

BAB I

PENDAHULUAN

Covid-19 yaitu penyakit yang sedang mengguncang dunia dua tahun belakangan ini. Indonesia secara resmi untuk pertama kali terkonfirmasi kasus Covid-19 sejak Senin 2 Maret 2020 (Detik news, 2020). Persebaran wabah virus corona semakin hari semakin meningkat yang dibuktikan gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 pada 27 Maret 2020 yang menginformasikan bahwa terdapat 1.406 pasien yang terindikasi positif (Gitiyarko, 2020), sehingga membuat pemerintah Indonesia harus sigap dalam berfikir untuk melakukan serangkaian kebijakan-kebijakan, yang berguna dalam memutus mata rantai penularan yang terus meningkat drastis.

Pemerintah menggunakan berbagai cara untuk dapat mengupayakan penurunan angka positif Covid-19 seperti, sosialisasi pentingnya 5M (mencuci tangan dengan bersih, menjaga jarak, menjahui kerumunan, memakai masker, dan membatasi mobilitas interaksi), larangan mudik, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB ialah salah satu penanganan yang dianggap efektif dari pemerintah, dalam menangani persebaran Covid-19 yang telah ditetapkan secara langsung oleh Presiden dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 dan berlaku pada 1 April 2020 (Gitiyarko, 2020). PSBB selain dikatakan sebagai cara yang paling efektif, juga membawa dampak negatif yaitu penurunan pendapatan pada berbagai industri khususnya industri kreatif. Berdasarkan hasil survei Indikator Politik Indonesia menyatakan bahwa masyarakat Indonesia mengalami penurunan pendapatan sebesar 72,6% (Bayu, 2021) dimana terdapat sebanyak 226,586 pekerja industri kreatif yang mendominasi oleh adanya Covid-19 (Bappenas, 2021). Pemerintah tentu saja tidak tinggal diam dalam melihat permasalahan ekonomi yang krisis di Indonesia. Salah satu cara yang dapat digunakan pemerintah yaitu memberikan bantuan sosial untuk masyarakat yang terdampak adanya PPKM. Pemerintah juga menekankan kepada Menteri untuk disalurkan secara tepat sasaran bagi seluruh masyarakat dan juga bagi industri kreatif yang terdampak Covid-19 (Kominfo, 2021).

Pada penelitian ini berjudul tentang hubungan antara *hardiness* dan *adversity quotient* pada pekerja industri kreatif yang terdampak covid-19, kuisisioner tersebut disebarakan melalui jejaring media sosial seperti *line*, *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*. Peneliti mempunyai batasan pada penelitian ini yang sesuai dengan kriteria responden diantaranya berwarga negara Indonesia, berstatus aktif sebagai pekerja industri kreatif, dan terdampak adanya covid-19. Responden penelitian ini menggunakan pekerja industri kreatif yang ada di Indonesia dan yang terdampak adanya covid-19. Industri kreatif merupakan hal yang tidak terpisah dari ekonomi kreatif ditahun 1990-an. Ekonomi kreatif merupakan acuan dari informasi serta kreativitas, hal tersebut sangat terbuka untuk siapa saja yang dapat berinovasi, dimana telah dijalankan oleh sektor industri dan lebih dikenal sebagai industri kreatif (Purnomo, 2016). Industri kreatif ialah hasil yang diperoleh dari pemanfaatan adanya kreativitas, keahlian, dan bakat yang dimiliki seseorang dalam upaya mewujudkan nilai tambah, lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kualitas hidup seseorang. Industri kreatif meliputi subsektor fotografi, film, vidio, *fashion*, percetakan, periklanan, seni pertunjukkan, animasi, desain, serta masih banyak lagi yang berhubungan dengan kreativitas seseorang. (Ananda & Susilowati, 2019) mengatakan juga bahwa industri kreatif merupakan sebuah pengendalian pada ketrampilan, talenta, dan juga kreativitas pada elemen dasar seseorang yang berpotensi dalam peningkatan kesejahteraan. Menurut Bappenas (2021) menyatakan bahwa sumber ekonomi pada pelaku indusrtri kreatif mengalami hambatan bahkan perhentian untuk beberapa waktu tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah sesuai dengan kebijakan, sehingga mengakibatkan 61,35% dari 139 pekerja kreatif mengalami pembatalan kerja, 32,8% kehilangan pemasukan yang digunakan untuk pemenuhan kehidupan dan usahanya.

Pada masa pandemi terdapat pengaruh dari berbagai sektor, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan terdapat 82,85% perusahaan mengalami dampaknya (Bayu, 2020), sektor lain jumlah tenaga kerja yang terdampak adanya Covid-19 paling signifikan dirasakan hingga 29,12 juta pekerja (Lativa, 2021) hal ini juga dirasakan oleh sektor industri kreatif dimana banyak terjadi pembatalan kerja

hingga 50-90% yang menyebabkan 230.000 ribu orang dirumahkan untuk sementara waktu (Muhammad Syahbudi, 2021). Melihat hasil penelitian yang ditemukan Santika & Maulana (2020) menyatakan bahwa terdapat 37.000 ribu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berdampak dengan prosentase 56% terjadi penurunan penjualan; 22% pada masalah pembiayaan; 15% masalah pada distribusi barang; 4% pada masalah bahan baku mentah. Hasil juga ditemukan oleh (Soetjipto, 2020) menjelaskan bahwa dampak negatif adanya Covid-19 mempengaruhi bisnis sebesar 96% termasuk didalamnya terdapat 1.785 ribu koperasi serta 163.713 UMKM, yang mengalami penurunan penjualan sebesar 75%, sehingga terdapat 51% dari pelaku usaha yakin bahwa bisnis usaha yang dijalankan akan dapat bertahan 1-3 bulan kedepan. Ditemukan 67% dari pelaku usaha ini mendapatkan ketidakpastian dalam mendapatkan dana darurat yang digencarkan oleh pemerintah, 75% orang tidak tau dalam berbuat dan melangkah untuk usahanya di masa pandemi Covid-19, dan juga terdapat 13% pelaku usaha merasa yakin dapat mempertahankan usaha mereka ditengah pandemi.

Pada masa pandemi pelaku usaha industri kreatif seharusnya dapat lebih optimis serta kreatif dalam mempertahankan usahanya terlebih pada masa krisis Covid-19 seperti saat ini. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Nugraha (2021) yang menyatakan bahwa pekerja dalam industri kreatif tidak dapat bertahan jika hanya memanfaatkan dari penjualan selimut tenun yang dijual kepada kalangan atas, akan tetapi diperlukan inovasi baru atau adaptif untuk dapat menarik wisatawan, menggunakan harga yang lebih terjangkau dalam pemasarannya, menggunakan berbagai *e-commerce* dalam menjangkau pelanggannya, menggunakan strategi yang digunakan untuk mengembangkan serta mempertahankan usahanya, serta dapat membaca peluang-peluang yang ada pada masa Covid-19, dengan tetap memperhatikan keamanan serta kesehatan pelanggannya. Penelitian lain dalam menyikapi kebijakan pemerintah yang mempengaruhi usahanya diungkapkan oleh Atmojo (2021) bahwa dalam upaya mempertahankan usahanya diperlukan adanya promosi sehingga pendapatan usahanya tetap konsisten, dan juga menggunakan fasilitas sosial media berupa *instagram* serta *facebook* dalam menjangkau pasar, hal ini dilakukan pada pola

promosi setiap harinya untuk dapat mempengaruhi konsumen dan mengenal produknya. Pada usaha yang memulai usahanya sudah menggunakan media *digital marketing* pada masa pandemi tidak merasakan dampaknya seperti penelitian Nabilah et al. (2021) mengalami peningkatan dan cenderung stabil dalam penjualan usahanya dikarenakan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya dan lebih memudahkan customer yang sedang menjalankan kebijakan pemerintah yaitu *stay at home* dalam hal memenuhi kebutuhan. Pemerintah Indonesia pun memberikan dukungan secara optimal bagi pertumbuhan industri kreatif yang merupakan penyumbang terbesar ekonomi kreatif sebesar 1.153,4 triliun atau sekitar 7,3% total PDB berskala Nasional, 15,2% tenaga kerja serta 11,9% kegiatan ekspor tersebut dilansir dari (Kominfo, 2022).

Idealnya pelaku usaha industri kreatif seharusnya tidak hanya mengandalkan dukungan pemerintah dalam usahanya, tetapi memiliki kemampuan untuk bertahan, memikirkan cara dalam menghadapi tantangan Covid-19, dan bahkan menjadikan tantangan tersebut menjadi peluang yang perlu dikembangkan. Kemampuan ini dikenal dengan *adversity quotient*. Menurut Stoltz (2018), *adversity quotient* menunjukkan seseorang yang mempunyai kemampuan dalam menghadapi masalah dan dapat bertahan serta mengatasi permasalahan yang dihadapi. *Adversity quotient* dapat diartikan juga sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang untuk tidak patah semangat sehingga terus berjuang ketika menghadapi suatu persoalan, meskipun mendapatkan kegagalan tidak akan masuk dalam keputusan (Rachmady & Aprilia, 2018). Menurut Dewi (2020) menjelaskan bahwa *adversity quotient* yaitu seseorang dengan kemampuannya dalam hal fisik atau psikis saat menghadapi masalah dapat menggunakan pikirannya untuk bertindak menyelesaikan kesulitan yang dimilikinya sehingga mendapatkan kesuksesan.

Stoltz (2018) menjelaskan bahwa terdapat aspek-aspek dalam *adversity quotient* yaitu: (1) *Control* (kendali) yang berkaitan dengan seberapa besar kontrol yang dimiliki seseorang dalam menghadapi suatu masalah (2) *Origin* dan *Ownership* (asal usul serta pengakuan) berkaitan dengan asal-usul masalah serta

sejauh apa seseorang mengakui akibat dari masalahnya (3) *Reach* (jangkauan) sejauh apa masalah dapat mempengaruhi pada aspek kehidupan lainnya (4) *Endurance* (ketahanan) berapa lama seseorang dapat bertahan pada masalah yang sedang berlangsung.

Dalam menggapai sebuah kesuksesan yang diharapkan para pekerja terkhusus pada bidang industri kreatif membutuhkan adanya aspek-aspek yang ada dalam *adversity quotient*. Stoltz (2018) mengatakan *Control* merupakan suatu keyakinan untuk mengendalikan peristiwa yang dapat menimbulkan kesulitan, bagaimana respon yang diberikan oleh pekerja industri kreatif ketika menghadapi dan menyelesaikan kesulitan, pekerja industri kreatif yang memiliki *control* yang baik dapat menyelesaikan persoalan yang dihadapi dengan baik pula, dikarenakan memiliki pandangan positif pada setiap masalah yang dihadapi. *Origin* dan *Ownership* digunakan untuk mengetahui asal-usul penyebab terjadinya sebuah permasalahan yang terjadi serta adanya keberanian atas pengakuan akibat dari masalah yang tengah dihadapi, pekerja industri kreatif dengan *adversity quotient* rendah cenderung akan menempatkan rasa bersalah yang berlebihan atas permasalahan yang terjadi Stoltz (2018). *Reach* menurut Stoltz (2018) perilaku kita yang dapat meminimalkan potensi kerugian atas kesulitan yang terjadi. Pekerja industri kreatif dengan *adversity quotient* rendah akan semakin besar menganggap peristiwa buruk sebagai suatu bencana dengan membiarkannya terjadi dan akan mempengaruhi semua aspek kehidupannya. Jika *adversity quotient* tinggi dapat membatasi jangkauan masalah pada peristiwa yang sedang dihadapi. *Endurance* daya tahan ini meliputi fisik dan juga psikis, dimana para pekerja industri kreatif mempunyai daya tahan yang baik untuk dapat menyelesaikan setiap permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu, *adversity quotient* sangat diperlukan untuk semua orang yang sedang menghadapi masalah guna menyelesaikan masalah, terlebih pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19.

Berdasarkan hasil dari data awal atau *preliminary* yang ada pada penelitian ini didapatkan sebanyak 30 responden dengan pekerjaan sebagai pekerja industri kreatif yang didominasi oleh pekerja pada bidang film/fotografi/vidio sebanyak 9 orang atau sekitar 29% dari total yang ada, dengan rata-rata berusia 29 tahun,

sebanyak 13 orang atau sekitar 41,9% seorang perempuan serta 18 orang atau sekitar 58,1% adalah laki-laki. Pekerja industri kreatif menunjukkan bahwa lama bekerja dalam bidang industri kreatif ini sebanyak 64,5% baru memulai kurang dari lima tahun serta 35,5% sudah memulai lebih dari lima tahun.

Dari hasil *preliminary* menunjukkan bahwa para pekerja industri kreatif ini memiliki kemampuan sehingga dapat menjadikan sebuah peluang untuk perekonomian, akan tetapi dengan adanya pandemi Covid-19 ini pekerja industri kreatif memandang bahwa Covid-19 merupakan dampak yang membuat usahanya mengalami penurunan secara drastis sebesar 96,8%, dan terdapat 3,2% pekerja menganggap bahwa asal usul penurunan dari usahanya bukan dikarenakan Covid-19. Hal ini dapat berpengaruh pada usaha mereka yang semakin menurun dikarenakan jumlah pembeli dan pemakai jasa berkurang, sehingga para pekerja industri kreatif ini melakukan banyak usaha untuk mempertahankan usaha yang sudah dijalaninya, salah satu cara yang ditemukan pada *preliminary* yaitu dengan inovasi, kreatif, fleksibel serta promosi pada media *online*. Pada *preliminary* juga terdapat 54,8% yang ingin bertahan dalam usahanya dengan yakin bisa mengatasi permasalahan dengan kemampuan yang dimiliki sebesar 64,5%, didapatkan terdapat 45,2% orang tidak ingin bertahan dalam usahanya sehingga membuatnya tidak yakin pada kemampuan yang dimilikinya sebesar 35,5% hal ini menunjukkan bahwa pekerja industri kreatif masih belum memenuhi aspek-aspek pada *adversity quotient*.

Penelitian ini juga didukung oleh wawancara terhadap dua pekerja industri kreatif, berikut hasil wawancara yang didapatkan:

“kebetulan saya kerja di bidang desain-desain gitu kayak desain poster, spanduk, sama buat-buat desain nota gitu la, karena ada Covid-19 menurut saya tidak berdampak ya pada usaha saya sebagai desain ini lah orang saya bekerjanya sudah melalui media dan paling kalau ketemu pemesannya itu pada saat memberi barang jadinya kalau ada yang mau sampai proses cetak ya. Jadi menurut saya gak ada perubahan yang signifikan sih sama usaha saya malah akhir-akhir ini banyak orderan yang masuk untuk desain-desain poster yang disebar di instagram.jadi saya merasa ga perlu ngapa-ngapain sama usaha yang saya jalani biar mengalir saja, kalua ada orderan syukur kalua tidak ada ya paling

belum rejeki saya gitu aja”

-A (35 tahun, Laki-laki)

“adanya PSBB membuat usaha saya menurun sangat, yang biasanya sehari bisa terima orderan sampai lima tempat berbeda, sekarang hampir gak dapet orderan, ya saya sedih dan bingung ya harus berbuat apa, kemudian saya mencoba melihat sekarang itu lagi kekinian apa sih, akhirnya pernah suatu saat saya kepikiran kalau membuat usaha saya lewat online kayak buka jasa foto lewat video call gitu jadi kita motion orang tapi lewat layar laptop, lumayan banyak peminat sih soalnya saya juga tambahin effect sama promo juga.”

-L (20 tahun, Perempuan)

“Semenjak korona ada usaha yang saya rintis menjadi menurun dan lama-kelamaan menjadi sepi dan akhirnya saya tutup. Saya bingung juga mau masarinnya gimana kan juga ga boleh membuka pameran ruang public juga banyak ditutup juga, ya sudah saya tidak bisa berbuat apa-apa lagi saya berhenti tidak melanjutkan usaha saya lagi karena pandemic yang tak kunjung selesai dan kebijakan pemerintah yang terus melarang adanya berkumpul”

-D (21 tahun, Laki-laki)

Pada hasil wawancara ditemukan responden L menyadari bahwa PSBB merupakan suatu penyebab usahanya mengalami penurunan hal tersebut merupakan aspek *origin* dan *ownership*. Penyebab tersebut membuat responden L mengalami minimnya orderan yang diterimanya merupakan aspek *reach*. *Adversity quotient* yang baik pada responden L dikarenakan mampu mengatasi dan menyelesaikan permasalahan yang datang dengan cepat dan sigap melalui merubah pasar usahanya menjadi online merupakan aspek *endurance*, sehingga membuat responden L dapat mempertahankan usahanya dengan baik ditengah Covid-19 merupakan aspek *control*. Berdasarkan pada hasil wawancara juga ditemukan bahwa terdapat perbedaan dalam menghadapi masalah yaitu responden D menyerah begitu saja dengan keadaan Covid-19 yang menjadikannya sebagai masalah penggalang usahanya tidak dapat dipertahankan hal ini merupakan dalam aspek *endurance* yang terdapat pada *adversity quotient*. *Reach* juga tidak terlihat pada responden D yang tidak meminimalkan potensi kerugian akibat Covid-19. Pada responden D juga tidak terlihat *control* yang baik dalam menyelesaikan

permasalahan yang dihadapinya. *Origin* dan *Ownership* pada responden D menganggap bahwa turunnya usahanya dikarenakan Covid-19, Sehingga penting *adversity quotient* dimiliki oleh pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19 dalam mempertahankan usaha yang dimilikinya.

Adversity quotient pada seseorang digunakan untuk memperbesar kemampuan dalam penyelesaian tantangan didalam kesehariannya sehingga tujuan dari impiannya dapat tercapai. Pernyataan tersebut dapat diartikan, bila seseorang dengan *adversity quotient* yang baik dapat memperlihatkan jika seseorang tersebut memiliki kemampuan dalam melawan tantangan serta mengambil kesempatan untuk meraih keberhasilan dengan baik pula (Suroso, 2016). Tingginya *adversity quotient* pada seseorang juga dapat memperlihatkan kemampuan dalam menghadapi setiap tantangan dan mampu bertahan serta adanya kemauan untuk berjuang menyelesaikan permasalahan dengan penuh semangat yang berkobar, dorongan yang besar, dan antusiasme yang tinggi (Rachmady & Aprilia, 2018). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahayani & Gunawan (2021) yang menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai *adversity quotient* yang tinggi mampu menyikapi adanya perubahan dengan sikap pantang menyerah dan berusaha untuk mencari penyelesaian masalah, ini bertujuan supaya usahanya dapat terus berjalan meski di masa pandemi, sebaliknya, jika seseorang yang mempunyai *adversity quotient* rendah yang memiliki kecenderungan untuk mudah menyerah dan mengalami penderitaan. Pernyataan tersebut serupa dengan hasil *preliminary* yang ditemukan bahwa seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi akan melakukan cara-cara seperti beralih dari sistem penjualan yang sebelumnya secara langsung atau tatap muka sekarang beralih pada *online* untuk memasarkan usahanya. Seseorang dengan *adversity quotient* yang rendah akan cenderung menerima keadaan dan setelah itu tidak bertahan dengan usahanya.

Menurut Stoltz (2018) Seseorang yang memiliki *adversity quotient* mempunyai kemampuan dalam mempertahankan dan menyelesaikan masalahnya dengan baik. Para pekerja industri kreatif pada idealnya mempunyai *adversity quotient* yang baik sehingga dapat mempertahankan usaha dengan kreativitas

yang dimiliki meskipun, terdapat masalah yang dihadapi (Dewi, 2020). Senyatanya pada hasil preliminary yang didapatkan masih terdapat para pekerja industri kreatif yang harus menutup usahanya atau gulung tikar karena, ketidaktahuan apa yang harus dilakukan, mudah menyerah, tidak adaptif, serta tidak kreatif inovatif pada usahanya saat menghadapi, bertahan dan menyelesaikan masalah terkait situasi Covid-19. Oleh sebab itu pentingnya *adversity quotient* untuk dimiliki para pekerja industri kreatif dalam mengendalikan dan mempertahankan usaha yang dimilikinya.

Para pekerja kreatif perlu membentuk dan meningkatkan *adversity quotient* di dalam dirinya khususnya dalam menghadapi situasi Covid-19 ini. Ada berbagai faktor yang dapat membentuk *adversity quotient* menurut Stoltz (2018) yaitu kinerja (daun), bakat dan kemauan (cabang), kecerdasan, kesehatan, dan karakter (batang), Genetika, Pendidikan, dan keyakinan (akar). *Adversity quotient* pada seseorang tinggi akan mudah untuk mengerjakan segala sesuatunya dengan baik dan akan mempunyai sikap motivasi tinggi, optimisme, tekun serta ulet, sehingga dengan adanya sikap seperti itu seseorang dapat menghadapi kesulitan dengan baik dan dikatakan berhasil (Rachmady & Aprilia, 2018). Rachmawati & Sulianti (2019) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa kepribadian yang tangguh menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk ketahanan kerja atau *adversity quotient* pada para pekerja. Adanya ketangguhan dan sikap mendukung dalam menghadapi suatu permasalahan termasuk faktor pembentuk *adversity quotient* yaitu batang dimana terdapat kecerdasan, Kesehatan, dan karakter, dijelaskan oleh Stoltz (2018) kecerdasan merupakan hal yang berpengaruh pada kesuksesan, kesehatan merupakan sebuah penunjang dalam menggapai sebuah kesuksesan, dan karakter merupakan sikap-sikap pantang menyerah serta sifat tahan banting untuk bertahan dalam menyelesaikan masalah yang dapat membawa kesuksesan bagi seseorang. Dimana sebagai pekerja industri kreatif sangat diperlukan kecerdasan untuk dapat membuat usahanya dapat bertahan meskipun di tengah masa pandemi, serta sikap-sikap pantang menyerah jika dihadapkan oleh suatu permasalahan. Sikap pantang menyerah tersebut dapat juga disebut sebagai *hardiness* yang merupakan faktor pembentuk dari *adversity quotient*.

Hardiness menurut Kobasa et al. (1982) menyatakan bahwa karakteristik dari kepribadian yang dimiliki mempunyai fungsi untuk dapat menghadapi suatu permasalahan. Kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menghadapi suatu masalah sehingga dapat bertahan dengan cara mengubah sudut pandang dari seseorang tersebut menurut Ivanevich (dalam Khairunnisa et al., 2018). Menurut Maddi (dalam Khairunnisa et al., 2018) menjelaskan bahwa *hardiness* merupakan kombinasi sikap serta strategi yang digunakan sebagai cara dalam mengubah masalah menjadi peluang.

Terdapat tiga aspek dalam membentuk *hardiness* yaitu (1) komitmen dimana seseorang mempunyai keyakinan atas kemampuan yang dimiliki, sebagai pekerja industri kreatif penting untuk terlibat pada apapun yang dilakukan sehingga, dapat memiliki pemahaman terhadap sebuah tujuan dan tidak menyerah walaupun ditekan dikarenakan, dapat menginvestasikan dirinya pada situasi yang ada. (2) kontrol dalam upaya mengatasi permasalahan yang dihadapi, pekerja industri kreatif menggunakan Komitmen untuk melihat sejauh mana keyakinannya dalam mempengaruhi kejadian di kehidupannya, sehingga dapat meramalkan peristiwa yang mungkin dapat menghasilkan stress, dan juga dapat optimis saat menghadapi hal yang berada diluar dirinya. (3) tantangan sebagai usaha dalam membuat perubahan atas penyelesaian masalah yang dimiliki, seorang pekerja industri kreatif seharusnya menganggap kehidupannya menjadi sebuah tantangan yang menyenangkan serta dinamis sehingga timbulnya kemauan untuk maju secara terus-menerus (Kobasa et al., 1982).

Menurut Maddi dalam Satwika (2021) mengatakan bahwa ada dua faktor yang dapat mempengaruhi *hardiness* yang pertama yaitu dukungan sosial dimana terdapat kondisi lingkungan yang penuh dengan motivasi, materi dan kasih sayang secara penuh sehingga seseorang akan merasa kuat dan mampu dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang dihadapinya. Faktor kedua yaitu pola asuh orang tua yang suportif, peduli, serta penuh akan kasih dan sayang dan ditambah dengan pengajaran akan cara menghadapi masalah akan membuat anak dapat menyelesaikan masalahnya sendiri. Menurut Pradipto et al. (2020) Seseorang yang mempunyai kepribadian *hardiness* tinggi maka dapat memaknai

hidup secara baik dan positif pada kemampuan yang dimilikinya, sedangkan *hardiness* rendah pada seseorang lebih mudah menarik diri sehingga melihat masalah seperti mengacam untuk dirinya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa responden, terdapat responden D yang tidak memiliki *hardiness* terlihat saat reponden menyatakan bahwa hadirnya Covid-19 membuat usahanya menjadi tutup, hal tersebut menyatakan bahwa responden D tidak memiliki sifat pantang menyerah dan mencoba bertahan ditengah masalah yang dihadapi. Seharusnya pekerja industri kreatif memiliki kemauan untuk bertahan dan pantang menyerah meskipun masalah datang menghampiri dan dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan baik.

Pada pekerja industri kreatif penting untuk mempunyai *adversity quotient* yang baik dalam hal menghadapi setiap tantangan dan dapat bertahan sehingga dapat melewatinya dengan kesuksesan (Rachmady & Aprilia, 2018). Pekerja industri kreatif juga dalam menghadapi setiap permasalahan yang dihadapi penting juga untuk memiliki sikap kepribadian *hardiness* yang baik pula dimana digunakan sebagai suatu motivasi serta dukungan dalam menghadapi permasalahan yang dianggapnya sebuah tantangan yang harus diselesaikan sehingga dapat membawanya kepada kesuksesan (Kurnia & Ramadhani, 2021). Jika pekerja industri kreatif memiliki *hardiness* yang baik pekerja tersebut tau apa yang akan mereka lakukan dalam menghadapi masalah sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik pula. Sama halnya dengan penelitian dari Indriana (2018) yang mengatakan bahwa seseorang yang mempunyai *hardiness* yang baik akan melihat suatu permasalahan sebagai hal yang positif sehingga seseorang tersebut tepat dalam penyelesaian masalah yang dimilikinya.

Sikap pantang menyerah dan tahan banting pada berbagai masalah dan selalu menyikapi secara positif sehingga dapat melewati permasalahan dengan baik juga berkaitan dengan kepribadian *hardiness* dimana seharusnya pekerja industri kreatif memiliki *hardiness* yang baik sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan cara yang tepat sesuai dengan kemampuannya. Di sisi lain masih terdapat *hardiness* dan *adversity quotient* yang rendah pada pekerja industri kreatif, Oleh karena itu, penelitian ini dibuat untuk dapat melihat

hubungan antara *hardiness* dan *adversity quotient* pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19. Terkait dengan konteks pandemi, sekarang peneliti melihat bahwa ada kemungkinan akan perubahan dari masa pandemi ke masa endemi, meskipun demikian penelitian ini masih dikatakan relevan untuk dilakukan. Angka Covid-19 yang mulai mengalami penurunan mulai banyak dirasakan, meskipun demikian pelaku-pelaku usaha dalam bidang industri kreatif masih banyak yang merasakan dampaknya hingga sekarang, sehingga membutuhkan proses yang tidak singkat untuk para industri kreatif mengembalikan atau menormalkan pendapatan dari usaha mereka yang sempat terkendala adanya Covid-19. Pada sisi lain juga para pekerja industri kreatif penting untuk selalu mempunyai *adversity quotient* dan *hardiness* di dalam menjalankan usahanya, sehingga mereka siap dalam menghadapi segala tantangan yang ada dan dapat mengatasinya dengan peluang-peluang dan mencapai kesuksesan pada usaha (Kemenparekraf, 2021).

1.1. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *hardiness* dan *adversity quotient* pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19.
- b. Subjek partisipan dalam penelitian ini yaitu pekerja kreatif yang ada di Indonesia.
- c. Penelitian ini berfokus untuk menguji hubungan antara *hardiness* dan *adversity quotient* pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara *hardiness* dan *adversity quotient* pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19

1.3. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat atau ada tidaknya hubungan antara *hardiness* dan *adversity quotient* pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19.

1.4. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pengetahuan secara teoritik pada bidang Psikologi Industri dan Organisasi terkhusus pada pengembangan teori *hardiness* dan *adversity quotient*.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pekerja Industri Kreatif

Penelitian ini memberikan hasil yang diharapkan dapat memberi sebuah informasi dan pengetahuan kepada subjek penelitian terkait dengan *adversity quotient* dan *hardiness* yang dapat digunakan para pekerja kreatif industri selama terdampak Covid-19 dalam upaya yang dilakukan untuk mempertahankan usahanya.

b. Bagi Masyarakat Umum

Pada penelitian ini dapat memberikan informasi yang baik bagi masyarakat jika ingin terjun menjadi pekerja industri kreatif, dan juga dapat memberikan pemahaman akan pentingnya memiliki *adversity quotient* dan *hardiness* dalam menjalankan usaha yang dimiliki.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memberikan hasil yang diharapkan dapat memberi deskripsi dan referensi pada penelitian selanjutnya bahwa tinggi atau rendahnya *adversity quotient* berhubungan dengan *hardiness* pada pekerja industri kreatif yang terdampak Covid-19.

d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah untuk membantu merancang suatu program dalam usahanya meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di bidang industri kreatif di Indonesia.