

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri kreatif adalah bagian penting dalam komponen modern *post-industrial knowledge-based economies*. Industri kreatif secara umum adalah segala proses penciptaan, kreativitas, ide, dan gagasan dari seseorang atau kelompok yang kemudian dapat menghasilkan karya atau produk setelahnya (Fauziyah, 2021). Menurut Octoviani & Puspita (2023) menjelaskan industri kreatif sebagai totalitas sektor ekonomi yang lahir dari ide, kreativitas, dan inovasi manusia, mencakup tidak hanya seni dan budaya, tetapi juga teknologi terbaru untuk mendukung proses kreatif.

Industri kreatif juga kini banyak dilakukan oleh negara-negara berkembang termasuk di Indonesia. Indonesia memiliki basis sumber daya manusia cukup banyak bagi pengembangan industri kreatif dan industri ini merupakan kelompok yang terdiri dari berbagai jenis yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual yang akhirnya memberikan nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan (Pranisa, 2020).

Di Indonesia dalam dekade terakhir, pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan menunjukkan dukungan aktif terhadap ekonomi kreatif di tingkat global. Indonesia menjadi sponsor utama *International Year of Creative Economy for Sustainable Development* pada tahun 2019. Berdasarkan dokumen *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, pada tahun 2020 industri

kreatif menyumbang sekitar 7,35% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Hutapea, 2024), sementara pada tahun 2022 ekonomi kreatif tumbuh positif sebesar 4,38% dan memberikan kontribusi 6,54% terhadap PDB (Ruhati, 2023). Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2023 nilai tambah industri kreatif telah mencapai Rp 1.414,77 triliun, dengan kontribusi sektor parekraf terhadap PDB sekitar 3,9% (Kemenparekraf, 2023; Neraca, 2024). Selanjutnya, subsektor film, animasi, dan video diproyeksikan menyumbang Rp 3,41 triliun terhadap PDB pada tahun 2024, yang menegaskan bahwa subsektor ini memiliki peluang tumbuh lebih besar ke depan (Kemenparekraf, 2024).

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, Departemen Perdagangan RI (2015) mengklasifikasikan industri kreatif menjadi 14 jenis subsektor industri berbasis kreativitas yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, televisi dan radio, dan yang terakhir riset dan perkembangan. Dalam evaluasi ekonomi, kontribusi industri kreatif memang meningkat. Namun, peningkatan tersebut sebagian besar masih didominasi oleh tiga subsektor yang sama sejak 15 tahun lalu. Kondisi ini mencerminkan stagnansi kontribusi sejak 2008 hingga saat ini, di mana 11 subsektor lainnya secara kolektif hanya menyumbang sekitar 25% terhadap PDB nasional. (Hutapea, 2024). Dari ke 11 subsektor 3 terendah ialah DKV yang menyumbang 0,07%, desain interior 0,18%, dan film, animasi, dan video 0,21% pada tahun 2022 (Ruhati, 2023).

Salah satu faktor yang memengaruhi subsektor industri kreatif adalah kualitas sumber daya manusia (Amalia, 2023). Hambatan utama dalam pengembangan industri ini adalah kurangnya keterampilan dan kreativitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Kompetensi SDM yang terbatas menyebabkan hasil karya yang dihasilkan sering kali kurang inovatif (Lukita, 2024). Industri kreatif sangat membutuhkan inovasi yang berkelanjutan, dan inovasi tersebut tidak mungkin terwujud tanpa adanya dorongan internal dan passion kerja.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa passion pada pelaku kreatif memegang peran penting dalam mendorong kreativitas dan inovasi. Misalnya, Bhansing *et al.* (2018) menemukan bahwa kreator/pengusaha kreatif yang memiliki passion tinggi tidak hanya menghasilkan karya kreatif, tetapi juga berinovasi dalam proses produksi dan desain agar karya tersebut lebih bermakna dan menarik pasar. Studi Astuty dan Suryana (2016) di subsektor kriya dan fesyen di Indonesia memperlihatkan bahwa “*creative people*” yang memiliki *passion* terhadap pekerjaan mampu menghasilkan inovasi produk dengan memanfaatkan budaya lokal dan identitas kreatifnya sebagai keunggulan kompetitif. Dengan demikian, dalam konteks industri kreatif di Indonesia, work passion menjadi variabel yang sangat relevan karena ia menyediakan energi psikologis, motivasi intrinsik, dan komitmen yang dibutuhkan agar inovasi bukanlah hasil kebetulan, melainkan hasil konsisten dari SDM yang terdorong secara batiniah (Li, Tan, & Qian, 2025).

Vallerand dan Houliort (2003) mendefinisikan *Work Passion* sebagai suatu kecenderungan yang kuat terhadap suatu kegiatan yang berhubungan

dengan pekerjaan yang disenangi oleh individu, dan individu tersebut menginvestasikan waktu serta energinya terhadap pekerjaan tersebut. Oleh karena itu, karyawan yang memiliki *passion* dalam bekerja akan merasa terinspirasi, termotivasi, dan memiliki rasa memiliki yang kuat terhadap pekerjaan dan organisasi mereka. Indriasari dan Setyorini (2017) berpendapat bahwa *passion* sebagai suatu kehendak yang kuat terhadap suatu pekerjaan sehingga seseorang mampu untuk menginvestasikan, waktu, tenaga, dan pikirannya serta menikmati pekerjaannya. Lalu, Vallerand (dikutip dalam Johri *et al.*, 2016) mengatakan terdapat dua jenis dari *passion*, yaitu *harmonious passion* dan *obsessive passion*.

Menurut Vallerand (2003) *harmonious passion* adalah bentuk hasrat terhadap suatu aktivitas yang terintegrasi secara sukarela ke dalam identitas diri seseorang. karyawan dengan tipe ini mengejar aktivitas tersebut karena mereka mencintai dan memilih untuk melakukan pekerjaan dengan kebebasan penuh, tanpa tekanan internal atau eksternal. *harmonise* memungkinkan individu untuk tetap seimbang antara aktivitas tersebut dan aspek kehidupan lainnya. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan Dinibutun (2024) menemukan bahwa individu yang memiliki *passion* yang harmonis terhadap pekerjaan, mereka cenderung terlibat dalam tugas-tugas pemecahan masalah yang kreatif dan menghasilkan ide-ide baru dibandingkan mereka yang tidak memiliki *passion* ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa *passion* yang harmonis memainkan peran penting dalam menumbuhkan kreativitas. Secara umum, *passion* adalah kekuatan motivasi yang mendorong individu untuk

berpartisipasi dalam pekerjaan mereka dengan kedalaman dan ketekunan yang lebih besar (Jan & Zainal, 2020), dan dari situlah muncul dorongan internal yang kuat untuk mengeksplorasi ide-ide baru sebagai bagian dari aspek kreativitas dalam bekerja.

Obsession passion adalah bentuk *passion* terhadap suatu aktivitas yang terinternalisasi secara terkontrol ke dalam identitas diri seseorang. Karyawan dengan *Obsession* merasa terdorong untuk terlibat dalam aktivitas kerja karena adanya tekanan internal atau eksternal, seperti kebutuhan akan pengakuan dan harga diri yang bergantung pada aktivitas tersebut (Vallerand *et al.*, 2003). Amarnani *et al.* (2020) menjelaskan bahwa individu dengan *Obsessive Passion* cenderung bekerja secara berlebihan, bahkan di luar jam kerja normal, dan dalam jangka waktu panjang dapat berdampak pada kelelahan emosional dan penurunan kualitas kinerja.

Temuan ini sejalan dengan hasil wawancara dengan 9 karyawan di industri kreatif, pada 2 orang karyawan yang bekerja di bagian kreatif yang mengerjakan desain poster dan editing video, ketika harus mengerjakan suatu tugas seperti membuat poster suatu acara, karyawan tersebut antusias setiap proyek desain poster baru, mencoba berbagai konsep kreatif, dan merasa puas saat ide bisa divisualisasikan, ketika harus memperbaiki desain karena tidak sesuai dengan kebutuhan klien, maka karyawan tersebut akan melakukan perbaikan dengan segera, sehingga poster diselesaikan lebih awal.

Sedangkan pada 2 orang karyawan dengan tugas melakukan editing video, akan bersemangat menghabiskan waktu berjam-jam sampai larut malam

untuk mengedit, meski deadline masih lama, fokus saat melakukan *cutting*, *color grading*, memberi efek transisi, dan *sound mixing*, tanpa merasa pekerjaan sebagai beban. Memiliki kemauan untuk belajar teknik editing baru atau mencoba software terbaru bukan karena tekanan atasan, tetapi karena rasa ingin tahu dan kecintaan pada pekerjaannya. Senang berdiskusi dengan tim untuk menghasilkan karya terbaik, serta terbuka pada masukan.

1 orang karyawan yang bekerja di bagian editing buku, dengan tugas melakukan pemeriksaan isi naskah agar sesuai tema dan tujuan, mengecek konsistensi alur, struktur bab, dan kelengkapan isi, memberikan masukan pada penulis untuk memperkuat kedalaman pembahasan, memeriksa tata bahasa, ejaan (EYD/PUEBI), tanda baca, dan gaya bahasa agar sesuai dengan standar penerbitan, menjaga konsistensi istilah, singkatan, atau gaya penulisan, melakukan verifikasi kebenaran data, kutipan, atau referensi yang digunakan penulis dan bekerja sama dengan desainer grafis/layout untuk memastikan naskah sesuai dengan standar desain buku, memastikan ilustrasi, tabel, dan gambar memiliki keterangan yang jelas dan tepat dan melakukan pengecekan akhir (final check) pada naskah setelah proses layout untuk memastikan tidak ada salah ketik, salah ejaan, atau kekeliruan teknis sebelum dicetak. Ketika ada hal yang harus diperbaiki terkait dengan proses kerja, maka karyawan tersebut merasa tertantang memperbaiki struktur tulisan, tanpa merasa terpaksa, ketika ada masukan dari atasan, tidak merasa tersinggung justru melihat sebagai peluang perbaikan, mau berkolaborasi dengan cara berdiskusi dengan desainer, penulis, dan tim produksi untuk menghasilkan naskah yang berkualitas.

Adapun 4 orang karyawan lainnya, 1 orang yang bekerja sebagai desain interior, ketika bekerja sudah menggunakan aplikasi terbaru tetapi seringnya konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan desainnya akhirnya terus memikirkan detail desain ruangan bahkan sampai diluar jam kerja, atau desainer tersebut sulit melepaskan diri dari pekerjaannya karena adanya tuntutan dari klien. Adanya permintaan revisi yang berulang desainer tersebut juga merasa tertekan karena seolah-olah identitas dirinya dipertaruhkan dalam desain tersebut.

2 orang karyawan bagian fotografi dengan tugas melakukan shooting video untuk konten jualan baju, adanya kritikan yang berkaitan dengan kualitas video yang dihasilkan, karyawan tersebut merasa kritikan itu sebagai bentuk serangan pribadi bukan sekadar masukan teknis, terus memikirkan hasil foto/video bahkan di luar jam kerja agar sempurna tapi kenyataannya hasil diperoleh sama saja atau walaupun ada perbaikan hanya sedikit dan tidak menjadi sesuai keinginan klien.

1 orang karyawan di bidang riset bertugas merencanakan konten dan memantau tren. Setiap hari ia sering lembur untuk menganalisis tren, menyiapkan strategi, dan menyusun laporan, terus memikirkan setiap detail agar hasilnya sempurna, meski pada kenyataannya strategi dan laporan yang disusun tidak selalu sesuai target. Tekanan internal dari dorongan untuk selalu sempurna membuat karyawan ini sering merasa stres dan kelelahan.

Dari pemaparan diatas, maka ditemukan bahwa gairah atau dorongan kuat yang dimiliki seseorang terhadap pekerjaannya cukup beragam. Sebagian

karyawan merasa senang dan bersemangat karena pekerjaan yang dijalani sesuai dengan minat pribadi. Mereka menganggap proyek atau tugas baru sebagai bentuk pembelajaran, sekaligus cara untuk mengembangkan kemampuan yang sejalan dengan hobi. Pekerjaan juga dianggap memberi pengalaman yang bervariasi dan tidak membosankan, sehingga mendorong mereka untuk terus berkembang. Pola ini mencerminkan keterlibatan kerja yang positif dan selaras dengan nilai-nilai pribadi, atau yang disebut sebagai *Harmonious Passion*. Karyawan dengan *harmonious passion* akan memiliki semangat kerja yang tumbuh dari dorongan diri sendiri, di mana karyawan melakukan pekerjaannya karena rasa suka, pilihan pribadi, serta keselarasan dengan nilai-nilai hidupnya, sehingga menghadirkan keseimbangan, emosi positif, dan kondisi yang sehat.

Namun, di sisi lain, terdapat pula karyawan dengan dorongan kerja yang terbentuk melalui internalisasi yang bersifat terpaksa, di mana karyawan mengaitkan pekerjaan sebagai bagian dari identitas dirinya, tetapi melakukannya lebih karena tekanan eksternal atau perasaan terikat, seperti kebutuhan akan pengakuan, status, atau rasa bersalah bila tidak melakukannya, atau semangat kerja tersebut muncul ketika pekerjaan menjadi bagian penting dari jati diri seseorang, namun lebih dikendalikan oleh faktor luar atau tekanan dari dalam diri atau lebih dikenal dengan *Obsessive Passion*.

Bentuk *Obsessive Passion*, yaitu keterlibatan kerja yang muncul dari dorongan internal yang kuat dan sulit dikendalikan, sehingga pekerjaan menjadi pusat perhatian bahkan di luar jam kerja. Meski begitu, *Obsessive*

Passion tidak selalu berdampak negatif. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Vieira dos Santos et al. (2023) menemukan bahwa meskipun karyawan dengan *Obsessive Passion* memiliki keterikatan mendalam terhadap pekerjaan, tekanan internal yang memaksa mereka untuk terus bekerja juga membuat mereka kesulitan menikmati proses kerja secara utuh.. Sedangkan penelitian yang dilakukan Birkeland & Buch (2015) Ketika hubungan dengan pekerjaan harmonis, maka hal tersebut telah menjadi bagian dari identitas karyawan karena pekerjaan itu sendiri menyenangkan dan pada dasarnya memuaskan. Ketika jenis tersebut bersifat obsesif, pekerjaan telah menjadi bagian dari identitas karyawan karena pekerjaan tersebut memuaskan kebutuhan internal. Ini disebabkan oleh keterikatan dan beban kerja yang berat yang mengakibatkan individu merasa kelelahan dan tidak mau terikat atau menjadi pekerja lepas.

Penelitian Salgado, J., et-all (2019) menjelaskan bahwa kedua jenis *passion* secara parsial memodulasi hubungan antara tuntutan pekerjaan dan sementara *passion* yang harmonis mempengaruhi hubungan antara sumber daya pekerjaan dan produktivitas. Artinya *work Passion* menjadi salah satu aspek penting yang bisa mendorong semangat, ketekunan, dan kemampuan untuk terus berinovasi di tengah tantangan industri. Namun, tidak semua bentuk *passion* memberikan dampak yang positif. Ketika *passion* bersifat obsesif, justru bisa menimbulkan tekanan, membuat karyawan bekerja secara berlebihan, merasa mudah lelah secara emosional, bahkan kehilangan kepuasan dalam bekerja.

Industri kreatif Indonesia berkontribusi besar terhadap perekonomian, tetapi sebagian besar masih didominasi oleh tiga subsektor utama. Sementara itu, subsektor lain seperti desain komunikasi visual, desain interior, serta film, animasi, dan video justru masih rendah kontribusinya (Ruhati, 2023). Salah satu penyebabnya adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) yang belum optimal, terutama dalam hal keterampilan, kreativitas, dan dorongan kerja (Amalia, 2023; Lukita, 2024).

Penelitian terdahulu lebih banyak membahas kompetensi teknis dan motivasi kerja, tetapi aspek *work passion* khususnya perbedaan antara *harmonious passion* dan *obsessive passion* masih jarang dikaji di konteks industri kreatif Indonesia. Padahal, *work passion* dapat memengaruhi kreativitas, inovasi, bahkan keseimbangan kerja-kehidupan.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti mengambil judul,” studi deskriptif tipe *Work Passion* yang dimiliki oleh karyawan di industri kreatif di Indonesia”.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam teori, *Work Passion* dibagi menjadi dua: *Harmonious Passion*, yang muncul saat seseorang mencintai pekerjaan dan menjalankannya secara sukarela sehingga mendorong semangat kerja, kreativitas, dan keseimbangan dalam hidup, serta *Obsessive Passion*, yang tumbuh dari dorongan internal yang tampak produktif, namun dapat menimbulkan tekanan dan kelelahan serta mengganggu keseimbangan antara kerja dan hidup. Hasil wawancara dengan karyawan industri kreatif menunjukkan variasi yang berbeda, sebagian merasa

termotivasi dan selaras dengan pekerjaannya (*harmonious*), sementara sebagian lain merasa terbebani dan lelah (*obsessive*). Fenomena ini menandakan adanya perbedaan antara konsep ideal teori dan kenyataan di lapangan. Berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana tipe *Work Passion* (*harmonious dan obsessive*) pada karyawan industri kreatif di Indonesia?”

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian maka tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan Tipe *Work Passion* pada karyawan Industri Kreatif di Indonesia”.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi industri dan organisasi, dengan memperkaya pemahaman mengenai tipe *Work Passion* pada karyawan industri kreatif. Temuan ini juga dapat menjadi landasan teoritis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa. *Work Passion*.

1.4.2. Manfaat Praktis

A. Bagi Responden

Respondenn bisa lebih memahami tipe *work passion* yang dimiliki, apakah bersifat harmonis atau obsesif. Dengan demikian, responden dapat lebih mengenali pola kerja, melakukan refleksi

diri, serta menilai apakah semangat kerja yang mereka jalani sudah seimbang atau justru berlebihan.

B. Bagi Industri dan Organisasi

Penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai tipe *work passion* yang dimiliki karyawan, sehingga organisasi dapat memahami pola keterlibatan kerja mereka. Informasi ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pengelolaan SDM yang lebih tepat.

C. Bagi Penelitian Lain

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang mengkaji lebih lanjut mengenai *Work Passion* pada karyawan manapun. Dan kedepannya, topik atau variable ini bisa dikaitkan dengan variable lainnya.