

Dinamika Gairah (Passion) pada Pekerja Industri Kreatif PT.Prime di Surabaya

Agselle Surya Putri Anggraini

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

Abstract.

Due to the heavy influence passion on creative workers especially to creative workers in PT.Prime, this study was keen to describe the passion dynamics of the creative workers in PT.Prime. PT.Prime was chosen as field to get subject based on unique case of their creative workers. The result of the research indicated that the dynamics of PT Prime Surabaya's creative workers have three processes, which are activity valuation, liking the activity and invest tie and energy. From the data analysis, the writer can concluded that when creative workers on PT.Prime became passionate, they showed behavior such as enthusiasm, optimis, more creative, and quick on respond. Although, there was a creative worker on PT.Prime that showed behavior such as formal and well-organized. When creative worker is not passionate, they showed behavior such as less enthusias, sadness, and disappointed on their self, but they can move fastly to raise up and not flow on the sadness.

Keywords: *The dynamics of passion, creative workers*

Abstrak. *Mempertimbangkan besarnya peran gairah (passion) pada pekerja kreatif khususnya pekerja PT. Prime, penelitian ini bermaksud mendeskripsikan dinamika passion pada pekerja kreatif PT. Prime. Pemilihan PT. Prime sebagai tempat pengambilan subjek didasarkan pada keunikan kasus pada pekerja kreatifnya. Hasil yang diperoleh adalah dinamika pekerja kreatif PT.Prime terdiri dari proses activity valuation, liking the activity, dan invest time and energy. Dari hasil analisis data diketahui bahwa secara umum ketika pekerja kreatif PT. Prime merasa passionate mereka cenderung menunjukkan perilaku semangat, optimis, lebih kreatif, dan tangkas dalam bertindak. Meskipun tidak dipungkiri ada pula pekerja kreatif PT. Prime yang menunjukkan perilaku formal, teratur, dan terorganisir saat merasa passionate. Saat pekerja kreatif PT.Prime merasa tidak passionate mereka cenderung tidak bersemangat, sedih, dan kecewa terhadap diri sendiri, namun mereka mudah bangkit dan tidak berlarut-larut dalam perasaan tersebut.*

Kata Kunci: *Dinamika passion, pekerja kreatif*

Korespondensi: **Agselle Surya Putri Anggraini.** Departemen Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya. Jalan Dharmawangsa Jalan Dharmawangsa Dalam Selatan Surabaya 60286, Telp. (031) 5032770, (031) 5014460, Fax (031) 5025910. Email: acxel_vanderagk@yahoo.co.uk

PENDAHULUAN

Pasar bebas telah membuka batasan arus perdagangan dan pasar antar negara menjadi lebih global. Hal ini juga membuat persaingan menjadi semakin keras, tidak hanya bersaing dalam skala nasional namun juga internasional. Indonesia menyambut persaingan ini dengan adanya beberapa inisiatif yang telah dilakukan pemerintah untuk menumbuhkembangkan industri kreatif di Indonesia. Pada tahun 2007, Menteri Perdagangan RI meluncurkan hasil studi pemetaan Industri Kreatif Indonesia dan menetapkan empat belas subsector Industri Kreatif Indonesia berdasarkan studi akademika atas Klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia yang diolah dari data BPS. Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa pertumbuhan industri ekonomi kreatif Indonesia dinilai mampu mendorong untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi sebesar 6,8 persen dalam RAPBN 2013 (“Industri kreatif mampu dorong ekonomi Indonesia”, 2012).

Menteri Perdagangan RI mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Dalam hal ini industri kreatif dibagi menjadi 14 sub-sektor yaitu arsitektur, desain, *fashion*, film dan fotografi, kerajinan, layanan komputer dan *software*, musik, penerbitan dan percetakan, periklanan, pertunjukan seni, penelitian dan pengembangan, pasar barang antik, permainan interaktif, televisi dan radio. (“*Creative Industry*”, 2012). Di Indonesia, *pioneer* industri kreatif khususnya bagi kalangan muda adalah Yoris Sebastian. Yoris menorehkan karya terbaiknya di Hard Rock Cafe ketika membuat program *I like Monday*. Di Surabaya, industri kreatif juga semakin banyak dijumpai. Pemerintah juga telah mengadakan “diskusi pengembangan ekonomi kreatif” pada bulan Juli 2010 di Hotel

Bisanta Bidakara Surabaya. Kadin Surabaya mencatat industri kreatif di Surabaya tumbuh positif dari tahun ke tahun. Pertumbuhan industri kreatif itu juga berdampak pada industri terkait lain dan turut berkontribusi pada pendapatan daerah. Ketua Kadin Surabaya, Jamhadi menyatakan dari sekitar Rp 179 triliun PDRB Surabaya, Rp 17 triliun di antaranya disumbang dari industri kreatif (“Industri Kreatif Surabaya Tumbuh”, 2012).

Salah satu organisasi yang ikut meramaikan geliat industri kreatif di Surabaya adalah PT. Prime, yaitu industri kreatif yang bergerak di bidang strategi promosi. Dari hasil wawancara dengan wakil pimpinan PT. PRIME, dapat disimpulkan bahwa PT. Prime merupakan organisasi berupa *agency* yang bergerak di bidang strategi promosi. Disamping memberikan strategi promosi kepada klien, PT. Prime juga menjalankan strategi promosi yang telah disepakati dengan klien tersebut. Ditinjau dari definisi industri kreatif menurut Kementerian Perdagangan dan Ekonomi Kreatif Indonesia, PT. Prime termasuk salah satu bentuk industri kreatif karena dalam *core business*-nya mengutamakan pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Penciptaan ide dan konsep terkait strategi promosi yang sesuai untuk klien yang dilakukan oleh PT. Prime menunjukkan adanya pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat dalam usaha mencapai tujuan organisasi. PT. Prime termasuk ke dalam sektor industri kreatif periklanan dimana PT. Prime melakukan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan di luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah), dan

elektronik (televisi, radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur, dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.

Wakil pimpinan PT. Prime juga menceritakan hal yang terjadi pada karyawannya dimana karyawan mulai merasa bingung mengidentifikasi antara kehidupan pribadi dengan pekerjaan. Pergerakan *passion* yang terjadi pada pekerja kreatif yang *passionate* terhadap pekerjaannya sesuai dengan isu tentang *Work- Life Balance*. *Work-life balance* adalah keadaan dimana seseorang mulai mengukur kontrol atas dimana, kapan, dan bagaimana mereka bekerja (“Work-Life Balance and the Economics of Workplace Flexibility”, 2010). Isu tentang *work-life balance* ini sesuai dengan konsep *passion* yang diduga terjadi pada karyawan PT. Prime.

Disisi lain, dari hasil wawancara dengan beberapa pekerja PT.Prime didapatkan data tentang aturan jam kerja. PT.Prime memberikan aturan jam kerja pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Namun, selain itu disebutkan pula di dalam kontrak kerja bahwa karyawan harus bersedia bekerja kapan saja ketika dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa jam kerja pada PT. Prime tidak mengikat atau fleksibel. Sehingga dapat dimungkinkan pekerja pada PT. Prime bekerja *over time* atau lebih dari jam kerja yang ditentukan. Seperti pada pekerja X, ia sering bekerja satu minggu penuh apabila sedang banyak acara yang harus dikerjakan. Akhir minggu yang seharusnya libur pun membuat subjek tetap bekerja untuk menyelesaikan urusan terkait acara yang akan dibuat. Pekerja X ini juga mengatakan bahwa dirinya sering bekerja dari pukul 09.00 WIB hingga pukul 08.00 WIB. Ia jarang pulang ke rumah dan sering menghabiskan waktu dan tenaganya untuk pekerjaan. Sehingga hal itu menyebabkan ia harus bercerai dengan istrinya. Namun uniknya, ia merasa nyaman dan senang bekerja disini meskipun ia lelah dan jarang pulang. Disisi lain pada PT.Prime terdapat pula pekerja Y yang berbeda jauh dengan pekerja X. Pekerja Y mengatakan bahwa dirinya tidak pernah pulang kerja lebih dari pukul 19.00 WIB. Ia juga sering pulang ke rumah ketika sedang tidak ada event. Ia bekerja seperti layaknya pekerja pada kantor

reguler, berbeda dengan pekerja pada umumnya di *event organizer* yang tidak terikat oleh waktu. Ia mengatakan juga bahwa pekerjaannya dapat ia selesaikan tepat waktu sehingga tidak harus mengurus banyak waktu. Ia juga berprinsip bahwa ia tidak pernah membawa pekerjaannya pulang ke rumah karena di rumah adalah waktu bersama keluarga. Mereka sama-sama bekerja di PT.Prime dengan tugas pekerjaan yang sama dan posisi yang sama pula. Mereka juga *passionate* dengan pekerjaannya, namun keseharian mereka dalam bekerja bisa jauh berbeda. Hal ini menjadi erat kaitannya terhadap pergerakan *passion* yang dimiliki oleh masing-masing pekerja tersebut.

Vallerand dan Houliort (2003:177-178) menyatakan definisi *passion* sebagai kecenderungan kuat terhadap kegiatan yang disukai oleh individu, dimana mereka menemukan bahwa hal itu penting, dan dimana mereka mau menginvestasikan waktu dan energi yang mereka miliki. Proses motivasional terjadi ketika seseorang memiliki *passion* terhadap aktivitas tertentu pada pekerjaannya (Vallerand dan Houliort, 2003: 184). Kualitas lingkungan sosial dimana individu berada dapat menjadi salah satu variabel yang membedakan antara individu yang *passionate* dan yang *nonpassionate* (Mageau, Vallerand, Charest, Salvy, et al., 2009).

Penelitian ini berfokus pada dinamika *passion* pada pekerja kreatif PT. Prime Surabaya. Memahami dinamika *passion* pada pekerja industri kreatif khususnya pada pekerja kreatif PT. Prime selaku industri kreatif sektor periklanan di Surabaya menjadi hal penting dan menarik. Dinamika diartikan sebagai bagian dari ilmu fisika yang mengenai barang-barang yang bergerak dan tenaga-tenaga yang menggerakkan. Akan tetapi, dinamika sebagai kata sifat diartikan sebagai sesuatu yang mempunyai sifat (tabiat) yang bertenaga dan berkekuatan (sehingga selalu bergerak, selalu sanggup menyesuaikan diri dengan keadaan). Dinamika diterjemahkan sebagai tidak statis atau bergerak terus menerus (Suryabrata, 2003). Dinamika juga diartikan gerak dari dalam, tenaga yang menggerakkan, atau semangat (Depdikbud, 1991).

Vallerand dan Houliort (2003) menyatakan bahwa kedua tipe *passion* sementara ini dapat memberikan kontribusi positif pada kinerja. Dengan memahami dinamika *passion* pada

pekerja kreatif PT. Prime, diharapkan dapat menggambarkan secara utuh bagaimana perubahan, pergerakan, dan semangat *passion* pada pekerja industri kreatif, khususnya pada pekerja kreatif PT. Prime. Dengan pemikiran tersebut, penelitian ini sangat penting dilakukan untuk memahami secara utuh dinamika *passion* dari dalam diri pekerja industri kreatif sehingga dapat memperluas wawasan terkait kajian tentang *passion* dan memberikan kontribusi terhadap *positive psychology* dalam konteks Industri Organisasi, terutama di Indonesia.

PASSIONDALAMINDUSTRIKREATIF

Vallerand dan Houliort (2003) mendefinisikan *passion* sebagai:

“A strong inclination toward an activity that people like, that they find important, and in which they invest time and energy”

Menurut Vallerand dan Houliort *passion* merupakan kecenderungan kuat terhadap aktivitas yang disukai, yang mereka temukan bahwa itu penting, dan yang mana mereka memberikan waktu dan tenaga yang dimiliki untuk aktivitas tersebut. Penelitian terdahulu memang menunjukkan bahwa *activity valuation* (e.g., Deci, Eghrari, Patrick, & Leone, 1994), mengeluarkan waktu dan energi, dan menyukai tugas pekerjaan semuanya dapat diasosiasikan dengan *engagement* pada aktivitas yang diinvestasikan oleh individu (Vallerand dan Houliort, 2003). Vallerand dan Houliort (2003) juga mengusulkan dua tipe pada *passion*, yaitu *obsessive* dan *harmonious*. *Obsessive passion* mengacu pada dorongan motivasional yang memaksa seseorang dalam melakukan aktivitas tertentu. Disisi lain, Vallerand dan Houliort (2003) menjelaskan tentang *harmonious passion* yang mengacu pada dorongan motivasional yang mengarahkan seseorang untuk terlibat aktivitas secara sukarela dan menimbulkan kehendak dan dukungan personal untuk mengejar aktivitas tersebut.

Vallerand dan Houliort (2003) percaya bahwa seseorang menjadi *passionate* terhadap aktivitas tertentu melalui dua proses penting yaitu penilaian terhadap aktivitas dan internalisasi pada representasi aktivitas dalam aspek inti dari diri seseorang, yaitu identitas seseorang. Sebagian besar aktivitas memiliki potensi untuk menjadi

harmonious passion atau *obsessive passion*. Misalnya, sebagian besar tipe pekerjaan melibatkan setidaknya beberapa unsur ketertarikan. Sejauh minat terhadap pekerjaan tidak berlangsung singkat, tetap kuat, dan pekerjaan tersebut dirasa penting oleh individu, maka pekerjaan akan berubah menjadi *passion*. Penelitian menunjukkan bahwa ketika seseorang atau aktivitas tertentu merupakan hal yang dinilai tinggi dan berarti, individu cenderung untuk menginternalisasi objek atau orang yang dihargai tersebut untuk menjadikannya bagian dari dirinya (Aron, Aron, & Smollan, 1992; Deci et al., 1994 dalam Vallerand & Houliort, 2003). Namun, jika individu tidak menikmati pekerjaannya, maka internalisasi tidak akan berubah menjadi *passion*. Kemungkinan terbaik hal itu akan menjadi regulasi yang terintegrasi (Deci & Ryan, 1985; 2000 dalam Vallerand & Houliort, 2003).

Mageau, dkk (2009) telah melakukan penelitian tentang peran *autonomy support*, *activity specialization*, dan *identification with the activity* terhadap perkembangan *obsessive passion* dan *harmonious passion* dimana subyek penelitian melibatkan 84 musisi dan 145 atlet dengan rata-rata usia 19,6 tahun. Hasil penelitian menyebutkan bahwa 100% subyek menunjukkan bahwa mereka *passionate* terhadap aktivitasnya. Subyek yang tergolong dalam *harmonious passion* lebih mungkin untuk mengalami tingkat yang lebih tinggi pada *autonomy support* dari lingkungan sosial dibanding kelompok *obsessive passion*. Sebaliknya, semakin banyak *passion* yang berasal dari rasa identitas, semakin besar kemungkinan mereka memiliki *obsessive passion*. Dukungan otonomi dari orang dewasa lebih tinggi untuk *harmonious passion* daripada *obsessive passion*. Lingkungan sosial yang memberikan dukungan otonomi sehingga dapat berfungsi untuk membuat *harmonious passion* pada tingkat *expert*. Sebaliknya, mengontrol orang dewasa yang menekan orang lain untuk mengejar suatu aktivitas atau untuk terlibat di dalamnya dengan cara tertentu dapat menetapkan seseorang untuk cenderung memiliki *passion* dalam bentuk *obsessive*. Individu dengan *obsessive passion* tampaknya berasal dari rasa identitas yang lebih tinggi terhadap aktivitasnya daripada individu dengan *harmonious passion*. Hal itu mungkin bahwa individu dengan *obsessive passion* tidak

lagi melihat keterlibatan mereka terhadap aktivitas sebagai pilihan akan tetapi lebih sebagai cara untuk mempertahankan identitas mereka. Penemuan ini konsisten dengan hasil sebelumnya yang menunjukkan bahwa meskipun kedua tipe *passion* berkorelasi dengan identitas seseorang, korelasi terkuat adalah pada tipe *obsessive passion* (Vallerand et al., 2003, studi 1). Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa 100% subyek pada penelitian ini *passionate* terhadap aktivitasnya, menunjukkan bahwa *passion* memiliki peranan penting dalam mempertahankan usaha seseorang untuk mencapai tingkat ahli. Musisi adalah orang yang melakukan serangkaian aktivitas kreatif pada bidang musik. Sehingga dalam hal ini, musisi dapat digolongkan menjadi salah satu pekerja industri kreatif. Peran *passion* dalam industri kreatif ditunjukkan dengan bagaimana pekerja (dalam hal ini musisi) mempertahankan usahanya untuk mencapai tingkat ahli dengan *passion* yang dimilikinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Vallerand, dkk (2007) tentang peran *passion* terhadap *performance* dengan melibatkan 143 (52 laki-laki, 91 perempuan) siswa dari sekolah khusus seni drama sebagai subyek penelitian pada studi pertama dimana akhirnya siswa ini menjadi aktor dan komedian yang muncul pada televisi, film, dan teater di Quebec dan Kanada. Desain prospektif digunakan untuk memungkinkan uji daya prediksi *deliberate practice* terhadap kinerja dari waktu ke waktu. Hasil dari studi ini menyatakan bahwa baik *obsessive* maupun *harmonious passion* sama-sama menjadi prediktor positif pada *deliberate practice*, yang kemudian memberikan dampak positif terhadap kinerja. Selanjutnya, *harmonious passion* memiliki korelasi positif dengan *subjective well being*. Hal yang penting untuk diperhatikan adalah variabel kinerja dalam penelitian ini bukanlah persepsi subyektif yang diberikan oleh pemain melainkan penilaian independen terhadap kinerja yang diberikan oleh instruktur mereka. Siswa yang menjadi subyek dalam penelitian ini rata-rata telah menekuni bidang seni drama selama 7,24 tahun dan terlibat dalam seni drama rata-rata 14,33 jam per minggu. Dalam kurun waktu selama kurang lebih tujuh tahun, dapat diasumsikan bahwa mereka juga merupakan bagian dari industri kreatif khususnya

sub sektor *performing arts*. Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana peran *passion* pada industri kreatif dan menunjukkan korelasinya terhadap kinerja dan kesejahteraan subjektif.\

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan pada situasi alamiah, menggunakan metode interaktif dan humanistik, bersifat interpretif, dan melihat fenomena sosial secara holistik atau menyeluruh. Pendekatan terhadap permasalahan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus intrinsik. Peneliti ingin memahami fenomena yang terjadi pada pekerja industri kreatif dengan menggunakan teori tertentu, tidak ada upaya untuk mengembangkan teori (Stake, 1995). Subjek dalam penelitian ini adalah pekerja di PT. PRIME Surabaya. Adapun kriteria utama dari subjek penelitian ini adalah:

- a. Subjek adalah pekerja kreatif di PT. PRIME Surabaya
- b. Subjek bekerja pada bidang pekerjaan tersebut minimal lima tahun.
- c. Subjek memiliki jam kerja yang lebih panjang dari yang tentukan PT. PRIME Surabaya.
- d. Subjek pernah mengikuti pelatihan atau seminar terkait bidang pekerjaannya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik penggalan data, yaitu wawancara, observasi dan catatan lapangan. Peneliti juga melakukan teknik *appreciative inquiry* untuk menggali lebih dalam jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek. *Appreciative inquiry* dideskripsikan sebagai metodologi yang menggunakan ide konstruksi sosial (*social construction*) pada fenomena nyata yang dinilai positif ekstrim, khususnya dengan menitikberatkan pada metafora dan naratif, cara mengetahui relasional, pada bahasa, dan potensinya sebagai sumber teori generatif. Dalam penelitian ini digunakan *appreciative inquiry* dengan model 4-D, yaitu: *Discovery, Dream, Design, dan Destiny*.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis tematik. Penggunaan

analisis tematik memungkinkan peneliti menemukan 'pola' yang pihak lain tidak melihatnya secara jelas. Analisis tematik merupakan proses mengkode informasi, yang dapat menghasilkan daftar tema, model tema atau indikator yang kompleks, kualifikasi yang biasanya terkait dengan tema itu, atau hal-hal di antara atau gabungan dari yang telah disebutkan (Boyatzis, 1998 dalam Poerwandari, 2011). Tema-tema dapat diperoleh secara induktif dari informasi mentah, atau diperoleh secara deduktif dari teori atau penelitian-penelitian sebelumnya (Boyatzis, 1998 dalam Poerwandari, 2011). Teknik pemantapan kredibilitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi data. Peneliti menggunakan sumber data berbeda yang dihasilkan dari beberapa teknik penggalan data yaitu wawancara, observasi dan catatan lapangan (*field notes*).

HASIL PENELITIAN

Subjek 1 (TY) adalah pekerja kreatif PT.Prime yang *passionate* terhadap pekerjaannya. Hal ini dapat dilihat dari tiga tahap yang ditemukan dari lapangan dimana subjek melalui tiga tahapan yaitu *activity valuation*, *liking the activity*, dan *invest time and energy*. Tahap *activity valuation* adalah tahap dimana seseorang menilai aktivitas tertentu dalam hal ini pekerjaan. Subjek menilai pekerjaan ini bernilai penting baginya. Subjek merasa pekerjaan ini penting karena dari pekerjaan ini subjek belajar banyak hal dan tujuan utama subjek bekerja pada bidang pekerjaan ini karena ingin mendapatkan pengalaman. Subjek juga menilai bahwa pekerjaan bersifat bebas, subjek merasa tidak terikat oleh banyak aturan seperti pada kantor formal. Subjek dapat mengatur kapan ia ingin libur dengan cara menyelesaikan pekerjaannya secepatnya meskipun subjek juga mengakui bahwa ia harus selalu siap ketika dibutuhkan. Disamping itu, subjek juga merasa bahwa pekerjaan ini ringan karena subjek memang nyaman dengan pekerjaan ini. Tahap selanjutnya adalah tahap *liking the activity*. Tahap ini merupakan tahap dimana seseorang mulai menyukai aktivitas tertentu setelah melakukan penilaian terhadap aktivitas tersebut. Subjek merasa senang dengan pekerjaan ini karena pekerjaan ini sesuai dengan hobi atau kegemaran subjek. Tahap ketiga adalah *invest time*

and energy. Tahap ini berlangsung setelah individu menyukai aktivitas tertentu, kemudian individu memberikan waktu dan tenaganya dengan senang hati untuk menjalankan aktivitas tersebut. Subjek 1 memberikan hampir seluruh waktu dan tenaganya untuk pekerjaan ini. Subjek sering tidak pulang ketika sedang mengerjakan acara, disamping itu subjek juga bekerja *over time* atau lebih dari jam kerja yang seharusnya. Subjek juga mengatakan bahwa ia harus siap kapan saja ketika dibutuhkan. Subjek juga sering mengorbankan kehidupan pribadinya untuk urusan pekerjaan. Subjek merasa *passionate* ketika ia mengerjakan acara dengan rekan kerja satu tim yang sudah ia kenal dekat sebelumnya. Hal tersebut membuat komunikasi antar tim menjadi lebih mudah dan mereka dapat saling mendukung satu sama lain. Hal tersebut membuat subjek merasa senang dan nyaman menjalankan acara tersebut. *Running event* atau pada saat *event* berjalan merupakan aktivitas dalam pekerjaannya yang membuatnya sangat *passionate*. Ketika acara tersebut berjalan dengan sukses, subjek merasa sangat senang dan bangga karena ia telah memberikan seluruh waktu dan tenaganya untuk acara tersebut. Kesuksesan acara tersebut dinilai subjek dari acara yang berjalan lancar, tepat waktu, dan *audience respect* terhadap acara tersebut. Selama menjalankan aktivitas pekerjaan yang membuatnya merasa *passionate*, subjek bersikap santai namun gigih dalam mengerjakan setiap tugas dalam acara tersebut. Subjek tidak merasa terbebani, subjek menikmati jalannya acara, dan dapat mengatur jalannya acara dengan baik. Subjek juga dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi saat acara berlangsung dengan menyiapkan *briefing team*, *back up plan*, serta koordinasi yang baik dengan segala pihak yang terkait.

Sedangkan aktivitas pekerjaan yang membuatnya merasa tidak *passionate* adalah ketika terjadi kesalahpahaman terkait masalah komunikasi dalam tim. Kesalahpahaman tersebut dapat menyebabkan kesalahan yang fatal sehingga subjek merasa sedih dan bersalah. Subjek merasa bersalah karena telah menimbulkan kerugian yang cukup besar dan hal itu menimbulkan kepercayaan organisasi kepadanya menjadi berkurang. Passion yang dimiliki subjek 1 diprediksikan akan terus berkembang dan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hal

tersbut dapat dilihat dari sikap subjek terhadap tantangan atau hal baru, dimana subjek justru semakin senang ketika dihadapkan dengan hal baru. Subjek dapat mengidentifikasi masalah yang akan dihadapi organisasi ke depannya dan dapat mengambil hal positif dari masalah tersebut. Subjek juga mampu mendeskripsikan kesuksesan organisasinya dengan terperinci dan detail. Hal ini mencerminkan bahwa subjek merasa menjadi bagian dari organisasi, memiliki organisasi tersebut, dan peduli terhadap perkembangan organisasinya. Sehingga passion yang ia miliki berkembang dan dapat dirasakan oleh lingkungan sekitarnya dalam hal ini adalah organisasinya yaitu PT.Prime. Subjek menggunakan passion yang dimilikinya guna memberikan yang terbaik untuk kemajuan organisasinya. Subjek memiliki ide dan mimpi yang ia bagikan kepada anggota organisasi lainnya agar ikut merasakan semangat yang ia rasakan. Hal inilah yang membuat passion yang dimiliki oleh subjek 1 menjadi semakin berkembang.

Subjek 2 (IF) adalah pekerja kreatif PT.Prime yang *passionate* terhadap pekerjaannya. Hal ini dapat dilihat dari tiga tahap yang ditemukan dari lapangan dimana subjek melalui tiga tahapan yaitu *activity valuation*, *liking the activity*, dan *invest time and energy*. Tahap awal adalah *activity valuation* dimana subjek melakukan proses penilaian terhadap aktivitas dalam hal ini pekerjaannya. Subjek 2 menilai bahwa pekerjaannya penting karena dari awal subjek memang menyukai bidang pekerjaan ini, subjek merasa tidak cocok bekerja seperti pada kantor regular dimana terdapat aturan dan jam kerja yang ketat. Subjek juga menilai bahwa pekerjaan ini memberikan subjek rasa bebas dimana subjek bebas untuk berekspresi, tidak terikat oleh seragam tertentu seperti pada kantor regular. Subjek juga menilai bahwa pekerjaan ini bersifat fleksibel dimana subjek dapat mengatur banyaknya tugas yang akan ia ambil. Disamping itu subjek menilai bahwa pekerjaan ini melelahkan karena memeras tenaga, akan tetapi subjek tetap merasa senang dan nyaman menjalankan aktivitas pekerjaannya. Subjek menilai bahwa pekerjaan ini memberikan kesempatan untuk bersosial dan bertemu dengan orang baru yang berbeda-beda, sehingga hal tersebut tidak membuat subjek merasa bosan.

Tahap selanjutnya adalah *liking the activity* dimana pada tahap ini subjek mulai menyukai aktivitas dalam hal ini pekerjaannya. Subjek merasa senang menjalankan pekerjaannya karena pekerjaan ini memberikan subjek kebebasan berekspresi dan sesuai dengan karakteristik subjek. Tahap ketiga adalah *invest time and energy* dimana individu mulai memberikan waktu dan tenaga yang dimilikinya untuk melakukan aktivitas tertentu dengan senang hati. Subjek telah memberikan hampir seluruh waktu yang dimilikinya untuk pekerjaan ini,. Subjek sering bekerja *over time* atau lebih dari jam kerja yang ditentukan. Pada akhir minggu pun subjek tetap bekerja untuk menyiapkan acara. Hal yang membuat subjek merasa *passionate* dengan pekerjaannya adalah saat ia mengerjakan event berskala nasional dan dengan konsep yang hebat. Subjek merasa sangat senang dan bangga apabila acara berjalan dengan sukses. Kesuksesan acara menurut subjek adalah ketika *event* berjalan lancar, semua pihak kooperatif dan *audience* menikmati jalannya acara. Subjek menjalankan event tersebut dengan optimis dan dapat mengatasi segala masalah yang terjadi pada event tersebut. Subjek tidak nampak tertekan atau *down* ketika terdapat masalah di tengah *event*. Sebaliknya, subjek justru bersikap optimis dan semangat untuk menyelesaikan *event* ini dengan sebaik mungkin karena *event* ini adalah *event* besar dan menggunakan konsep yang luar biasa. Subjek merasa paling *passionate* pada saat *running event* atau jalannya acara. Saat acara berjalan, subjek bertugas untuk menemani dan mendampingi klien kemanapun klien pergi. Kerja kerasnya selama ini terlihat ketika acara berjalan, sehingga saat *running event* adalah saat yang paling membuatnya merasa *passionate*. sehingga saat *running event* adalah saat yang paling membuatnya merasa *passionate*.

Sedangkan hal yang membuatnya tidak *passionate* dalam bekerja adalah ketika konsep yang telah ia siapkan untuk *event* spektakuler gagal dan harus diganti dengan konsep baru. Hal lain yang sempat membuat subjek merasa tidak *passionate* dalam bekerja adalah ketika terjadi masalah komunikasi antar anggota organisasi pada akhir tahun 2011 dan pertengahan tahun 2012. Pada saat itu komunikasi antara anggota organisasi memburuk sehingga memicu

timbulnya konflik yang kemudian mempengaruhi suasana kerja. Masalah tersebut berimbas pada pekerjaan yaitu memicu timbulnya rasa malas bekerja pada subjek. Subjek sempat menolak banyak event baru yang datang karena malas bekerja saat itu. Perkembangan passion subjek diprediksikan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Hal tersebut dapat dilihat dari sikap subjek yang semakin bersemangat ketika menghadapi tantangan. Subjek juga dapat mengidentifikasi masalah yang akan terjadi pada organisasinya. Subjek juga dapat mengambil hal positif dari permasalahan tersebut. Disamping itu, subjek juga dapat mendeskripsikan secara rinci dan detail bagaimana kondisi organisasinya ketika sedang berada pada puncak kesuksesan. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa subjek merasa menjadi bagian dari organisasi, terlibat di dalam organisasi, merasa memiliki organisasi, dan peduli terhadap kemajuan organisasi. Passion yang dimiliki oleh subjek akan mengalami perkembangan dan meningkat karena lingkungan sekitar subjek turut merasakan *passion* tersebut. Subjek mempengaruhi anggota organisasi lainnya untuk memiliki semangat dan mimpi yang sama dengannya dalam mencapai kemajuan organisasi. Passion yang dimiliki subjek digunakan bukan untuk dirinya sendiri melainkan berkembang untuk kemajuan organisasinya.

Subjek 3 (BB) adalah pekerja kreatif PT.Prime yang *passionate* terhadap pekerjaannya. Hal ini dapat dilihat dari tiga tahap yang ditemukan dari lapangan dimana subjek melalui tiga tahapan yaitu *activity valuation*, *liking the activity*, dan *invest time and energy*. Tahap awal adalah *activity valuation* dimana subjek melakukan proses penilaian terhadap aktivitas dalam hal ini pekerjaannya. Subjek menilai bahwa pekerjaan ini adalah hobi subjek. Menurut subjek, pekerjaan ini adalah tempat untuk menyalurkan hobinya. Subjek juga menilai bahwa pekerjaan ini tidak menyita waktu. Pekerjaan ini dapat diselesaikan tepat waktu apabila individu sudah mengetahui cara yang benar untuk mengerjakannya dan dapat mengerjakan dengan sebaik mungkin. Subjek juga menilai bahwa pekerjaan ini penuh dengan tantangan baru yang silih berganti, sehingga subjek merasa pekerjaan ini sesuai dengan dirinya yang menyukai tantangan. Menurut subjek, beban pekerjaan ini tergantung dari proyek yang diambil

oleh individu. Sehingga individu dapat memilih proyek sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Tahap kedua adalah *liking activity* dimana pada tahap ini individu mulai menyukai aktivitas pekerjaan karena memiliki kesesuaian nilai dengan individu. Subjek 3 menyukai pekerjaan ini karena pekerjaan ini sesuai dengan hobinya dan penuh dengan tantangan baru. Subjek mengaku merasa senang dan nyaman dengan pekerjaan ini karena memang sudah lama menggeluti bidang ini. Tahap ketiga adalah *invest time and energy*, dimana pada tahap ini individu mulai memberikan waktu dan tenaga yang dimilikinya untuk melakukan aktivitas yang disukainya tersebut. Subjek 3 telah memberikan waktu yang dimilikinya untuk pekerjaan, akan tetapi ia mengatur waktu sebaik mungkin antara pekerjaan dan kehidupan pribadinya. Ia tidak pernah pulang kerja lebih dari jam 7 malam. Ia juga berprinsip bahwa ia tidak akan membawa pekerjaan pulang ke rumah karena dirumah adalah waktu bersama keluarga. Subjek juga memberikan tenaganya untuk pekerjaan ini, hal ini dapat dilihat dari keseriusan subjek dalam menjalankan aktivitas pekerjaannya. Namun, subjek tetap memiliki kendali atas dirinya. Subjek mengerti kapan ia harus bekerja dan kapan saatnya ia beristirahat. Perkembangan passion subjek 3 diprediksikan tidak mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. Subjek memang menyukai tantangan dan hal baru. Akan tetapi passion yang dimilikinya hanya dapat ia rasakan sendiri. Subjek menggunakan passionnya untuk kepentingan sendiri. Subjek tidak dapat memberikan deskripsi mengenai kesuksesan organisasinya karena subjek merasa tidak memiliki organisasi tersebut. Subjek tidak merasa peduli untuk ikut terlibat dalam upaya mencapai kesuksesan organisasi. Baginya, setiap orang memiliki prinsip masing-masing yang tidak dapat dipaksakan. Subjek adalah tipikal orang yang menyukai keseimbangan, sehingga dimungkinkan dengan karakteristik subjek yang seperti itu, membujat subjek mengontrol *passion* yang dimilikinya agar tetap seimbang dengan aktivitas pada kehidupan lainnya. Ketika passion yang dimilikinya meluas dan berkembang, dimungkinkan tidak terjadi keseimbangan lagi antara kehidupan pribadi dan pekerjaannya sehingga hal tersebut tidak sesuai dengan prinsip subjek.

PEMBAHASAN

Perkembangan *passion* yang ditemukan dalam penelitian ini memiliki kesesuaian dengan teori perkembangan pendiri psikologi positif Mihaly Csikszentmihalyi tentang pengalaman aliran (*Experience of Flow*) dimana terdapat tiga tahapan yaitu diferensiasi, meningkatkan kompleksitas, dan integrasi.

Berdasarkan data yang didapatkan, pekerja kreatif PT.Prime menunjukkan sikapnya dalam menghadapi tantangan. Umumnya mereka merasa senang dengan tantangan atau hal baru. Hal ini sesuai dengan konsep diferensiasi atau mengenali tantangan. Mereka kemudian mulai mengidentifikasi hal positif dari masalah yang mungkin akan terjadi pada organisasinya dan mengambil hal positif dari masalah tersebut. Hal positif dari masalah adalah adanya upaya peningkatan kualitas dan kreativitas untuk menghadapi permasalahan persaingan antara *event organizer* tersebut. Pada tahap ini dapat dikategorikan sebagai tahap meningkatkan kompleksitas dimana subjek berusaha mengenali permasalahan dan berusaha untuk memperoleh keterampilan lebih untuk menghadapi permasalahan tersebut. Pada tahap ketiga, subjek berusaha memberikan gambaran cara-cara yang akan dilakukan untuk mempelajari keterampilan. Hal ini sesuai dengan tahap integrasi dimana terjadi proses penguasaan atas keterampilan yang diperoleh.

Ketiga subjek adalah pekerja kreatif yang *passionate* dengan aktivitas pekerjaannya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis data yang menunjukkan bahwa ketiga subjek memenuhi kriteria sesuai teori *passion* yang dikemukakan oleh Vallerand dan Houlfort (2003). Ketiga subjek memenuhi ketiga indikator *passion* yaitu menyukai aktivitas, menilai aktivitas itu penting, dan kerelaan untuk memberikan waktu dan tenaga untuk aktivitas tersebut. Ditemukan tiga tahapan dalam dinamika *passion* pada pekerja kreatif PT.Prime yaitu *activity valuation*, *liking the activity*, dan *invest time and energy*. Pada tahap *activity valuation*, individu melakukan penilaian terhadap aktivitas yang dijalani, dalam hal ini pekerjaan. Tahap selanjutnya yaitu *liking the activity*, dimana individu mulai menyukai aktivitas yang dijalani setelah melakukan

penilaian terhadap aktivitas tersebut. Tahap selanjutnya adalah *invest time and energy*, dimana individu mulai memberikan waktu dan tenaganya untuk melakukan aktivitas tersebut dengan senang hati. Vallerand dan Houlfort (2003) percaya bahwa seseorang menjadi *passionate* terhadap aktivitas tertentu melalui dua proses penting yaitu penilaian terhadap aktivitas dan internalisasi pada representasi aktivitas dalam aspek inti dari diri seseorang, yaitu identitas seseorang. Se jauh minat terhadap pekerjaan tidak berlangsung singkat, tetap kuat, dan pekerjaan tersebut dirasa penting oleh individu, maka pekerjaan akan berubah menjadi *passion*. Hal ini sesuai dengan data yang ditemukan di lapangan bahwa ketika minat individu terhadap pekerjaannya tidak berlangsung singkat, tetap kuat, dan dinilai penting, maka pekerjaan ini dapat berubah menjadi *passion*-nya.

Dinamika *passion* pada pekerja kreatif PT. Prime dapat dilihat dari pergerakan antara aktivitas yang membuat mereka merasa *passionate* hingga aktivitas yang membuat mereka tidak *passionate*. Dari hasil penelitian yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa ketika pekerja kreatif PT.Prime merasa *passionate* dengan aktivitas tertentu ditemukan pola umum bahwa mereka cenderung semangat ketika menjalankan aktivitas tersebut, melakukan persiapan yang matang, memiliki banyak rencana untuk menanggulangi masalah yang mungkin akan muncul. Mereka menunjukkan sikap optimis, lebih kreatif dan tangkas dalam mengatur jalannya acara agar acara dapat berjalan dengan sukses, memahami pekerjaannya dengan baik, dan melalui masalah yang muncul dengan sikap tenang. Namun, tidak dipungkiri ada pula pekerja kreatif PT.Prime yang menunjukkan sikap terorganisir, formal, rapi, teratur, dan cemas ketika menghadapi masalah. Saat pekerja kreatif PT.Prime merasa tidak *passionate* dengan pekerjaannya, mereka cenderung menunjukkan sikap kurang bersemangat, sedih, kecewa dan merasa bersalah, namun hal tersebut tidak berlangsung lama. Mereka dapat segera bangkit dan mengembalikan semangat mereka untuk melihat ke depan. Perasaan dominan yang mereka rasakan saat itu adalah kecewa. Namun, mereka tidak berlarut-larut dalam perasaan tersebut. Pekerja kreatif PT.Prime ini memiliki jiwa positif

untuk mengendalikan semangat yang dimilikinya. *Passion* yang mereka miliki memang tidak selalu stabil, namun mereka cepat kembali bersemangat ketika mereka sedang *tidak passionate*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ken Blanchard Companies (2009) yang menunjukkan bahwa *passion* yang dimiliki oleh pekerja dapat turut dirasakan dampaknya oleh organisasi. Individu yang *passionate* dengan pekerjaannya akan cenderung menghasilkan usaha produktifitas dalam kebebasan menentukan pekerjaannya. *Passion* juga dapat membuat individu menjadi tipikal orang yang altruisme atau perhatian terhadap orang lain yang melebihi perhatian terhadap diri sendiri, membuat individu bertahan di organisasi, membentuk rasa komitmen terhadap organisasi serta dapat membawa individu mencapai pengalaman puncak.

Pekerja kreatif PT. Prime pada umumnya menunjukkan kinerja yang positif dalam organisasi. Mereka selalu ingin memberikan yang terbaik terhadap pekerjaannya karena mereka ingin mendapatkan pemenuhan kepuasan dari dalam diri mereka melalui *passion* yang mereka miliki. Mereka juga tipikal pekerja yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi. Hal tersebut dapat dilihat dari penilaian mereka terhadap organisasi. *Passion* yang mereka miliki dan dukungan dari organisasi membuat mereka bertahan dan berkomitmen terhadap organisasi. *Passion* yang dimiliki oleh pekerja kreatif PT. Prime ini juga dapat membuat mereka menuju pengalaman puncak dalam karir mereka.

SIMPULAN

Dinamika *passion* pada pekerja kreatif PT. Prime dapat dilihat dari pergerakan afeksi dan perilaku yang mereka tunjukkan saat mereka sedang merasa *passionate* dengan pekerjaan hingga saat mereka merasa *tidak passionate* dengan aktivitas pekerjaan. Saat mereka sedang merasa *passionate* dengan aktivitas pekerjaan, mereka cenderung semangat ketika menjalankan aktivitas tersebut, melakukan persiapan yang matang, memiliki banyak rencana untuk menanggulangi masalah yang mungkin akan muncul. Mereka menunjukkan sikap optimis,

lebih kreatif dan tangkas dalam mengatur jalannya acara agar acara dapat berjalan dengan sukses. Mereka juga bersikap tenang dalam menghadapi permasalahan yang terjadi di tengah acara. Meskipun tidak dipungkiri, ada pula pekerja yang cenderung menunjukkan perilaku yang formal, teratur, terorganisir, dan cemas ketika terjadi masalah terkait pekerjaan.

Saat pekerja kreatif PT. Prime merasa *tidak passionate* dengan pekerjaannya, mereka cenderung menunjukkan sikap kurang bersemangat, sedih, kecewa terhadap diri sendiri, namun hal tersebut tidak berlangsung lama. Mereka dapat segera bangkit dan mengembalikan semangat mereka untuk melihat ke depan. Perasaan dominan yang mereka rasakan saat itu adalah kecewa. Namun, mereka tidak berlarut-larut dalam perasaan tersebut. Pekerja kreatif PT. Prime ini memiliki jiwa positif untuk mengendalikan semangat yang dimilikinya. *Passion* yang mereka miliki memang tidak selalu stabil, namun mereka cepat kembali bersemangat ketika mereka sedang *tidak passionate*.

PUSTAKA ACUAN

- Depdikbud. (1991). Kamus besar bahasa Indonesia: Edisi kedua.
- Executif Office of the President of the United States. (2010). Work-life balance and the economic of workplace flexibility. United States: Council of Economic Advisers.
- Mageau, G. A., Vallerand, R. J., Charest, J., Salvy, S. J., Lacaille, N., Bouffard, T., & Koestner, R. (2009). On the development of harmonious passion and obsessive passion: The role of autonomy support, activity specialization, and identification with the activity. *Journal of Personality*, 77:3.
- Poerwandari, E. K. (2011). Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia (edisi ketiga). Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. New York: Sage Publications.
- Suryabrata, S. (2003). Metodologi Penelitian. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Vallerand, R.J., & Houffort, N. (2003). Passion at Work: Toward a new copceptualization. In S. W. Gilliland, D. D. Steiner, & D. P. Skarlicki (Eds.), *Emerging perspectives on values in organizations* (pp. 175-204). Greenwich, CT: Information Age Publishing.
- Vallerand, R. J., Salvy, S. J., Mageau, G. A., Elliot, A. J., Denis, P., Grouzet, F. M. E., et al. (2007). On the role of passion in performance. *Journal of Personality*, 75, 505-534.
- Harry. (2012, 27 Agustus). Industri Kreatif Tumbuh Pesat pada 2012. *Seputar UKM* [on-line]. Diakses pada tanggal 14 oktober 2012 dari <http://www.seputarukm.com/industri-kreatif-tumbuh-pesat-pada-2012/>
- Rekohadi, D. (2012, 21 Juni). Industri kreatif Surabaya tumbuh. *Tribun Jatim* [on-line] diakses pada tanggal 3 desember 2012 dari <http://surabaya.tribunnews.com/m/index.php/2012/06/21/industri-kreatif-surabaya-tumbuh>
- Industri kreatif mampu dorong pertumbuhan ekonomi (2012, 22 Agustus). *Antara News* [on-line]. Diakses pada tanggal 13 oktober 2012 dari <http://www.antaraneews.com/berita/328955/industri-kreatif-mampu-dorong-pertumbuhan-ekonomi>