

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang terkait dasar penelitian seperti latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi proposal penelitian.

A. Latar Belakang

Kota Bandung setiap tahunnya terus mengalami peningkatan jumlah penduduk (BPS Kota Bandung, 2015). Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk tersebut, Kota Bandung terus mengembangkan berbagai bidang industri untuk menunjang kebutuhan penduduknya (Kartika, 2016). Perkembangan jumlah penduduk ini mendorong perkembangan industri kreatif di Kota Bandung (Simatupang dkk., 2008). Saat ini Kota Bandung dikenal sebagai pusat industri kreatif terbesar di Indonesia (Limakrisna, Sundarso & Daryus, 2015; Permana, 2016). Pernyataan ini diperkuat oleh hasil survey yang dilakukan media Singapura yaitu *Channel News Asia* pada tahun 2011 yang menyatakan bahwa Kota Bandung termasuk dalam 5 kota kreatif se-Asia (Herawati & Rudatin, 2014).

Menurut Jones (2006) industri kreatif adalah aktivitas yang melibatkan keaslian, bakat dan keterampilan yang dimiliki individu serta memiliki potensi untuk menciptakan pekerjaan dan kesejahteraan melalui generasi dan eksploitasi hak kekayaan intelektual (Simatupang dkk., 2008). Departemen Perdagangan RI sudah memetakan 14 subsektor industri kreatif yang terdiri dari periklanan (*advertising*), arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (*craft*), desain, pakaian (*fashion*), video, film dan fotografi, permainan interaktif (*game*), musik, seni pertunjukan, penerbitan, layanan komputer dan piranti lunak (*software*), televisi dan radio (*boardcasting*), serta riset dan pengembangan (R&D) (Herawati & Rudatin, 2014). Dari 14 subsektor tersebut, *fashion* menjadi salah satu industri kreatif unggulan di Kota Bandung (Herawati & Rudatin, 2014; BisnisUKM, 2012). Bukti atas

perkembangan pesat industri *fashion* di Kota Bandung ditandai dengan
pesatnya pertumbuhan

FO (*factory outlet*) dan distro (*distribution store*) sebagai agen distribusi produk tekstil yang mengandalkan kreatifitas (Barilian, Maria, Danil, & Hasri, 2014)

Perkembangan industri ini kemudian mengakibatkan persaingan yang kompetitif baik dalam konteks perusahaan maupun organisasi (Khalili, Muenjohn, & McMurray, 2015; Oukes, 2010). Pengembangan dan penerapan ide-ide baru dalam melakukan suatu pekerjaan dapat menjadi cara efektif untuk menghadapi lingkungan usaha yang kompetitif ini (Kanter dalam Kheng, Mahmood, & Beris, 2013). Agar suatu industri mampu bertahan dan bersaing di lingkungan yang dinamis, maka diperlukan inovasi dalam menjalankan bisnis mereka, produk dan jasa (Moghimi & Devi Subramaniam, 2013). Perilaku inovatif merupakan perilaku yang berdasarkan pelaksanaan ide-ide baru dalam melakukan suatu pekerjaan (Janssen, 2000). Fishani (1999) menambahkan bahwa perilaku inovatif yang dimiliki seorang pekerja membuat mereka mampu memimpin dan membentuk strategi untuk mencapai tujuannya dan meningkatkan kinerja perusahaan (Shojaei & Siuki, 2014; Williamson & Battisti, 2015). Perilaku inovatif dalam suatu pekerjaan salah satunya ditunjukkan dengan cara mempromosikan ide dan meyakinkan orang lain agar suatu ide yang dipikirkan diterima orang lain (Janssen, 2000). Maka diperlukan kemampuan komunikasi yang baik. Menurut George & Zhou (2001) perilaku inovatif ini akan didorong ketika pekerja tersebut mampu berkomunikasi secara efektif. Kemampuan komunikasi yang dimiliki seorang pekerja mampu meyakinkan orang lain agar ide mereka dapat diimplementasikan (Martinez, 2013).

Proses interaksi dan pertukaran informasi dalam konteks komunikasi yang dilakukan antar individu dengan orang lain ini disebut dengan komunikasi interpersonal (Bochner & Kelly, 1972). Kemudian, kemampuan komunikasi interpersonal adalah kemampuan individu dalam menghadapi orang lain dalam konteks komunikasi (Rubin & Martin, 1994). Individu dengan kemampuan komunikasi interpersonal lebih memahami pesan baik secara verbal dan non-verbal, mampu mengekspresikan diri, dan

menginterpretasikan pesan yang disampaikan orang lain (Puggina & Silva, 2014). Menurut George & Zhou (2001) komunikasi yang baik mampu meningkatkan kesadaran seorang pekerja mengenai masalah yang terjadi dan meningkatkan kepercayaan bahwa ide mereka akan didengarkan, disebarluaskan dan diimplementasikan. Martinez (2013)

menambahkan bahwa individu dengan kemampuan komunikasi yang baik lebih mampu menyampaikan ide mereka kepada orang lain, hal ini merupakan elemen penting dalam perilaku inovatif.

Pengimplementasian ide-ide baru dalam melakukan pekerjaan ini juga menuntut sikap individu yang tekun, fokus terhadap tugas dan mampu menerima perubahan (Amir, 2014; Giebels, de Reuver, Rispens, & Ufkes, 2016). Menurut Sweetman (2011) tuntutan mencari ide baru dalam suatu pekerjaan ini berpotensi menimbulkan stress. Oleh karena itu dibutuhkan individu yang mampu bertahan dengan kesulitan dan mampu berjuang (Amir, 2014). Individu yang mampu menerima perubahan secara positif, mengatasi dan beradaptasi terhadap kejadian atau masalah yang berat disebut individu yang memiliki resiliensi (Reivich & Shatte, 2002). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alvord & Grados (2005) menyatakan bahwa individu dengan resiliensi yang tinggi mampu beradaptasi dengan keadaan yang sulit dan cenderung lebih realistis. Bagi seorang pelaku usaha untuk mampu bertahan dan bersaing di lingkungan yang dinamis diperlukan kemampuan resiliensi untuk dapat mengembangkan cara-cara baru ketika dihadapkan terhadap kegagalan dan kesulitan (Fredrickson dalam Ziyae, Mobaraki, & Saeediyoun, 2015). Begitupun pelaku industri kreatif di Kota Bandung yang semakin berkembang.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, pertumbuhan outlet di Kota Bandung ini menjadi bukti perkembangan industri kreatif (Herawati & Rudatin, 2014). Pertumbuhan industri *fashion* sebagai salah satu industri kreatif unggulan di Kota Bandung menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usahanya untuk mampu bertahan dan bersaing. Oleh karena itu, perilaku inovatif dapat menjadi salah satu cara yang mampu dilakukan suatu

organisasi maupun perusahaan untuk mampu bersaing (Kanter dalam Kheng dkk., 2013). Penelitian mengenai kemampuan komunikasi interpersonal dan perilaku inovatif belum banyak diteliti sebelumnya. Kemudian penelitian mengenai resiliensi sebagai moderator antara komunikasi interpersonal dan perilaku inovatif masih belum banyak diteliti. Berdasarkan pemaparan di atas peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal terhadap perilaku inovatif yang dimoderasi oleh resiliensi pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, penelitian berupaya untuk menjawab pertanyaan berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal terhadap perilaku inovatif pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal terhadap perilaku inovatif yang dimoderasi oleh resiliensi pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal terhadap perilaku inovatif pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.
2. Mengetahui pengaruh kemampuan komunikasi interpersonal terhadap perilaku inovatif yang dimoderasi oleh resiliensi pada pelaku industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat secara teoretis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti sebelumnya karena penelitian mengenai resiliensi sebagai moderasi antara komunikasi interpersonal dan perilaku inovatif belum banyak diteliti. Selain itu, hasil penelitian ini akan memberikan manfaat untuk pengembangan keilmuan psikologi, khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai pedoman bagi pembaca untuk mampu memahami konsep kemampuan komunikasi interpersonal, resiliensi dan perilaku inovatif.
- b. Penelitian ini akan bermanfaat bagi individu untuk mengetahui pentingnya perilaku inovatif bagi pelaku industri kreatif di Kota Bandung agar mampu menghadapi lingkungan yang dinamis dan mampu bersaing di lingkungan kerjanya.

E. Struktur Organisasi Penelitian

Sistematika penelitian ini dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian yang akan dilakukan.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan teori mengenai konsep kemampuan komunikasi interpersonal, resiliensi dan perilaku inovatif. Selain itu bab ini juga berisi mengenai kerangka pemikiran, asumsi dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjabaran mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengambilan data, instrumen, dan teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi memaparkan hasil penelitian yang diperoleh serta cara analisis yang digunakan sehingga diperoleh sebuah data yang mampu mendukung atau membantah hipotesis penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi mengenai kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dipaparkan pada BAB IV dan rekomendasi yang diberikan kepada pengguna hasil penelitian atau peneliti selanjutnya.