang lebih kuat dan lebih dekat dengan penerimaan karyawan terhadap pemimpinnya (Maurer & Lord, 1991 dalam Zhang, 2008). Penilaian kepemimpinan transformasional dengan *self-reported* oleh pemimpin akan menimbulkan bias (Bass & Yammarino, 1991 dalam Zhang, 2008). Dengan alasan tersebut, maka banyak penelitian lebih cenderung menggunakan perspektif persepsi karyawan dalam menilai kepemimpinan transformasional dari pemimpin.

Beberapa hasil penelitian mengungkapkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki hubungan secara langsung dengan perilaku inovatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Imran, Zaheer, dan Noreen (2011)

mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif pada jajaran manajer organisasi telekomunikasi di Pakistan. Penelitian yang dilakukan oleh Reuvers, Engen, Vinkenburg, & Wilson-Evered (2008) juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif pada karyawan beberapa rumah sakit di Australia. Penelitian lain yang hasilnya juga mengungkapkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif adalah penelitian yang dilakukan oleh Rank, Nelson, Allen, dan Xu (2008) pada subjek penelitian orang-orang yang bekerja di bagian *R&D*, *marketing*, dan *HRD* di Jerman. Penelitian yang dilakukan oleh Lee (2008) mengungkapkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keinovatifan karyawan *R&D* di Singapura.

Kepemimpinan transformasional dapat menstimulasi individu-individu untuk lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan pemecahan masalah dan menyelesaikan tugas (Lee, Lee, & Kim, 2007). Kepemimpinan transformasional dapat mendorong karyawan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam membuat solusi dalam organisasi (Bass dan Avolio, 1997 dalam Imran, Zaheer, & Noreen, 2011). Menurut House (1995 dalam Rank, Nelson, Allen, & Xu 2008), beberapa aspek dari kepemimpinan transformasional seperti *intellectual stimulation* dan *inspirational motivation* dapat memotivasi karyawan untuk menjadi inovatif. Kepemimpinan transformasional juga dapat menciptakan iklim yang dapat meningkatkan perilaku inovatif karyawannya (Imran dan Haque, 2011).

Masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai hubungan secara langsung antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif. Beberapa penelitian yang dilakukan mengungkapkan bahwa tidak terdapat hubungan maupun pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan transformasional dengan perilaku inovatif. Penelitian yang dilakukan oleh Lee, dkk. (2007) mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif di beberapa organisasi di Seoul, Korea Selatan. Penelitian yang dilakukan oleh Poppendick (2009) mengungkapkan bahwa kepemimpinan transformasional secara langsung tidak memiliki pengaruh dan hubungan yang positif dan signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan organisasi teknologi di Drenthe, Belanda. Penelitian yang dilakukan oleh Turunc, dkk. (2010) juga mengungkapkan tidak ada pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif secara langsung.

Penyiar radio sebagai pelaku dan ujung tombak bisnis radio memerlukan perilaku inovatif dalam melakukan pekerjaannya. Untuk itu, pelaku radio harus memahami bagaimana cara untuk menstimulasi perilaku inovatif penyiar sebagai ujung tombak bisnis radio. Karena adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif secara langsung, maka penulis berasumsi bahwa topik ini masih perlu untuk diteliti lagi. Karakteristik penyiar radio yang sebagian besar bekerja *part-time* juga membedakan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya yang

dilakukan pada pekerja *full-time* sehingga memungkinkan adanya perbedaan hasil penelitian dengan beberapa penelitian sebelumnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Jumlah pendengar radio di Surabaya dari tahun ke tahun semakin turun. Salah satu penyebab dari permasalahan tersebut adalah jenuhnya masyarakat dengan siaran radio yang monoton. Agar jumlah pendengar radio tidak terus menurun dari tahun ke tahun, maka pelaku radio dituntut untuk peka dengan kondisi tersebut. Pelaku radio dituntut untuk membuat siaran radio menjadi tidak monoton.

Penyiar, sebagai ujung tombak dalam bisnis radio merupakan salah satu pelaku radio yang mempunyai peran agar masyarakat tidak jenuh dengan siaran yang monoton. Penyiar radio terkadang juga dituntut untuk merancang program siaran dan menulis naskah siaran yang akan dibawakan. Dalam merancang program siaran dan menulis naskah, penyiar dituntut untuk memberikan ide-ide segar agar siaran menjadi tidak monoton. Dalam membawakan siaran, penyiar radio juga sangat berperan membawakan situasi supaya pendengar tidak merasa jenuh.

Dalam menjalankan profesinya tersebut, penyiar radio dituntut untuk memiliki perilaku inovatif. Penyiar radio yang inovatif diharapkan membawa ide-ide segar dalam merancang program siaran dan ketika membawakan siaran tersebut. Dengan situasi tersebut, diharapkan siaran menjadi tidak monoton dan

pendengar tidak jenuh mendengarkan radio. Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pendengar dan meningkatkan jumlah pendengar.

Perilaku inovatif adalah perilaku individu yang mengacu pada pemunculan dan pengenalan yang dimaksudkan untuk ide, proses, produk, atau prosedur yang baru dan berguna (De Jong, 2007). Perilaku inovatif dapat mendorong inovasi yang merupakan hal penting dalam memelihara kekompetitifan organisasi dan memastikan kelangsungan hidup organisasi (Mumford, Scott, Gaddis, & Strange, 2002 dalam Krause, 2004) dan juga dapat meningkatkan kinerja dan kesuksesan organisasi (Axtell, dkk., 2000 dalam Imran & Haque, 2011).

Kepemimpinan merupakan faktor yang kuat dalam membentuk perilaku kerja karyawan, tidak terkecuali perilaku inovatifnya (De Jong & Den Hartog, 2007). Hal tersebut didukung oleh pernyataan Rank, Nelson, Allen, & Xu (2008) yang mengungkapkan bahwa inovasi merupakan sebuah proses sosial, oleh sebab itu pemimpin memiliki pengaruh kuat dalam menciptakan inovasi. Namun konsep kepemimpinan masih merupakan konsep yang cukup luas, perlu dilakukan penyederhanaan lagi tentang konsep kepemimpinan yang berhubungan dengan perilaku inovatif karyawan.

Kepemimpinan transformasional diyakini sebagai salah satu faktor penting dalam menstimulasi perilaku inovatif kerja (Malone, 2004; Wilson-Evered, Hartel, & Neale, 2004 dalam Reuvers, Engen, Vinkenburg, Wilson-Evered, 2008). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa kepemimpinan transformasional secara langsung memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku inovatif. Namun beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa tidak ada

pengaruh secara signifikan antara kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif. Oleh karena itu, topik ini masih perlu untuk diteliti kembali. Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif penyiar radio.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan transformasional adalah kepemimpinan yang meningkatkan motivasi karyawan, memuaskan kebutuhan karyawan, dan memperlakukan mereka sebagai manusia secara utuh. Dalam penelitian ini, penulis nantinya mengukur persepsi penyiar terhadap kepemimpinan transformasional atasannya.

2. Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif adalah perilaku individu yang mengacu pada pemunculan dan pengenalan serta implementasi yang dimaksudkan untuk ide, proses, produk, atau prosedur yang baru dan berguna.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “*Apakah ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif penyiar radio?*”

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah, *“Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara persepsi kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif penyiar radio.”*

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kajian ilmu psikologi, khususnya bidang kajian psikologi industri dan organisasi dalam mengkaji permasalahan perilaku inovatif, dan kepemimpinan transformasional.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku bisnis radio dalam mengembangkan perilaku inovatif penyiar radio melalui kepemimpinan transformasional.