

**HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSIONAL DENGAN
PERILAKU KERJA INOVATIF PADA PENYIAR RADIO KAMPUS
DI JAKARTA**

Meralda Juliana Purada Boru Lumban Tobing

15010115130097

ABSTRAK

Radio kampus perlu fleksibel dalam merespon penurunan jumlah dan perubahan perilaku pendengar radio akibat perkembangan teknologi dan komunikasi di Indonesia. Kru dapat menjaga eksistensi radio kampus dengan menampilkan perilaku kerja inovatif, yaitu menciptakan dan mengimplementasikan ide kreatif dalam bentuk produk, prosedur, atau pelayanan untuk meningkatkan performa organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif. Kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk merasakan dan mengekspresikan emosi secara akurat dan adaptif, memahami makna dan ilmu tentang emosi, menggunakan perasaan untuk memfasilitasi pikiran, serta mengatur emosi dalam diri dan orang lain ketika berinteraksi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengikuti UKM radio kampus di tujuh universitas di Jakarta. Sampel yang terlibat sejumlah 118 kru tetap (39 laki-laki dan 79 perempuan) dengan rentang usia 18 - 22 tahun dan rata-rata telah menjadi penyiar radio kampus selama 1,5 tahun. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *proportional random sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Kecerdasan Emosional (23 aitem, $\alpha = 0,854$) dan Skala Perilaku Kerja Inovatif (28 aitem, $\alpha = 0,911$). Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif pada penyiar radio kampus ($r_{xy} = 0,653$; $p < 0,001$), yang berarti semakin tinggi kecerdasan emosional maka semakin tinggi pula perilaku kerja inovatif pada penyiar radio kampus di Jakarta. Kecerdasan emosional memberikan sumbangan efektif sebesar 42,7 % terhadap perilaku kerja inovatif pada penyiar radio kampus.

Kata Kunci: Perilaku Kerja Inovatif, Kecerdasan Emosional, Penyiar Radio Kampus

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia kini tengah memasuki era revolusi industri 4.0, yaitu adanya perubahan mendasar dalam setiap lini kehidupan manusia akibat pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (Kemenristekdikti, 2018). Jasa penyiaran oleh radio di Indonesia turut merasakan dampak dari kemajuan informasi dan komunikasi yang berkembang setiap harinya. Keberadaan media digital, seperti YouTube, Facebook, Twitter, dan Instagram, memudahkan masyarakat untuk mendengarkan sekaligus menyaksikan tayangan visual informatif yang tidak dapat dirasakan oleh pendengar radio konvensional (Tya, 2010). Media digital yang berfokus pada musik, seperti Spotify dan Joox, bahkan menyediakan fitur untuk memutar lagu dari berbagai aliran dan musisi sesuai dengan keinginan (*on-demand*) sehingga pendengar tidak harus menunggu lagu diputar secara acak (*shuffle*) seperti pada radio (Salam & Rafidah, 2017).

Nielsen sebagai perusahaan global yang rutin melakukan survei terkait apa yang ditonton dan dibeli konsumen menemukan bahwa jumlah pendengar radio di Indonesia mengalami penurunan sebesar 3% setiap tahunnya. Hasil survei perusahaan Nielsen pada tahun 2016 terhadap lebih dari 8.400 orang berusia 10 tahun ke atas yang tinggal di Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar, dan Banjarmasin menunjukkan bahwa hanya sekitar 20 juta masyarakat Indonesia yang masih

mendengarkan radio (38%), diikuti dengan masyarakat yang mengakses internet (40%), dan menonton televisi (96%) (Lubis, 2016). Hasil survei juga menunjukkan bahwa pendengar radio didominasi oleh para konsumen masa depan, yaitu *Millenial* (38%) dan generasi Z (19%), diikuti dengan generasi X (28%), generasi *Baby Boomer* (13%), dan generasi *Silent* (2%) (Lubis, 2016).

Mahasiswa yang notabene termasuk dalam kategori generasi *Millenial* dan Z tidak hanya terlibat menjadi pendengar radio, beberapa di antaranya juga aktif menjadi kru radio kampus. Radio kampus adalah radio komunitas berbasis perguruan tinggi yang menjadi alternatif dari bentuk gerakan mahasiswa selain demonstrasi, diskusi, atau pers (Romli, 2012). Menurut UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pasal 21, radio komunitas merupakan bagian dari lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas, bersifat independen, tidak komersial, memiliki daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, dan berperan dalam memenuhi kebutuhan komunitasnya.

Eksistensi radio kampus di tengah keberadaan radio publik, swasta, dan berlangganan menjadi penting karena radio kampus berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi aktual, pendidikan, dan hiburan secara khusus bagi civitas akademika kampus melalui program acara yang disiarkannya (Darmanto, Masduki, & Kurniawan, 2015). Radio kampus juga turut menjadi rekan bagi radio publik, swasta, dan berlangganan untuk mendidik serta membantu masyarakat umum dalam mencapai kesejahteraannya (Romli, 2012).

Radio kampus tidak hanya menjadi ujung tombak dalam menyediakan informasi bagi komunitas kampus, tetapi juga menjadi wadah bagi mahasiswa

untuk menyalurkan minat dan bakat dalam dunia penyiaran serta melatih keterampilan berbicara di depan umum (Romli, 2012). Keberadaan radio kampus sebagai Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) non-formal dalam perguruan tinggi dapat menambah wawasan mahasiswa tentang industri musik bahkan memberikan akses lebih awal untuk mengetahui materi musik terbaru ketika bekerjasama dengan label musik (Ulfa, 2015). Menurut penyiar profesional yang pernah aktif dalam radio kampus (dalam Ibtisam, 2016), radio kampus memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar mengatur stasiun radio dan melatih kepemimpinan.

Sesuai dengan UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pasal 21, radio kampus didirikan tidak semata-mata untuk mencari keuntungan. Prinsip non-komersial yang dimiliki radio kampus menunjukkan bahwa keuntungan yang didapatkan radio kampus tidak dapat digunakan untuk melipatgandakan modal usaha atau menyejahterakan anggotanya seperti pada radio komersial (Darmanto, Masduki, & Kurniawan, 2015). Menurut Darmanto, Masduki, dan Kurniawan (2015), keuntungan yang dimiliki radio kampus dimanfaatkan untuk menjamin keberlangsungan siaran dan peningkatan kualitas program radio kampus.

Radio kampus juga perlu merespon perubahan perilaku pendengar radio. Menurut Presiden Direktur PT Miftah Putra Mandiri yang menaungi Radio MPM Cemerlang (dalam Ramdan, 2016), pendengar radio kini lebih menyukai pemutaran lagu secara non-stop. Hasil survey Nielsen (dalam Lubis, 2016) juga menunjukkan bahwa pendengar tidak hanya mendengarkan radio melalui *tape*, tetapi juga melalui perangkat yang lebih personal, yaitu telepon genggam.

Menurut CEO dan *Presiden Direktur* PT Mahaka Media Tbk (dalam Supriadi, 2015), salah satu upaya yang dapat dilakukan radio untuk mengikuti perkembangan teknologi dan perubahan kebiasaan pendengar radio adalah dengan menghadirkan layanan *online streaming*. Kehadiran layanan *streaming* juga mampu membantu mengatasi risiko terganggunya frekuensi radio akibat semakin bertambahnya gedung bertingkat di Jakarta (Supriadi, 2015).

Robbins dan Judge (2015) menyatakan bahwa organisasi harus dapat fleksibel untuk mengikuti selera pasar yang dinamis di era teknologi dan informasi yang terus mengalami perkembangan. Schermerhorn, Osborn, Uhl-Bien, dan Hunt (2012) turut menjelaskan bahwa organisasi sebaiknya tidak statis, tetapi secara konsisten melakukan inovasi sehingga mampu menjadikan inovasi sebagai bagian dari perilaku dalam bekerja sehari-hari. Anggota dapat membantu organisasi untuk menghadapi tantangan perubahan teknologi dan selera pasar dengan melakukan perubahan pada tingkat individual, yaitu menampilkan perilaku kerja inovatif atau *Innovative Work Behavior* (IWB).

Pada dasarnya, inovasi adalah implementasi dari ide yang baru dan bermanfaat untuk memulai atau mengembangkan suatu produk, proses, atau jasa (Thompson, 2011). Menurut Farr dan Ford (dalam de Jong & den Hartog, 2010), perilaku kerja inovatif adalah perilaku individu yang bertujuan untuk melakukan permulaan dan pengenalan, baik dalam peran kerja, kelompok, atau organisasi, terkait ide, proses, produk, atau prosedur yang bermanfaat. Scott dan Bruce (dalam Neiva, Torres, & Mendonça, 2017) mendefinisikan perilaku kerja inovatif

sebagai kumpulan perilaku yang berhubungan dengan proses membangkitkan ide, menciptakan dukungan bagi ide, dan membantu penerapan ide.

Menurut Shih dan Susanto (2011), perilaku kerja inovatif dapat terlihat melalui penerapan metode, prosedur, atau pendekatan baru yang digunakan serta memiliki dampak yang menguntungkan bagi performa kerja, kelompok, atau organisasi. Inovasi yang terjadi dalam organisasi dapat berupa penambahan atau pengembangan yang bersifat sederhana hingga perubahan yang bersifat menyeluruh dalam suatu organisasi (Robbins & Judge, 2015). Bergeron (dalam Parker & Bindl, 2015) menjelaskan bahwa konsep perilaku kerja inovatif dapat dianggap sebagai perilaku kerja di luar kewajiban (*extra-role behavior*) atau menjadi bagian dari kewajiban pekerjaan (*in-role performance*).

Perilaku kerja inovatif lebih luas dari sekadar kreativitas individu dalam menciptakan ide baru atau pendekatan unik untuk menyelesaikan masalah atau memanfaatkan peluang performa (Schermerhorn, Osborn, Uhl-Bien, & Hunt, 2012). Menurut West (dalam de Jong & den Hartog, 2010), kreativitas dapat menjadi komponen penting dalam perilaku kerja inovatif, terutama pada tahap awal ketika masalah atau kesenjangan performa mulai ditemukan. Setelah mengeksplor ide (*idea exploration*), anggota harus melewati tahap *idea generation*, *idea championing*, dan *idea implementation* untuk dikatakan mampu menunjukkan perilaku kerja inovatif (de Jong & den Hartog, 2010).

Perilaku kerja inovatif menjadi bentuk perilaku dalam organisasi yang penting untuk diteliti karena sejumlah manfaat positif yang dihasilkannya. Menurut West dan Anderson (dalam Neiva, Torres, & Mendonça, 2017), anggota

yang menunjukkan perilaku kerja inovatif lebih menikmati kepuasan kerja, mencapai performa yang lebih baik di tempat bekerja, mengembangkan relasi yang lebih baik dengan rekan kerja, memiliki tingkat stres yang cenderung rendah, dan menikmati pertumbuhan diri (*personal growth*) yang lebih tinggi. Menurut Janssen (dalam Parker & Bindl, 2017), tingkat perilaku kerja inovatif yang tinggi juga membuat anggota mengalami konflik positif di tempat bekerja.

Salah satu keunggulan yang masih dikuasai oleh radio secara umum adalah kualitas penyiar profesional (Prasetya, 2016). Penyiar menjadikan radio memiliki sentuhan personal bagi pendengarnya, seperti dengan berkomunikasi via telepon untuk menerima permintaan lagu dari pendengar, memberi kesempatan bagi pendengar untuk menyampaikan salam, dan mendengarkan serta menanggapi cerita yang disampaikan pendengar (Salam & Rafidah, 2017). Keterlibatan pendengar, baik secara langsung maupun secara emosional terhadap program yang disiarkan radio kerap dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan keberhasilan radio (Darmanto, Masduki, & Kurniawan, 2015).

Organisasi perlu memahami sejumlah faktor yang memengaruhi perilaku kerja inovatif untuk dapat meningkatkan frekuensi kemunculan perilaku kerja inovatif dalam anggota. Hammond, Neff, Farr, Schwall, dan Zhao (2011) menyimpulkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi perilaku kerja inovatif, yaitu faktor kontekstual, faktor pekerjaan, dan faktor individual. Terkait dengan faktor kontekstual, hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti dan Sawitri (2018) pada 68 karyawan *final assay* divisi produksi di PT. Hartono Istana Teknologi Sayung, Demak, menunjukkan bahwa iklim organisasi dengan

model sistem terbuka dapat meningkatkan perilaku kerja inovatif melalui aktivitas pengambilan risiko dan pengembangan gagasan.

Faktor pekerjaan dapat terlihat pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Ukiningtyas (2016) terhadap 81 karyawan LPP TVRI Jawa Timur di Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *work engagement* dengan perilaku kerja inovatif. Faktor individual salah satunya didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Windiarsih dan Etikariena (2017) terhadap 135 karyawan BUMN X divisi kapal perang, kapal niaga, rekayasa, dan desain. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kepribadian proaktif berhubungan positif secara signifikan terhadap perilaku kerja inovatif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningsih, Prasetyo, dan Prihatsanti (2016) pada 149 pekerja perusahaan manufaktur pakaian ekspor di Semarang turut mendukung adanya pengaruh dari faktor individual, yaitu *psychology capital*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *psychology capital* yang dimiliki pekerja, tingkat perilaku kerja inovatif pun semakin tinggi.

Madrid, Patterson, Birdi, Leiva, dan Kausel (2014) yang melakukan penelitian pada 92 ahli di 73 perusahaan di Chile menemukan bahwa faktor individual, yaitu suasana hati positif yang teraktivasi tinggi selama satu minggu, memiliki hubungan positif yang kuat dengan perilaku kerja inovatif. Fridja (dalam Ekkekakis, 2013) menjelaskan bahwa suasana hati (*mood*) adalah tanda untuk menggambarkan keadaan afektif tentang sesuatu yang tidak spesifik. Suasana hati

umumnya berlangsung lebih lama dan cenderung berkaitan tentang suatu keseluruhan (Ekkekakis, 2013).

Menurut Luthans (2011), emosi dapat berubah menjadi suasana hati ketika individu kehilangan fokus terhadap objek atau peristiwa yang mendahului perasaan. Beier dan Oswald (dalam Robbins & Judge, 2015) menjelaskan bahwa untuk dapat menjaga suasana hati yang positif, individu sebaiknya memiliki kemampuan untuk menilai emosi dalam diri sendiri serta orang lain, memahami makna emosi, dan mengatur emosi dengan baik. Kemampuan ini kemudian dikenal sebagai kecerdasan emosional atau *emotional intelligence* (EI).

Menurut Salovey dan Mayer (Santrock, 2011), kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk merasakan dan mengekspresikan emosi secara akurat dan adaptif, memahami emosi serta ilmu terkait emosi, menggunakan perasaan untuk memfasilitasi pikiran, dan mengatur emosi dalam diri serta orang lain. Goleman (dalam Luthans, 2011) berpendapat bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan yang dimiliki individu untuk mengenali perasaannya sendiri dan orang lain sehingga dapat memotivasi diri serta mengatur emosi, baik dalam diri maupun dalam menjalin relasi dengan orang lain.

Keefektifan fungsi radio kampus di Jakarta dapat diwujudkan dengan memerhatikan salah satu faktor yang memengaruhi kemunculan perilaku kerja inovatif, yaitu kecerdasan emosional penyiar. Menurut Goleman (dalam Luthans, 2011), kecerdasan emosional (EI) memiliki perananan penting untuk mencapai kesuksesan dan keefektifan organisasi dibandingkan dengan hanya mengandalkan kecerdasan intelektual (IQ), keahlian teknis, atau pengalaman anggota. Gagasan

Goleman didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Kelley dan Kaplan (dalam Luthans, 2011) terhadap para ilmuwan dan teknisi di AT&T Bell labs. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa prediktor utama produktivitas kerja bagi para pekerja yang dianggap unggul (10-15% dari para ilmuwan dan teknisi) adalah kecerdasan emosional.

Peneliti menemukan bahwa sebagian besar hasil penelitian ilmiah yang membahas perilaku kerja inovatif lebih terfokus pada pengaruh dari faktor eksternal dibandingkan faktor internal, seperti kecerdasan emosional. Peneliti menemukan beberapa jurnal penelitian ilmiah di Indonesia yang menggunakan kecerdasan emosional sebagai variabel mediator ketika dihubungkan dengan perilaku kerja inovatif. Hasil penelitian Agustina (2016) pada 45 wirausahawan wanita pemilik UMKM kerajinan tangan di Surabaya menunjukkan bahwa kecerdasan emosional sebagai variabel mediator mampu menguatkan interaksi antara stres peran wirausaha dan perilaku inovatif. Berada dalam emosi atau suasana hati positif dapat membantu wirausahawan untuk mengubah pengalaman menjadi solusi sehingga mengurangi tingkat stres.

Penelitian ilmiah terkait hubungan antara kecerdasan emosional dan perilaku kerja inovatif, baik dari Indonesia maupun luar negeri, tidak seluruhnya dikaji dalam ranah Psikologi. Peneliti hingga kini belum menemukan penelitian ilmiah yang menguji korelasi kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif pada jasa penyiaran radio, khususnya penyiar radio kampus. Sedikitnya jumlah penelitian ilmiah dalam bidang Psikologi terkait korelasi antara kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif di Indonesia serta belum adanya

penelitian ilmiah yang dilaksanakan pada penyiar radio kampus menjadi pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Hasil penggalan informasi terhadap perwakilan penyiar radio kampus di Jakarta, yaitu Radio Untar, BVoice Radio, Radio Mercu Buana, M Radio, London School Radio, Moestopo Radio, dan FourtyFive Radio menunjukkan bahwa perilaku kerja inovatif perlu dimiliki penyiar. Tidak hanya sekadar berbicara di dalam studio, penyiar perlu mempersiapkan ide-ide kreatif sebelum siaran berlangsung. Selama satu minggu sebelum hari siaran dimulai, penyiar akan mengumpulkan informasi dan mendiskusikan tentang iklan, materi siaran, atau segmen menarik apa yang akan ditulis pada naskah (*script*). Ide-ide kreatif yang sudah disepakati selanjutnya akan diimplementasikan saat siaran sehingga alur dari keberlangsungan siaran menjadi tertata, saling berhubungan, dan menarik perhatian pendengar.

Inovasi yang dilakukan radio kampus umumnya berfokus pada program siaran unggulan yang harus berbeda dari kepengurusan di radio kampus sebelumnya. Bentuk perilaku kerja inovatif yang juga dapat dilakukan oleh penyiar radio kampus antara lain menciptakan segmen yang menarik, mengkreasikan sajian iklan, mengubah bahasan program untuk memperluas segmen pendengar, menciptakan daftar putar lagu dengan tema khusus, membuat aturan untuk mengatur mekanisme pemutaran lagu, hingga membuat program *off air* berupa seminar, *workshop*, atau perlombaan terkait penyiaran.

Radio kampus di Jakarta melakukan beberapa strategi untuk mendukung munculnya perilaku kerja inovatif dalam diri penyiar, seperti menyediakan

fasilitas yang memadai sehingga aktivitas siaran atau peliputan berita dapat berlangsung dengan baik, memicu penyiar untuk aktif mencari referensi dari pencapaian kepengurusan sebelumnya dan radio kampus lain, melakukan survei rutin terhadap pendengar, memanfaatkan media digital khusus musik untuk menambah referensi musik, hingga menyediakan waktu untuk berkonsultasi terkait ide yang dimiliki dan bagaimana mengaplikasikannya.

Berdasarkan penggalan informasi, penyiar radio kampus merasa bahwa perilaku kerja inovatif juga dibutuhkan untuk meningkatkan eksistensi radio kampus dalam memenuhi kebutuhan informasi aktual, pendidikan, dan hiburan secara efektif di tengah penurunan jumlah dan perubahan perilaku dalam mendengarkan radio. Radio kampus di Jakarta diharapkan dapat memerhatikan salah satu faktor yang memengaruhi kemunculan perilaku kerja inovatif, yaitu emosi atau suasana hati positif yang diperkirakan merupakan dampak dari kecerdasan emosional penyiar. Beberapa pertimbangan yang sudah dipaparkan sebelumnya membuat peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif pada penyiar radio kampus di Jakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, permasalahan yang hendak dikaji dalam penelitian korelasional ini adalah apakah terdapat hubungan positif antara kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif pada penyiar radio kampus di Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian korelasional ini adalah untuk mengetahui hubungan empiris antara kecerdasan emosional dengan perilaku kerja inovatif pada penyiar radio kampus di Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk memperkaya referensi penelitian ilmiah serta turut mengembangkan khasanah ilmu Psikologi, khususnya tentang Perilaku Organisasi dalam ilmu Psikologi Industri dan Organisasi, serta bidang ilmu lain yang berhubungan dengan kecerdasan emosional dan perilaku kerja inovatif.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan pemahaman bahwa organisasi dapat menjaga eksistensi dan meningkatkan keefektifan fungsinya melalui peningkatan frekuensi kemunculan perilaku kerja inovatif dengan memerhatikan salah satu faktor yang memengaruhinya, yaitu kecerdasan emosional dalam diri anggota.