

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Pengertian Desain Grafis**

Desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar sebagai media untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Konsep desain grafis terdiri dari dua kata, yaitu "desain" dan "grafis". Desain merupakan metode perancangan yang berfokus pada aspek estetika dan mengandalkan kreativitas. Sementara itu, "grafis" mengacu pada ilmu perancangan titik dan garis yang membentuk gambar dan berhubungan dengan proses percetakan. Dengan demikian, desain grafis dapat diartikan sebagai ilmu yang menggabungkan kreativitas dalam menciptakan gambar-gambar yang memiliki tujuan akhir untuk keperluan percetakan.

Desain grafis merupakan bentuk seni yang memiliki berbagai tujuan, salah satunya adalah mengatur dan menciptakan elemen rupa seperti foto, ilustrasi, tulisan, dan garis pada media tertentu. Tujuan utama desain grafis adalah untuk produksi dan juga sebagai sarana komunikasi pesan. Proses pembuatan bentuk seni desain grafis dilakukan oleh seorang *graphic designer*, yang memiliki keahlian khusus dalam menginterpretasikan pesan ke dalam bentuk gambar. Seorang *graphic designer* dapat dianggap sebagai seorang komunikator visual, yang bertanggung jawab dalam menciptakan konsep visual baik secara manual maupun menggunakan perangkat lunak komputer. Mereka menggunakan seni visual seperti tulisan, gambar, dan grafik untuk mengkomunikasikan ide dan menginspirasi audiens.

##### **3.1.2 Jenis Desain Grafis**

###### *1. Drafter*

Pengaruh Work Overload..., Yustinus Agrivito Lucky Yudhawan, Universitas Multimedia Nusantara

*Drafter*, juga dikenal sebagai perancang, memiliki peran dalam membuat rancangan bangunan. Tugas seorang *drafter* terkait erat dengan industri konstruksi dan arsitektur. Ketelitian tinggi merupakan kualitas yang penting bagi seorang *drafter*. Oleh karena itu, seorang perancang harus selalu berhati-hati dalam menjalankan tugasnya. Beberapa aplikasi yang umum digunakan dalam desain grafis ini meliputi *Archicad*, *Autocad*, dan *3D Revit Architecture*.

2. *Editor*

Salah satu jenis desain grafis lainnya adalah *editor*. *Editor* memiliki berbagai fungsi, seperti pembuatan *banner*, sampul, logo, stiker, poster, kartu nama, dan sebagainya. *Editor* sering kali diperlukan dalam dunia publikasi, dan juga memiliki peran penting dalam industri periklanan. Beberapa aplikasi yang umum digunakan oleh seorang *editor* meliputi *CorelDRAW*, *Adobe Photoshop*, dan *Illustrator*.

3. *Layouter*

Seorang *layouter* merupakan jenis desain grafis yang bertanggung jawab dalam menciptakan tata letak atau susunan visual dalam majalah atau koran. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan tampilan yang menarik dan nyaman bagi pembaca. *Layouter* juga sering dibutuhkan dalam industri percetakan. Beberapa aplikasi yang umum digunakan oleh *layouter* antara lain *Adobe PageMaker*, *Microsoft Publisher*, dan *Adobe InDesign*.

4. *Art Director*

*Art director* memiliki peran penting dalam menciptakan karya seni seperti hiasan atau efek visual yang memukau. Mereka membutuhkan tingkat kreativitas yang tinggi dalam proses

pembuatan karya tersebut. Beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh *art director* antara lain *Photo paint*, *Photoshop*, *Art creator*, dan *Coreldraw*.

5. Fotografer

Fotografer adalah seorang desainer grafis yang memiliki peran penting dalam pengeditan foto. Mereka memiliki keahlian yang tinggi dalam bidang fotografi, termasuk kemampuan dalam mengedit foto sesuai dengan kebutuhan acara atau *event* yang diinginkan. Seperti jenis desain grafis lainnya, fotografer juga membutuhkan tingkat kreativitas yang tinggi dalam pekerjaannya. Selain itu, mereka diharapkan menguasai berbagai *software* aplikasi pengeditan foto. Fotografer sering dibutuhkan dalam bidang edit foto, jurnalistik, dan fotografi secara umum. Beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh fotografer antara lain *Ieworks* dan *Photo studio*.

6. Animator

Animator adalah seorang desainer grafis yang memiliki peran penting dalam menghasilkan karya-karya *motion graphics*, film fantasi, dan iklan. Tugas seorang animator melibatkan proses yang membutuhkan daya tahan yang tinggi. Mereka harus sabar, kreatif, dan memiliki pengetahuan yang luas dalam bidang ini. Animator sering ditemukan di industri pertelevisian, periklanan, dan perfilman. Beberapa aplikasi yang umum digunakan oleh animator adalah *3D Maya*, *Adobe Flash*, *Gif Animator*, dan *After Effects*.

#### 7. Visualisator

Visualisator dalam desain grafis memiliki peran penting dalam memberikan representasi visual dalam suatu karya produk. Mereka menciptakan gambaran yang nyata atau berdimensi tiga dari produk yang dibuat. Untuk menjadi seorang visualisator, seseorang perlu memiliki kemampuan otak kanan yang tinggi. Mereka juga harus menguasai aplikasi desain grafis yang sering digunakan dalam visualisasi produk dan presentasi. Visualisator sering dibutuhkan dalam industri visualisasi produk dan presentasi produk. Beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh visualisator adalah *Digital Clay*, *Autocad*, dan *3D Max*.

#### 8. Video Editor

Video editor memiliki peran penting dalam mengedit video atau film, dan seringkali juga bertindak sebagai videografer. Mereka memiliki kemampuan imajinasi yang tinggi dalam proses editing. Video editor umumnya dibutuhkan dalam industri musik dan perfilman. Beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh video editor adalah *After Effects*, *Sony Vegas*, dan *Video Studio*.

#### 9. Integrater Designer

Perannya untuk mengedit video dan film, yang sekaligus akan memerankan sebagai seorang *video shooter*. Aplikasi yang dapat digunakan seperti *Premiere Pro*.

### 3.1.3 Tugas *Graphic Designer*

Seorang desainer grafis tidak hanya bertanggung jawab dalam menghasilkan konsep dan berpikir secara visual, tetapi juga memiliki beberapa tugas lain yang perlu diemban. Berikut adalah beberapa tugas yang dilakukan oleh seorang desainer grafis:

Pengaruh Work Overload..., Yustinus Agrivito Lucky Yudhawan, Universitas Multimedia Nusantara

1. Menyiapkan bahan yang akan diubah ke bentuk visual.
2. Membuat konsep dan rencana dari semua informasi, dan material yang diberikan oleh seorang klien.
3. Melakukan ilustrasi konsep dengan membuat *draft* kasar dari *copy* nya dan ilustrasinya.
4. Menyelesaikan proyek, serta melakukan koordinasi dengan pihak luar. Seperti percetakan, agensi, *art service* dan lain sebagainya.
5. Melakukan kontribusi dengan tim, untuk mencapai tujuan dari proyek yang akan dikerjakan tersebut.
6. Bertemu dengan seorang *art director* atau klien. Tujuannya untuk mengetahui lebih jauh mengenai proyek yang diberikan.
7. Melakukan *brainstorming* bersama para klien.
8. Memberikan masukan pada desain yang ingin dibuat, sesuai dengan audiens atau *target market* yang ingin dijadikan target.
9. Membuat ilustrasi atau gambar yang berfungsi untuk mengidentifikasi pesan dari suatu produk.
10. Membuat bentuk grafis, seperti logo, *website*, dan ilustrasi produk.
11. Memilih *layout*, gambar, warna, dan *font*.
12. Mempresentasikan hasil ilustrasi yang telah dibuat kepada *art director* dan klien.
13. Melakukan revisi dari para klien.
14. Melakukan *quality check* pada ilustrasi sebelum dicetak dan dipublikasikan.

### **3.1.4 Kemampuan dalam Desain Grafis**

Umumnya, ada beberapa kemampuan yang diperlukan untuk terjun ke dunia desain grafis, meskipun setiap perusahaan atau situasi dapat memiliki persyaratan yang sedikit berbeda. Di bawah ini adalah beberapa keahlian khusus yang umumnya diharapkan sebelum memulai karir di

bidang desain grafis:

1. **Kreativitas:** Kemampuan untuk menghasilkan ide-ide kreatif dan konsep visual yang unik sangat penting dalam desain grafis. Kreativitas membantu menciptakan desain yang menarik, orisinal, dan membedakan dari yang lain.
2. **Penguasaan Alat Desain:** Menguasai perangkat lunak desain seperti *Adobe Photoshop*, *Illustrator*, *InDesign*, atau *CorelDRAW* sangat penting. Keahlian dalam menggunakan alat-alat ini memungkinkan desainer grafis untuk membuat dan mengedit elemen-elemen visual dengan lancar.
3. **Pemahaman Desain Visual:** Memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip desain visual seperti komposisi, tipografi, warna, proporsi, dan tata letak merupakan keahlian penting. Ini membantu menciptakan desain yang seimbang, mudah dibaca, dan menyampaikan pesan dengan jelas.
4. **Pengetahuan tentang Desain Responsif dan UI/UX:** Dalam era digital, penting untuk memahami desain responsif yang dapat beradaptasi dengan baik di berbagai perangkat dan platform. Memiliki pemahaman dasar tentang *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* juga sangat berharga dalam menciptakan pengalaman pengguna yang baik.

5. Kemampuan Menggambar dan Ilustrasi: Kemampuan untuk menggambar secara tangan atau digital, serta memiliki pemahaman tentang teknik ilustrasi, membantu dalam menghasilkan elemen-elemen visual yang unik dan orisinal dalam desain grafis.
6. Komunikasi Efektif: Kemampuan komunikasi yang baik sangat penting dalam berinteraksi dengan klien, anggota tim, atau pihak terkait lainnya. Memiliki kemampuan untuk mengartikulasikan ide-ide dan menjelaskan konsep desain dengan jelas merupakan keahlian yang sangat berharga.
7. Ketelitian dan Kejelian: Desainer grafis perlu memiliki ketelitian yang tinggi dalam detail dan kejelian untuk memastikan kesalahan terkecil pun dapat terdeteksi dan diperbaiki. Hal ini penting dalam menciptakan desain yang berkualitas tinggi.
8. Manajemen Waktu: Kemampuan untuk mengelola waktu dengan efisien adalah keterampilan yang penting dalam dunia desain grafis. Mengingat banyaknya tugas dan tenggat waktu yang harus dihadapi, desainer grafis perlu memiliki kemampuan untuk mengatur prioritas dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.
9. Pemahaman Pasar dan Tren: Memiliki pengetahuan tentang pasar, tren terkini, dan target audiens adalah keahlian tambahan yang berharga. Ini membantu desainer grafis dalam menciptakan desain yang relevan dan menarik bagi khalayak yang dituju.
10. Kemampuan untuk Terus Belajar: Dunia desain grafis terus berkembang dan berubah. Oleh karena itu, memiliki keinginan untuk belajar sangat penting.

### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Burns & Veeck (2020), “desain penelitian merupakan suatu rencana utama yang menetapkan cara-cara yang akan digunakan dalam Pengaruh Work Overload..., Yustinus Agrivito Lucky Yudhawan, Universitas Multimedia Nusantara

mengumpulkan dan menganalisis informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian”. Ada beberapa aspek yang perlu dipersiapkan, termasuk menentukan metode dan desain penelitian.

### **3.2.1 Metode Penelitian**

Berdasarkan Burns & Veeck (2020), metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut mereka, metode penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan administrasi dan serangkaian pertanyaan terstruktur dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan sebelumnya kepada sejumlah besar responden. Leedy & Ormrod (2019) mengungkapkan bahwa “penelitian kuantitatif berkaitan dengan pengumpulan dan pengolahan data yang terstruktur dan dapat diwakili dalam bentuk numerik”.

Dalam konteks ini, penelitian menggunakan metode kuantitatif karena peneliti bermaksud untuk melakukan pengukuran terkait variabel *Work overload*, *Job satisfaction*, *Job stress*, dan *Turnover intentions* pada desainer grafis dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut akan diberikan kepada responden untuk mengumpulkan data yang kemudian akan diolah dan dianalisis dalam bentuk numerik. Metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang terstruktur dan dapat dihitung secara statistik, sehingga memungkinkan analisis yang lebih objektif dan generalisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih besar.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan pendekatan penelitian deskriptif. Menurut Malhotra (2020), “penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik suatu objek, individu, kelompok, organisasi, atau lingkungan”. Dalam penelitian ini, topik penelitian dijelaskan melalui pengumpulan data dan menghubungkan variabel-variabel untuk



menggambarkan situasi yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi survei, panel, observasi, dan penggunaan data sekunder yang bersifat kuantitatif.

Penulis memilih pendekatan penelitian deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi pada sejumlah karyawan industri kreatif, terutama desainer grafis, sebagai objek penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada berbagai agensi atau perusahaan desain grafis. Kuesioner tersebut digunakan untuk menggambarkan karakteristik objek, individu, kelompok, organisasi, dan lingkungan yang kemudian diolah oleh penulis untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Selain itu, asosiasi antara variabel-variabel dalam penelitian juga menjadi bagian penting dalam menggambarkan fenomena yang terjadi di agensi atau perusahaan yang diteliti.



### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (2019), “target populasi merujuk pada kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti”. Dalam konteks penelitian, target populasi adalah kelompok yang menjadi fokus penelitian dan yang memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Sementara itu, menurut Burns & Veeck (2020), “populasi didefinisikan sebagai keseluruhan kelompok yang diteliti sesuai dengan tujuan penelitian”. Definisi ini mencakup semua individu, objek, atau unit yang menjadi subjek penelitian dan berhubungan dengan masalah penelitian yang ditetapkan. Target populasi dalam penelitian ini adalah pegawai industri kreatif desain grafis Generasi Z.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2019), “terdapat dua teknik dalam metode pengambilan sampel, yaitu *nonprobability sampling* dan *probability sampling*”.

1. *Probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada prinsip bahwa setiap elemen dalam populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam *probability sampling*, setiap elemen populasi harus memiliki peluang yang sama untuk menjadi bagian dari sampel. Teknik sampling dalam kategori ini mencakup metode seperti *simple random sampling*, *stratified random sampling*, *cluster sampling*, dan *systematic sampling*. Dengan menggunakan *probability sampling*, peneliti dapat melakukan inferensi statistik yang lebih kuat dan menggeneralisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih besar.

2. *Nonprobability sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana pemilihan sampel didasarkan pada penilaian pribadi peneliti. Dalam *nonprobability sampling*, peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel berdasarkan pertimbangan pribadi mereka, tanpa memastikan bahwa setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Teknik sampling dalam kategori ini mencakup metode seperti *convenience sampling*, *judgemental sampling*, *purposive sampling*, dan *snowball sampling*. *Nonprobability sampling* sering digunakan dalam situasi di mana ketersediaan dan kemudahan dalam memilih sampel menjadi faktor utama, meskipun generalisasi hasil penelitian menjadi lebih terbatas.

Dengan demikian, *probability sampling* didasarkan pada prinsip kemungkinan yang sama untuk dipilihnya setiap sampel, sedangkan *nonprobability sampling* didasarkan pada penilaian pribadi peneliti dan memberikan kemudahan dalam memilih sampel.

Teknik-teknik pengambilan sampel dalam *nonprobability sampling* menurut Malhotra (2019):

1. *Convenience sampling* adalah teknik *nonprobability sampling* yang didasarkan pada kemudahan dalam memperoleh sampel. Metode ini dilakukan dengan mengambil sampel yang mudah dijangkau dan tidak memerlukan banyak waktu serta biaya. Teknik ini dianggap paling mudah dan sering digunakan.
2. *Judgemental sampling* adalah teknik *nonprobability sampling* yang didasarkan pada pertimbangan subjektif dari peneliti. Dalam metode ini, sampel dipilih berdasarkan penilaian dan pertimbangan subjektif peneliti. Teknik ini memungkinkan pengambilan sampel yang cepat, mudah, dan murah, namun kualitas sampel sangat bergantung pada penilaian dan kreativitas

peneliti.

3. *Quota sampling* adalah teknik *nonprobability sampling* yang melibatkan dua tahap. Tahap pertama melibatkan menentukan populasi, kuota, dan kategori sebagai indikator untuk memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu seperti usia, jenis kelamin, dan sebagainya, yang ditentukan berdasarkan penilaian pribadi peneliti. Tahap selanjutnya, sampel dipilih dari kelompok, kategori, atau populasi yang telah ditentukan menggunakan teknik *judgemental sampling* atau *convenience sampling*.
4. *Snowball sampling* adalah teknik *nonprobability sampling* di mana sampel awal dipilih berdasarkan rekomendasi dari responden awal, dan kemudian sampel yang terpilih merekomendasikan orang lain atau sampel lain untuk menjadi sampel berikutnya. Proses ini berlanjut dan menghasilkan penyebaran sampel yang semakin luas.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik sampling *non probability*, yaitu *judgemental sampling*. “*Judgmental sampling* adalah teknik di mana peneliti memilih elemen populasi berdasarkan penilaian subjektif mereka. Teknik ini serupa dengan *convenience sampling*, tetapi peneliti memilih elemen berdasarkan penilaian mereka tentang kemampuan elemen tersebut untuk mewakili populasi yang diminati atau sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penggunaan *judgemental sampling* ini memiliki keuntungan karena lebih murah, mudah, dan cepat dalam pengambilan sampel. Namun, hasil dari sampel ini tidak dapat secara langsung digeneralisasi ke populasi tertentu. Dengan kata lain, generalisasi dari hasil penelitian ini terbatas pada populasi yang dipilih oleh peneliti berdasarkan penilaian subjektif mereka” (Malhotra, 2019).

Teknik ini digunakan karena terdapat kriteria khusus yang

ditentukan untuk responden penelitian, yaitu pegawai industri kreatif desain grafis Generasi Z.

### **3.3.3 Ukuran Sampling**

Menurut Hair et al. (2014), ukuran sampel dalam penelitian umumnya sebaiknya tidak kurang dari 50 dan lebih disarankan lebih dari 100. Sebagai aturan umum, jumlah sampel yang diperlukan adalah minimal lima kali lebih besar dari jumlah indikator pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Dalam hal ini, setiap indikator pertanyaan dalam kuesioner harus dianggap sebagai variabel yang perlu dianalisis secara terpisah. Namun, ukuran sampel yang lebih dapat diterima adalah dengan rasio 10:1, atau sepuluh kali lebih besar dari jumlah indikator pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Dengan mempertimbangkan jumlah sampel yang memadai, peneliti dapat mengurangi kesalahan sampling dan meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan metode yang mengacu pada banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan. Metode ini disarankan oleh Hair et al. (2014) yang mengusulkan untuk mengalikan jumlah indikator dengan angka 5. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, jumlah indikator yang digunakan adalah 35, sehingga jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 175 ( $35 \times 5 = 175$ ). Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan 195 sampel.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Sumber Data

Penelitian ini melibatkan penggunaan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang dikembangkan atau dikumpulkan oleh peneliti secara khusus untuk proyek penelitian yang sedang dilakukan. Data primer ini diperoleh melalui instrumen seperti kuesioner, wawancara, atau observasi yang dilakukan langsung oleh peneliti. Sementara itu, data sekunder mengacu pada data yang sebelumnya telah dikumpulkan oleh pihak lain selain peneliti untuk tujuan yang berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder dapat diperoleh dari sumber seperti publikasi ilmiah, basis data, laporan, atau data statistik yang sudah ada. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk mendapatkan informasi tambahan atau melengkapi data primer yang telah dikumpulkan. Dengan memanfaatkan kedua jenis data ini, peneliti dapat memiliki sumber informasi yang lebih kaya dan lengkap untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian yang ditetapkan.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh oleh peneliti melalui dua metode utama, yaitu penyebaran kuesioner kepada desainer grafis dan melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Desainer grafis menjadi sumber utama data primer karena mereka merupakan kelompok yang relevan dengan topik penelitian. Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan tanggapan dan pendapat responden tentang variabel yang diteliti. Selain itu, wawancara mendalam juga dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data pendukung yang lebih mendalam dan terperinci mengenai pengalaman, persepsi, atau pandangan yang relevan dengan penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang tersedia secara *online*. Peneliti menggunakan data sekunder ini sebagai sumber informasi tambahan yang relevan dengan

penelitian, seperti teori, hasil penelitian sebelumnya, dan data yang relevan dari literatur yang terkait. Data sekunder tersebut digunakan untuk mendukung analisis dan interpretasi hasil penelitian yang diperoleh dari data primer.

### **3.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian di mana sampel yang telah ditentukan secara sebelumnya diwawancarai atau diamati terkait informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Jenis informasi yang dikumpulkan melalui metode survei sangat bervariasi tergantung pada tujuan penelitian tersebut. Metode ini membantu dalam menggambarkan apa yang terjadi dan mempelajari alasan di balik suatu aktivitas tertentu. Dalam penelitian ini, metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada desainer grafis Generasi Z yang bekerja di perusahaan atau agensi kreatif dalam bentuk *pre-test* dan *main test*. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengumpulkan data primer dari responden mengenai variabel-variabel yang relevan dengan penelitian. *Pre-test* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama (*main test*). Dengan menggunakan metode survei ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang diperlukan dari sampel yang telah ditentukan sebelumnya, dalam hal ini desainer grafis. Data tersebut akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

### **3.5 Periode Penelitian**

Peneliti melaksanakan dua penyebaran kuesioner yang terdiri dari *pretest* dan *main test*. *Pretest* digunakan sebagai tahap uji coba tes sebelum kuesioner utama disebarkan, sementara *main test* adalah kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data yang sebenarnya. Pada tahap *pretest*, peneliti membagikan kuesioner kepada 40 desainer grafis Generasi Z yang bekerja di perusahaan atau agensi kreatif. *Pretest*

dilaksanakan pada rentang tanggal 22 Mei 2023 hingga 25 Mei 2023. Setelah melalui tahap *pretest*, kemudian dilakukan *main test* yang melibatkan 195 desainer grafis. Kuesioner *main test* disebarakan dalam periode antara tanggal 27 Mei 2023 hingga 8 Juni 2023. Tahap *main test* ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang sebenarnya dari responden yang lebih representatif dalam populasi yang diteliti.

Dengan melakukan *pretest* dan *main test*, peneliti dapat melakukan uji coba awal pada kuesioner untuk memastikan kejelasan dan validitasnya sebelum mengumpulkan data yang sebenarnya. *Pretest* memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengidentifikasi dan memperbaiki potensi kesalahan atau kekurangan dalam kuesioner sebelum digunakan dalam penelitian utama. Sementara itu, *main test* memberikan data yang akurat dan dapat diandalkan untuk analisis dan kesimpulan yang lebih kuat.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri atas pertanyaan-pertanyaan menggunakan skala pengukuran *Likert* 1-7. Menurut Hair et al., (2014) “skala *Likert* adalah skala peringkat untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka dengan masing-masing rangkaian pertanyaan yang tersedia melalui skor numerik”.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Zikmund et al. (2010), “variabel dapat didefinisikan sebagai elemen-elemen dalam penelitian yang menunjukkan variasi atau perbedaan antara satu fenomena dengan fenomena lainnya. Variabel dapat memiliki perbedaan nilai dalam bentuk besaran atau arah, yang berarti nilai-nilainya dapat berbeda antara satu individu atau objek dengan yang lainnya. Dalam konteks penelitian, variabel adalah faktor-faktor yang diteliti dan memiliki pengaruh atau hubungan dengan



fenomena yang sedang dipelajari. Sebaliknya, konstanta adalah kebalikan dari variabel. Konstanta adalah sesuatu yang tidak berubah atau memiliki nilai tetap dalam suatu konteks atau dalam penelitian tertentu”.

### **3.7.1 Variabel Dependen**

Dalam pandangan Sugiyono (2013), “variabel dependen merujuk pada variabel yang menerima pengaruh atau menjadi hasil dari variabel independennya”. Variabel dependen juga dikenal sebagai variabel konsekuen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Turnover Intention*. Menurut Fidyah (2022), “*Turnover Intention* adalah dorongan untuk meninggalkan pekerjaan saat ini dan mencari pekerjaan baru”.

### **3.7.2 Variabel Independen**

Dalam perspektif Sugiyono (2013), “variabel independen mengacu pada variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan dan kemunculan variabel dependennya”. Dalam penelitian ini, variabel yang termasuk ke dalam kategori variabel independen adalah *Work Overload*, *Job Satisfaction*, dan *Job Stress*. Menurut Griffin (2009), “*Work Overload* merupakan beban kerja yang dialami karyawan dan melebihi kapasitas atau kemampuan kerjanya”.

Menurut Ozel & Bayraktar (2018), “kepuasan kerja atau *Job Satisfaction* terkait dengan individu yang memperoleh apa yang diharapkan dari pekerjaannya, yang tidak hanya mempengaruhi kondisi ekonomi tetapi juga kesejahteraan psikologis mereka, sehingga dapat meningkatkan kebahagiaan. Hal ini karena orang menghabiskan sebagian besar waktu mereka dalam kehidupan sehari-hari di tempat kerja, dimulai dari usia tertentu dan seterusnya”.

“*Work stress* adalah respons tubuh atau mentalitas individu terhadap pengalaman yang tidak jelas. Dalam konteks lain, *work stress* merujuk pada reaksi psikologis seorang karyawan yang tidak dapat

berperforma dengan baik dalam hal tugas-tugas yang ditetapkan maupun jadwal kerja yang diberikan” (Saeed et al., 2013 dalam Omar et al., 2017).



### 3.8 Operasionalisasi Variabel

Tabel Operasionalisasi Variabel

Nomor	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	English Original	Sumber Measurement	Skala
1.	<i>Work Overload</i>	“ <i>Work Overload</i> didefinisikan sebagai beban kerja yang melebihi kapasitas yang dialami karyawan” (Pearson & Griffin, 2009)	Menurut saya pekerjaan saya memberikan tekanan mental untuk saya Menurut saya pekerjaan saya membuat saya harus lembur Menurut saya, saya tidak mendapat dukungan yang cukup dalam bekerja	<i>Strong mental strain</i> <i>Frequent overtime</i> <i>Not enough support</i>	Pradana, Andika and Salehudin, Imam (2015)	<i>Like rt 1-7</i>

			Menurut saya, pekerjaan saya memiliki tenggat waktu yang terlalu singkat	<i>Not enough time</i>		
			Menurut saya, pekerjaan saya menyebabkan kelelahan fisik	<i>Physical exhaustion</i>		
			Menurut saya, tuntutan pekerjaan yang diberikan diluar kemampuan saya	<i>Impossible job demands</i>		

			Menurut saya, pekerjaan saya memiliki tuntutan pekerjaan yang saling bertentangan	<i>Conflicting job demands</i>		
			Menurut saya, pekerjaan saya membuat saya tertalu banyak bekerja	<i>Too much work</i>		
2.	<i>Job Satisfaction</i>	“ <i>Job Satisfaction</i> adalah sikap positif tenaga kerja yang meliputi perasaan dan sikap	Saya puas dengan gaji yang saya dapatkan	<i>Salary</i>	Pradana, Andika and Salehudin, Imam (2015)	<i>Like rt 1-7</i>
			Saya puas dengan promosi yang ditawarkan pada saya	<i>Promotion</i>		

		melalui penilaian suatu pekerjaan sebagai rasa hormat dalam mencapai salah satu nilai penting pekerjaan” (Pawirosumarto et al., 2017).	Saya puas dengan supervisor saya	<i>Supervisor</i>		
			Saya puas dengan berbagai manfaat yang diberikan perusahaan	<i>Benefits</i>		
			Saya puas dengan pengakuan dan apresiasi yang saya dapatkan	<i>Recognition</i>		
			Saya puas dengan prosedur pekerjaan yang ada	<i>Procedures</i>		
			Saya puas dengan kinerja rekan kerja setim saya	<i>Co-workers</i>		

			Saya puas dengan pekerjaan saya karena sesuai dengan tugas pekerjaan	<i>Job fit</i>		
			Saya puas dengan komunikasi dalam lingkungan kerja	<i>Communication</i>		
3.	<i>Work Related Stress</i>	“Work Related Stress / Work Stress adalah suatu kondisi ketegangan yang dapat mempengaruhi emosi, kondisi	Saya merasa emosi saya terkuras karena pekerjaan saya	<i>Emotionally drained</i>	Pradana, Andika and Salehudin, Imam (2015)	<i>Like rt 1-7</i>
			Saya merasa frustrasi karena pekerjaan saya	<i>Frustrated</i>		

		seseorang dan proses berpikir” (Handoko, 2001 dalam Wartono (2017).	Saya merasa memiliki kecenderungan destruktif karena pekerjaan saya	<i>Destructive tendency</i>			
			Saya merasa putus asa untuk kerja karena pekerjaan saya	<i>Hopelessness</i>			
				Saya merasa kelelahan karena pekerjaan saya	<i>Burned out</i>		
				Saya merasa kesal terhadap pekerjaan saya	<i>Angry</i>		
				Saya merasa depresi karena pekerjaan saya	<i>Depressed</i>		



			Saya merasa bosan karena pekerjaan saya	<i>Boredom</i>		
4.	<i>Work-Life Conflict</i>	“ <i>Work-Life Balance / Work-Life Conflict</i> adalah kemampuan individu untuk memenuhi komitmen pekerjaan dan keluarga, serta tanggung jawab dan kegiatan non-kerja lainnya” (Hill et al (2001) dalam Talukder et al 2018).	Saya mengorbankan waktu keluarga karena pekerjaan saya	<i>Sacrifice family time</i>	Pradana, Andika and Salehudin, Imam (2015)	<i>Like rt 1-7</i>
			Saya lebih memprioritaskan pekerjaan daripada kehidupan pribadi	<i>Prioritize job over personal life</i>		
			Saya tidak dapat memisahkan pekerjaan dan kehidupan pribadi	<i>Unable to separate work and life</i>		
			Saya mendapat keluhan mengenai	<i>Complains from loved ones</i>		

			pekerjaan saya dari orang di sekitar saya			
5.	<i>Turnover Intention</i>	“ <i>Turnover Intention</i> adalah keinginan untuk meninggalkan pekerjaan lama dan mencari pekerjaan lain” (Fidyah, 2022).	Saya ingin mengundurkan diri dari pekerjaan saya	<i>Want to resign</i>	Pradana, Andika and Salehudin, Imam (2015)	<i>Like rt 1-7</i>
			Saya ingin beralih profesi	<i>Switching profession</i>		
			Saya ingin pindah ke perusahaan / agensi lain	<i>Changing organization</i>		
			Saya ingin beralih ke industry lain	<i>Changing industry</i>		
			Saya ingin mencoba pekerjaan lain	<i>Trying new jobs</i>		
			Saya ingin mempertahankan pekerjaan saya	<i>Continue current job (reverse)</i>		

Tabel 3.8 : Operasionalisasi Variabel

Pengaruh Work Overload..., Yustinus Agrivito Lucky Yudhawan, Universitas Multimedia Nusantara