



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki potensi perkembangan ekonomi yang signifikan, potensi yang mulai diperhatikan dunia Internasional. Indonesia merupakan Negara dengan tingkat perkembangan ekonomi terbesar di Asia Tenggara, dan sering disebut sebagai calon layak untuk menjadi salah satu anggota Negara BRIC (Brasilia, Rusia, India, China), sebab perkembangan ekonomi indonesia dengan cepat menunjukkan tanda tanda perkembangan yang sama dengan anggota BRIC (Indonesiainvestment.com).

Jumlah penduduk Indonesia di tahun 2015 mencapai 244.769.000 orang (Bappenas.go.id, 2015). Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Indonesia paling tinggi dibandingkan Negara ASEAN lainnya.

Gambar 1.1 Populasi ASEAN

Sumber : Bappenas.go.id



Dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 244.769.000 jiwa, terdapat 117.000.000 jiwa tenaga kerja. Berdasarkan gambar 1.2 angkatan kerja di Indonesia merupakan yang tertinggi dibandingkan Negara Asean lainnya.

Gambar 1.2 Jumlah Tenaga kerja ASEAN

Sumber : Bappenas go.id

Negara	Populasi
Indonesia	244,769,000
Philippines	96,471,000
Vietnam	89,730,000
Thailand	69,892,000
Myanmar	48,724,000
Malaysia	29,322,000
Cambodia	16,374,000
Laos	6,478,000
Singapore	5,256,000
Timor Leste	1,187,000
Brunei	413,000
Total	608,616,000

Negara	Angkatan Kerja
Indonesia	117,000,000
POPULASI	
Philippines	96,471,000
Vietnam	89,730,000
Thailand	69,892,000
Myanmar	48,724,000
Malaysia	29,322,000
Cambodia	16,374,000
Laos	6,478,000
Singapore	5,256,000
Timor Leste	1,187,000
Brunei	413,000
Total	608,616,000

Indonesia memiliki 3 generasi yang eksis di dunia pekerjaan, 3 generasi tersebut adalah *Baby Boomers*, *Generation X* dan *Generation Y*. Generasi *Baby Boomers* merupakan generasi yang lahir di tahun 1941-1960 (Raines, 2003 dalam Lamm & Meeks, 2009) disaat ini generesi ini berumur 57-76 tahun, Generasi *Baby Boomers* sendiri merupakan generasi yang tumbuh saat perang dunia II selesai dimana ekonomi sedang turun dan terbatasnya sumber daya *Global* (Strauss and Howe, 1991 dalam Lamm & Meeks, 2009). *Baby Boomers* merupakan generasi yang paling kompetitif dibandingkan generasi lain, menjadi seperti apapun yang mereka inginkan, bekerja dengan baik dengan yang lainnya, dan menjadikan dunia menjadi tempat yang lebih baik (Twenge 2006, Raines 2003). *Baby Boomers* merupakan generasi pekerja keras, kemauan yang kuat, dan mereka peduli dengan

isi pekerjaan dan peningkatan materi (Kupperschmidt, 2000). Generasi selanjutnya adalah *Generation X*, generasi ini merupakan generasi yang lahir di tahun 1961-1980 (Raines, 2003 dalam Lamm & Meeks, 2009) generasi x saat ini berumur 37-56 tahun. *Generation X* mempunyai karakteristik yang mampu beradaptasi, menerima perubahan dengan baik, dan tangguh karena cenderung mandiri, loyal dan pekerja keras (Liputan6.com, 2016). Didalam dunia pekerjaan *Generation X* adalah orang yang kompeten dan bisa diandalkan di dalam pekerjaan, memiliki hasil yang berkualitas dan produktif. Mereka mengutamakan keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan, istilah yang sekarang dikenal dengan *work life balance (WLB)* (Psychologythoughts.com, 2015).

Generasi terakhir adalah *Generation Y*, saat ini generasi ini berumur 17-36 tahun yang disebut juga sebagai generasi *Millennials*, *Nexters* dan *Echo Boomers* lahir di tahun 1981-2000 (Raines, 2003), Generasi Y tumbuh disaat lahirnya *Internet*, *Columbine*, *9/11* dan mempunyai karakter bahwa mereka ditakdirkan membuat sesuatu yang hebat dan membuat perbedaan di dunia (Martin and Tulgan, 2001). Generasi Y merupakan generasi dimana mereka lebih bergantung dan lebih menyukai dengan kenyamanan disebabkan oleh pola asuh orang tua yang sangat intensif terhadap anak dan kenyamanan juga disebabkan oleh mayoritas orang tua mereka memiliki anak sedikit yang berbeda dengan generasi lainnya. Perkembangan teknologi dan komunikasi juga membuat mereka hidup lebih instan dan segala pekerjaan mereka semakin dipermudahakan. Generasi Y merupakan generasi yang berpikir kritis, mereka berani memberikan kritik dan protes apabila menurut mereka kebijakan dari suatu perusahaan salah, dan Generasi ini mencari suatu pekerjaan berdasarkan *passion* mereka, kebanyakan mereka memilih

perusahaan yang sesuai dengan *passion* mereka dan membuat mereka merasa nyaman. Generasi Y tidak bisa dipaksa melakukan suatu pekerjaan yang tidak sesuai *passion* mereka dan generasi ini juga tidak bisa dibatasi pendapat atau ide mereka karena akan tidak dapat memunculkan potensi atau kreativitas mereka (Maxmanroe.com). Kehadiran Generasi Y juga mampu mengubah paradigma yang selama ini dianut oleh Generasi X, jika dahulu atasan di sebuah perusahaan selalu lebih tua dari bawahan karena perusahaan menerapkan system senioritas, maka sekarang tidak seperti itu lagi. Karyawan karyawan berusia muda dibawah 35 tahun saat ini sudah banyak yang menduduki posisi tinggi di sebuah perusahaan. (Portalhr.com, 2010).

Berbeda dengan generasi X yang bekerja menggunakan pengalaman dan pola yang sudah ada, generasi Y lebih kreatif dan berani berpikir *out of the box* (okezone.com, 2015).

Perkembangan peradaban ekonomi dunia saat ini setidaknya terbagi dalam tiga sektor ekonomi, yakni sektor ekonomi pertama berupa perekonomian yang didominasi oleh kegiatan pertanian, sektor ekonomi kedua berupa perekonomian yang didominasi oleh kegiatan industri, serta sektor ekonomi ketiga berupa perekonomian yang berbasis teknologi informasi. Disamping ketiga sektor perekonomian tersebut, muncul sektor ekonomi keempat atau yang disebut sektor ekonomi kreatif, yakni perekonomian yang berbasis pada ide-ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif. Sektor ekonomi keempat inilah yang kini sudah mulai terlihat nyata di Tanah Air. Secara kebetulan, Indonesia memiliki banyak insan kreatif yang mampu menghasilkan produk industri kreatif yang khas dan andal. Jadi, wajar saja

jika baik pemerintah maupun pelaku industri memberikan perhatian serius terhadap perkembangan industri kreatif (neraca.co.id)

Menurut M.S Hidayat selaku menteri perindustrian menyatakan industri kreatif di Indonesia pada tahun 2013 mengalami peningkatan yang cukup berarti yaitu sebesar 10% jika dibandingkan dari tahun sebelumnya. Hal ini didasarkan pada peningkatan ekspor produk kreatif senilai Rp. 119.000.000.000.000 (\$10.000.000.000) di tahun 2013 (anantaranews.com, 2014)

Industri kreatif di Indonesia terdiri 14 bidang yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, *fashion*, video, film dan fotografi, permainan interaktif, *music*, seni pertunjukan, penertiban dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, televisi dan radio, dan riset dan pengembangan (Agribisnis.co.id). Industri kreatif merupakan *industry* yang penting terhadap perekonomian Indonesia. Industri kreatif sendiri menempati posisi ketujuh dari 10 sektor ekonomi nasional dengan menyumbang PDB sebesar 6,9 persen atau senilai Rp. 573,89 triliun dari total kontribusi ekonomi nasional (Neraca.co.id, 2014)

Dengan beragamnya industri pekerjaan di Indonesia gaji merupakan tetap menjadi hal menarik untuk menarik atau mempertahankan karyawan. Dalam hal menarik karyawan, gaji telah berkembang menjadi faktor utama. Namun disamping gaji menurut GWS 2012 menunjukkan bahwa lokasi tempat kerja juga menjadi salah satu faktor karyawan memilih sebuah pekerjaan (portalhr.com, 2012). Namun selain gaji dan lokasi tempat kerja, kenyamanan tempat bekerja merupakan sebuah faktor yang penting. *Survey* yang dilakukan oleh Savills, Inggris yang berjudul *what*

workers want melaporkan bahwa kondisi ruangan kantor merupakan hal terpenting bagi karyawan. Sebesar 82% responden menyebut *comfort*, penerangan dan suhu sebagian unsur kecilnya (portalhr.com, 2012).

Dengan perkembangan dan persaingan bisnis saat ini dibutuhkan kreatifitas dan inovasi dari setiap perusahaan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kreativitas adalah menciptakan suasana kerja yang menyenangkan (portalhr.com, 2010). *Workplace fun* sendiri terjadi ketika bekerja dan bermain berhasil digabungkan (Owler, 2008), menciptakan ketenangan, tidak stress dan lingkungan menyenangkan (Urquhart, 2005). Sedangkan menurut Eric lamm dan Michael D. Meeks (2009) *workplace fun* sendiri didefinisikan sebagai hubungan sosialisasi yang ceria, hubungan antar pribadi, rekreasi, atau tugas memberikan hiburan kesenangan atau kepuasan. Dengan adanya tempat kerja yang menyenangkan akan minumbulkan sebuah performa pekerjaan yang didasari oleh *task performance* dan *job satisfaction*.

Task performance didefinisikan sebagai perilaku yang bisa merubah materi mentah menjadi barang dan jasa, atau mendukung perubahan aktifitas aktifitas untuk membuat mereka efisien dan efektif (Motowidlo et al, 1997), sedangkan *job satisfaction* didefinisikan sebagai seberapa tinggi tingkat kepuasan dan ketidakpuasan individu terhadap pekerjaan yang mereka lakukan sekarang, dimana tingkat kepuasan ini berhubungan tingkat produktivitas (Weiss, 2002).

Dengan dibutuhkannya perkembangan kreatifitas dan inovasi didalam perusahaan, maka terlihat bahwa di Indonesia sudah terdapat beberapa perusahaan yang cukup kreatif serta memiliki lingkungan kerja yang cukup mampu

mendefinisikan *workplacefun* yaitu salah satunya perusahaan tersebut adalah TRANS TV.

TRANS TV adalah salah satu perusahaan televisi di Indonesia yang memperoleh siaran di tahun 1998 dan mendapatkan izin resmi secara komersial di tahun 2001 (www.transtv.co.id). TRANS TV sendiri merupakan salah satu perusahaan yang terdapat 3 generasi didalamnya yaitu *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y. TRANS TV yang dimiliki oleh Chairul Tanjung ini sangat mengutamakan kreatifitas di dalam bisnisnya, oleh karena itu TRANS TV memiliki system perusahaan yang fleksibel dan perekrutan karyawan yang memang sengaja dipilih anak anak muda di Indonesia dikarenakan anak muda memiliki kreatifitas yang sangat tinggi. Seperti yang kita ketahui banyak sisi kreatif yang terdapat di program TRANS TV contohnya Super Trap, Yuk Kita Sahur, Sketsa dan lain sebagainya. TRANS TV merupakan salah satu perusahaan yang didominasi anak muda atau *generasi y* dalam bisnisnya. Chairul Tanjung selaku pemilik TRANS corp sangat mendukung generasi y di perusahaannya, Chairul Tanjung pernah mengungkapkan “motor perusahaan kami adalah anak anak muda yang ada disini. Kami punya tim kreatif baik di trans studio maupun TRANS TV” (www.swa.co.id, 2012).

Perusahaan TRANS TV sendiri memiliki lingkungan kerja yang menyenangkan yang membuat para karyawannya merasa bebas mengeluarkan ide idenya. Dengan banyaknya anak muda di TRANS TV lingkungan kerja yang menyenangkan dapat

menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja dari karyawan perusahaan tersebut.

Didalam perjalanan bisnisnya TRANS TV mendapatkan berbagai macam penghargaan mulai dari penghargaan program terfavorit sampai televisi terbaik di Indonesia, hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa generasi y di TRANS TV cukup memiliki andil dalam perkembangan perusahaan tersebut. TRANS TV sendiri merupakan salah satu perusahaan yang terdapat 3 generasi didalamnya yaitu *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y.

Berdasarkan *depth interview* yang dilakukan penulis terhadap karyawan – karyawan TRANS TV yang termasuk dalam kategori Generation X dan Generation Y yang sudah menjadi karyawan tetap. Penulis menanyakan bagaimana pengaruh tempat kerja dan lingkungan kerja terhadap *performance* pekerjaan mereka, mereka menjawab bahwa dengan lingkungan kerja yang menyenangkan dapat mempengaruhi mereka dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Menurut mereka dengan lingkungan kerja yang menyenangkan dapat membuat mereka semakin bersemangat dalam melakukan pekerjaan dan dapat membuat mereka lebih kreatif dalam mengembangkan ide ide mereka.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Workplace fun* terhadap *Generation differences* dan pengaruhnya terhadap *Perfromance outcomes* kepada karyawan di PT. TRANS TV”.

1.2 Rumusan Masalah dan Pernyataan Penelitian

Berdasarkan analisis yang telah di jelaskan pada latar belakang di atas terdapat fenomena dimana *Workplace Fun* dapat mempengaruhi *Generation Differences* di dalam dunia pekerjaan

Dari fenomena tersebut apakah *Workplace Fun* dan *Generation differences* dapat mendorong *Performance Outcomes*. Dimana *Workplace Fun* mempengaruhi *Performance Outcomes*. Kemudian *Workplace Fun* mempengaruhi *Generation Differences* terhadap *Performance Outcomes*. Berikut adalah rumusan masalah yang ingin di teliti lebih lanjut oleh peneliti:

1. Apakah *Attitudes Towards Workplace Fun* berpengaruh positif terhadap *Attitudes Towards Generation Differences*?
2. Apakah *Attitudes Towards Workplace Fun* berpengaruh positif terhadap *Performance Outcomes* ?

1.3 Batasan Penelitian

Untuk mempermudah penulis untuk melakukan penelitian ini, penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini adalah karyawan dari PT. Trans Televisi
2. *Variabel* yang akan diteliti adalah *Workplace fun*, *Generation Differences*, dan *Performance outcomes*
3. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: pengolahan data melalui *software SPSS (Statistical Package for Social Science version 23 SmartPLS versi 2)*.
4. Pada penelitian ini penulis tidak mengkaji/menganalisis *gap* antar generasi

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka berikut tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apakah *Workplace Fun* berpengaruh positif terhadap *Generation Differences* di PT Trans Televisi
2. Untuk mengetahui apakah *Attitudes Towards Workplace Fun* berpengaruh positif terhadap *Performance Outcomes*

1.5 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut ini:

1. Manfaat akademis

Di harapkan di dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa informasi dan referensi kepada para pembaca mengenai *Workplace Fun* dan *Generation Differences* serta hubungannya terhadap *Performance Outcomes* dalam PT. Trans Televisi. Penulis juga berharap bahwa pembahasan mengenai *Workplace Fun* dan *Generation Differences* ini dapat lebih memperoleh lebih banyak lagi perhatian baik dari kalangan akademis ataupun praktisi. Karena penulis merasa masih kurangnya informasi mengenai *Workplace Fun* dan *Generation Y* serta *variable* terkait.

2. Manfaat Praktis

Di harapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, dimana bisa memberikan informasi dan memperluas wawasan mengenai *Workplace*

Fun dan Generation Differences dan pengaruh-pengaruh yang ada di dalamnya, khususnya kepada *Performance Outcomes* terhadap PT. Trans Televisi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang fenomena-fenomena yang terkait dengan *Workplace Fun*, *Generation Differences*, dan *Performance Outcomes*. Dimana dari fenomena ini akan ditemukan masalah-masalah yang kemudian akan diidentifikasi serta dirumuskan pada bab ini. Dimana permasalahan tersebut yang akan mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini. Tujuannya untuk menunjukkan bahwa *Workplace Fun* dan *Generation Differences* dapat mempengaruhi perusahaan untuk meningkatkan *Performance Outcomes* dari para karyawan khususnya mereka yang masuk dalam kategori *Generation Differences*.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan menguraikan teori – teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang dapat menjadi acuan dalam melakukan penelitian secara terperinci. Serta menjabarkan segala pengertian yang terkait dengan penelitian ini, dengan tujuan agar para pembaca mengerti variabel-variabel yang dibahas di penelitian ini

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini, penulis akan membahas mengenai metode apa saja yang digunakan dalam penelitian, ruang lingkup penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisa dengan yang akan digunakan untuk menjawab semua pertanyaan penelitian.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan membahas mengenai analisa data secara teknik dan pembahasannya dalam menjelaskan kaitan antar variabel yang berhubungan dengan fenomena *Workplace Fun*, *Genertion Differences*, *Job Satisfaction* dan *Task Performance* di PT. Trans Televisi. Lalu, memaparkan hasil dari kuisioner yang dilakukan serta deskripsi dari analisis dan output kuisioner.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, berisi kesimpulan yang di dapat berdasarkan dari hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah, dan pada bab ini penulis juga.

U
M
M
N