



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 12570-12578

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Gambaran Makna Kerja pada Pekerja Kreatif Digital

Filadelfia Rumangkang<sup>1</sup>, P. Tommy Y. Sumatera Suyasa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara

[tommvs@fpsi.untar.ac.id](mailto:tommvs@fpsi.untar.ac.id)

### Abstrak

Sektor kreatif digital menempatkan pekerja pada kondisi kerja dengan tenggat waktu ketat, tuntutan multitasking, serta budaya kerja yang selalu aktif. Namun demikian, banyak pekerja kreatif digital tetap melaporkan tingkat pemaknaan kerja yang tinggi. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan makna kerja pada pekerja kreatif digital dengan menelaah dimensi-dimensinya serta proses pembentukan makna kerja. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 103 pekerja kreatif digital, dengan instrumen *Work and Meaning Inventory* (WAMI; Steger et al., 2012) dan *Tarumanagara Meaning in Life Scale* versi adaptasi (TaruMiLS; Suyasa, 2008). Analisis dilakukan secara deskriptif untuk memetakan kecenderungan pemaknaan kerja pada tingkat dimensi, sekaligus memahami sumber makna kerja yang dominan dalam pengalaman kerja sehari-hari. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa, meskipun dihadapkan pada tuntutan kerja yang signifikan, pekerja kreatif digital memersepsikan pekerjaannya sebagai sesuatu yang bermakna secara personal. Makna kerja terutama terbentuk melalui keterlibatan yang konsisten dalam proses kerja kreatif, bukan semata-mata melalui ketiadaan tuntutan atau kondisi kerja yang ideal. Persepsi berbasis proses ini selanjutnya diperkuat oleh penilaian positif terhadap pekerjaan, rasa berkembang, serta pengalaman bahwa aktivitas kreatif yang dijalani memiliki arah dan nilai bagi diri. Selain itu, makna kerja juga berkaitan dengan perasaan berkontribusi melampaui kepentingan pribadi, misalnya ketika karya dianggap bermanfaat bagi orang lain, mendukung tujuan organisasi, atau memberi dampak sosial yang lebih luas. Secara keseluruhan, temuan penelitian menegaskan pentingnya peran proses kreatif dalam mempertahankan makna kerja di tengah tuntutan kerja digital yang tinggi.

*Kata kunci:* Makna Kerja, Logoterapi, Pekerja Kreatif Digital, Industri Kreatif, Logoterapi

### 1. Latar Belakang

Transformasi digital yang semakin pesat telah mempercepat perkembangan sektor ekonomi kreatif, sehingga menjadikannya salah satu penggerak penting pertumbuhan ekonomi global. Pada tahun 2024, industri kreatif disebut menyumbang sekitar 3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dunia, dengan nilai mencapai ± USD 2,3 triliun dan menyerap lebih dari 50 juta tenaga kerja (Antara, 2024). Angka ini tidak hanya menggambarkan kontribusi ekonomi, tetapi juga menandai pergeseran global menuju ekonomi berbasis ide, inovasi, serta penciptaan nilai tambah kreatif yang semakin dominan dalam rantai nilai industri modern.

Di Indonesia, perkembangan ekonomi kreatif turut mencerminkan tren global tersebut. Data Jumpa Pers Akhir Tahun Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan bahwa nilai tambah sektor ini meningkat dari Rp 1.417,69 triliun pada tahun 2023 menjadi Rp 1.502,77 triliun pada tahun 2024. Kenaikan tersebut juga diiringi oleh peningkatan penyerapan tenaga kerja, dari 24,92 juta menjadi 26,47 juta orang (TvOne News, 2024). Peningkatan nilai tambah dan tenaga kerja ini mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif tidak lagi sekadar sektor pelengkap, melainkan telah menjadi bagian strategis dalam struktur perekonomian nasional, termasuk dalam penciptaan lapangan kerja bagi generasi muda dan pekerja berbasis keterampilan digital.

Dalam ekosistem ekonomi kreatif yang semakin terdigitalisasi ini, pekerja kreatif digital memegang peranan yang sangat strategis. Mereka bertugas merancang identitas visual merek, memproduksi konten lintas platform, membangun interaksi dengan pengguna, serta menjaga konsistensi komunikasi digital secara berkelanjutan. Melalui peran tersebut, pekerja kreatif digital tidak hanya dipandang sebagai produsen karya estetis, tetapi juga sebagai penggerak daya saing industri dan pembentuk persepsi publik terhadap produk maupun organisasi (UNCTAD, 2024). Pola kerja mereka pun cenderung fleksibel, mencakup kerja jarak jauh (remote) atau hibrida, yang semakin dimungkinkan oleh kemajuan teknologi kolaborasi digital serta ekosistem platform yang

mendukung koordinasi kerja lintas wilayah (The Guardian, 2025). Fleksibilitas ini kerap diasosiasikan dengan meningkatnya otonomi kerja, kebebasan pengaturan waktu, serta peluang untuk memperluas jejaring profesional.

Meski demikian, fleksibilitas tidak selalu berarti kondisi kerja yang lebih ringan. Berbagai temuan menunjukkan bahwa pekerja kreatif digital di Indonesia menghadapi tantangan signifikan yang berpotensi menimbulkan kelelahan dan tekanan psikologis. Studi SINDIKASI mencatat bahwa 68,3% pekerja kreatif sering lembur dan 51,6% tidak menerima kompensasi lembur, yang menandakan tingginya intensitas kerja sekaligus meningkatnya risiko kelelahan digital (Magdalene.co, 2022). Penelitian lain mengungkap bahwa pekerja media dan kreatif digital kerap berhadapan dengan kondisi kerja yang tidak stabil, tenggat yang ketat, serta pola kerja yang precarious penuh ketidakpastian dan rentan terhadap perubahan permintaan pasar (Hapsari, 2023). Selain itu, perubahan teknologi yang cepat dapat menimbulkan kecemasan akan ketertinggalan, sehingga pekerja merasa harus terus meningkatkan kompetensi agar tetap relevan di pasar kerja (Darmawan, 2023).

Tekanan tersebut sering kali diperkuat oleh kultur kerja yang menormalisasi “fast-paced environment”, tuntutan respons yang serba cepat, serta ekspektasi untuk selalu hadir secara daring (always-on). Dalam konteks kerja kreatif, standar kualitas yang subjektif dan adanya kebutuhan untuk terus menghasilkan ide baru juga dapat menambah beban kognitif maupun emosional. Namun, temuan empiris justru memperlihatkan fenomena sebaliknya. Banyak pekerja kreatif tetap melaporkan kepuasan kerja yang tinggi, motivasi yang kuat, serta pengalaman kerja yang dirasakan bermakna (Nesta, 2020; Sajnani & Fietje, 2023; PIC Report, 2024). Dengan kata lain, tekanan dan ketidakpastian dalam pekerjaan kreatif tidak secara otomatis menurunkan pengalaman kebermaknaan. Paradoks inilah yang menjadi titik awal munculnya masalah penelitian: bagaimana mungkin pekerja tetap merasakan kepuasan dan makna yang kuat ketika bekerja dalam situasi penuh tekanan, tenggat ketat, dan ketidakpastian yang tinggi?

Untuk memahami lebih jauh mengapa sebagian pekerja kreatif mampu tetap produktif meskipun berada dalam tekanan tinggi, penting untuk melihat peran makna kerja sebagai salah satu faktor psikologis yang berpengaruh. Pekerjaan yang bermakna diketahui dapat meningkatkan motivasi, memperkuat identitas profesional, mendorong komitmen organisasi, serta berkontribusi pada kesejahteraan psikologis (Yadav & Kumar, 2021). Temuan ini membantu menjelaskan fenomena kontradiktif bahwa ada faktor psikologis yang menjaga ketahanan pekerja kreatif di bawah tekanan, yaitu makna kerja (meaningful work). Makna kerja sendiri dipahami sebagai kondisi ketika pekerjaan dipersepsikan penting, memberi manfaat bagi orang lain, dan selaras dengan nilai pribadi (Rosso et al., 2010). Selain itu, makna kerja juga berkaitan dengan cara individu memahami pekerjaan sebagai bagian dari tujuan hidup dan arah eksistensialnya (Steger et al., 2012).

Perspektif tersebut sejalan dengan logoterapi yang menekankan bahwa manusia digerakkan oleh will to meaning dan dapat menemukan makna melalui karya, pengalaman, serta sikap terhadap tantangan (Frankl, 1966; Frankl, 2010). Dalam praktiknya, makna kerja dapat muncul dari rasa kontribusi, kebanggaan atas kualitas karya, pengakuan sosial, hubungan interpersonal yang suportif, maupun keyakinan bahwa pekerjaan yang dilakukan selaras dengan tujuan personal. Penelitian kualitatif internasional menunjukkan bahwa pekerja digital membangun kebermaknaan melalui otonomi, hubungan dengan klien, serta proses pengembangan diri dalam ekosistem kerja yang fleksibel namun tidak stabil. Salah satu studi mengidentifikasi bahwa pekerja lepas digital memaknai pekerjaannya melalui pembentukan identitas profesional, interaksi sosial di platform digital, dan aktivitas kreatif yang memberikan rasa kontribusi (Nemkova et al., 2019). Selain itu, konteks kerja digital juga memungkinkan pekerja menilai dampak karyanya secara lebih langsung melalui metrik keterlibatan audiens, umpan balik pengguna, atau keberhasilan kampanye, yang dapat memperkuat persepsi bahwa pekerjaan mereka “bernilai” dan “diakui”. Di sisi lain, keterpaparan pada evaluasi publik, komentar negatif, serta persaingan yang ketat di platform digital juga berpotensi memengaruhi proses pemaknaan, sehingga makna kerja dapat bersifat dinamis dan berubah mengikuti pengalaman kerja sehari-hari.

Meskipun memberikan wawasan penting, temuan tersebut masih terbatas karena berfokus pada pekerja lepas dalam konteks ekonomi platform. Kondisi ini belum sepenuhnya mencerminkan keberagaman pekerja kreatif digital di Indonesia yang meliputi karyawan tetap, kontrak, dan pekerja lepas, dengan pola kerja di kantor, hibrida, maupun jarak jauh (remote). Keragaman tersebut berpotensi menghasilkan pengalaman pemaknaan kerja yang berbeda, terutama terkait stabilitas kerja, struktur organisasi, pola kolaborasi, sistem penilaian kinerja, serta dukungan lingkungan (misalnya dukungan atasan, iklim tim, dan akses pengembangan kompetensi). Pekerja karyawan tetap, misalnya, mungkin memperoleh rasa aman dan identitas organisasi yang lebih kuat, sementara pekerja kontrak atau lepas bisa jadi lebih menekankan makna kerja pada kebebasan memilih proyek, portofolio, dan peluang aktualisasi diri. Perbedaan ini penting dikaji karena dapat memengaruhi bagaimana makna kerja dibentuk, dipertahankan, atau justru terkikis dalam kondisi kerja tertentu.

Meskipun demikian, kajian mengenai makna kerja pada pekerja kreatif digital di Indonesia masih sangat minim. Sampai saat ini, belum ada penelitian yang secara mendalam menelaah bentuk, sumber, dan pengalaman subjektif terkait kebermaknaan kerja pada kelompok pekerja dengan keragaman status—seperti karyawan tetap, kontrak, maupun pekerja lepas serta yang bekerja dalam berbagai model kerja seperti kerja di kantor, hibrida, maupun jarak jauh. Keterbatasan penelitian tersebut membuat pemahaman mengenai bagaimana pekerja kreatif digital menemukan, membentuk, dan mempertahankan makna dalam pekerjaannya masih belum terdefinisi secara jelas, khususnya dalam konteks industri yang dinamis tetapi penuh tekanan. Kekosongan pengetahuan ini menjadi dasar utama perlunya penelitian empiris yang mampu memberikan gambaran lebih lengkap dan mendalam mengenai proses pemaknaan kerja dalam ekosistem kreatif digital di Indonesia termasuk faktor-faktor yang mendukungnya (misalnya otonomi, dukungan sosial, kesempatan belajar, dan pengakuan) maupun faktor-faktor yang menghambatnya (misalnya beban kerja berlebih, ketidakpastian pendapatan, serta tekanan untuk selalu adaptif).

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi tidak hanya pada pengembangan literatur psikologi kerja dan organisasi, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi organisasi, industri kreatif, serta perumusan kebijakan ketenagakerjaan yang lebih peka terhadap kebutuhan pekerja kreatif digital.

## 2. Metode Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini adalah pekerja kreatif digital yang berkarya di subsektor ekonomi kreatif, khususnya pada bidang desain komunikasi visual dan produksi konten digital, seperti Graphic Designer, UI/UX Designer, Motion Graphic Artist, Content Creator, Social Media Specialist, Video Editor, Copywriter, serta profesi kreatif digital lainnya. Seluruh partisipan berdomisili atau menjalankan aktivitas profesional di wilayah Pulau Jawa. Kriteria inklusi meliputi:

1. berusia 18–40 tahun
2. berstatus sebagai karyawan tetap, kontrak, atau pekerja lepas yang aktif,
3. memiliki pengalaman kerja minimal satu tahun di bidang kreatif digital, serta terlibat dalam aktivitas kerja yang menuntut proses kreatif, kolaborasi, atau produksi konten.

Untuk memastikan kesesuaian karakteristik dengan tujuan penelitian, kuesioner daring dilengkapi pertanyaan penyaring mengenai jenis pekerjaan kreatif yang dijalani, lama pengalaman kerja, serta pola kerja yang digunakan (jarak jauh, hibrida, atau di kantor). Proses penyaringan ini bertujuan memastikan bahwa partisipan benar-benar memiliki pengalaman nyata sebagai pekerja kreatif digital sehingga data yang diperoleh valid dalam menggambarkan bagaimana mereka memaknai pekerjaan dan kehidupannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling dengan teknik convenience sampling, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kemudahan akses serta kesesuaian dengan karakteristik yang ditetapkan. Teknik ini dipilih karena populasi pekerja kreatif digital bersifat tersebar, dinamis, dan sulit diakses secara acak, sehingga convenience sampling menjadi strategi realistis untuk memperoleh responden yang relevan dengan konteks penelitian (Etikan et al., 2016; Creswell, 2014).

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan G\*Power melalui pendekatan regresi linier dengan asumsi efek sedang ( $f^2 = 0.15$ ), tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$ , dan power sebesar 0.80 (Cohen, 1988), sehingga diperoleh jumlah minimum 55 partisipan (Faul et al., 2009). Total partisipan akhir berjumlah 103 orang setelah respons melalui proses pengecekan kelengkapan dan kesesuaian, dan hanya yang memenuhi kriteria inklusi disertakan dalam analisis. Berdasarkan hasil deskriptif, perempuan lebih dominan (57,28%) dibanding laki-laki (42,72%). Berdasarkan usia, 84,5% berada pada kelompok < 30 tahun ( $n = 87$ ), sedangkan 15,5%  $\geq 30$  tahun ( $n = 16$ ), yang menunjukkan mayoritas responden berada pada fase early adulthood yang ditandai eksplorasi karier, pembentukan identitas profesional, serta pencarian arah dan makna kerja (Arnett, 2000). Partisipan berasal dari berbagai kota besar di Pulau Jawa, dengan konsentrasi tertinggi di Jabodetabek, diikuti Bandung Raya, serta sebagian dari Surabaya. Profesi paling banyak diwakili adalah Graphic Designer (14,7%), disusul Digital Copywriter dan Social Media Specialist (masing-masing 12,9%); profesi lain seperti Video Editor, KOL Specialist, UI/UX Designer, dan Web Designer juga muncul cukup tinggi. Lama bekerja bervariasi dari kurang dari satu tahun hingga lebih dari lima tahun, dengan mayoritas berada pada rentang 1–5 tahun; status kerja mencakup tetap, kontrak, dan lepas, serta sistem kerja jarak jauh, hibrida, dan di kantor, dengan kecenderungan lebih besar pada model fleksibel.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### Gambaran Makna Kerja Berdasarkan Pengukuran WAMI

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, makna kerja pada partisipan penelitian ini tersusun atas tiga dimensi utama. Dimensi pertama, *Positive Meaning* ( $M = 4.10$ ), menunjukkan bahwa responden memandang pekerjaan mereka memiliki arti personal yang penting. Pekerjaan tidak hanya dilihat sebagai aktivitas produktif, tetapi juga sebagai bagian yang memberikan nilai bagi diri dan kehidupan sehari-hari. Dimensi kedua, *Meaning-Making Through Work* ( $M = 4.17$ ), merupakan dimensi dengan nilai rata-rata tertinggi. Temuan ini memperlihatkan bahwa proses bekerja memberikan kesempatan bagi responden untuk belajar, mengembangkan kapasitas diri, serta memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai peran dan identitas profesional mereka. Dengan demikian, pengalaman prosedural dalam bekerja menjadi sumber kebermaknaan yang paling kuat.

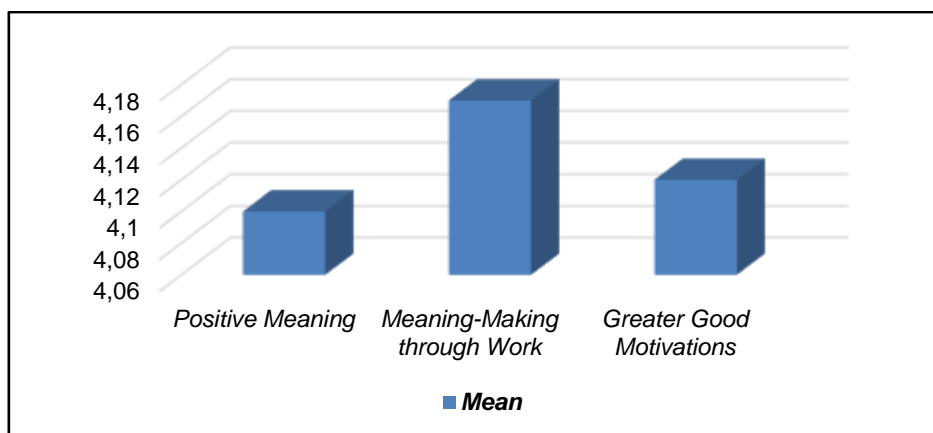
Dimensi ketiga, *Greater Good Motivations* ( $M = 4.12$ ), menggambarkan sejauh mana responden merasa bahwa pekerjaan mereka memberi manfaat bagi orang lain, organisasi, atau tujuan sosial yang lebih luas. Meskipun nilainya sedikit lebih rendah dibanding dua dimensi lainnya, kontribusi terhadap pihak lain tetap menjadi komponen penting dalam pemaknaan kerja.

Jika dibandingkan secara keseluruhan, ketiga dimensi menunjukkan pola nilai yang relatif konsisten dan berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa makna kerja partisipan terbentuk melalui perpaduan antara evaluasi personal, pengalaman dalam menjalankan tugas, dan persepsi kontribusi sosial. Rincian deskriptif setiap dimensi disajikan pada Tabel 1, sedangkan visualisasi distribusi skor ditampilkan pada Gambar 1.

**Tabel 1**  
**Gambaran Variabel Makna Kerja Berdasarkan Pengukuran WAMI**

Dimensi	Mean	SD	Minimum	Maksimum	Keterangan
<i>Positive Meaning</i>	4.1	0.766	2.4	5	Tinggi
<i>Meaning-Making Through Work</i>	4.17	0.655	2.4	5	Tinggi
<i>Greater Good Motivations</i>	4.12	0.78	2	5	Tinggi

**Gambar 1**  
**Gambaran Dimensi Makna Kerja Berdasarkan Pengukuran WAMI**



### Gambaran Makna Kerja Berdasarkan Dimensi Adaptasi TaruMiLS

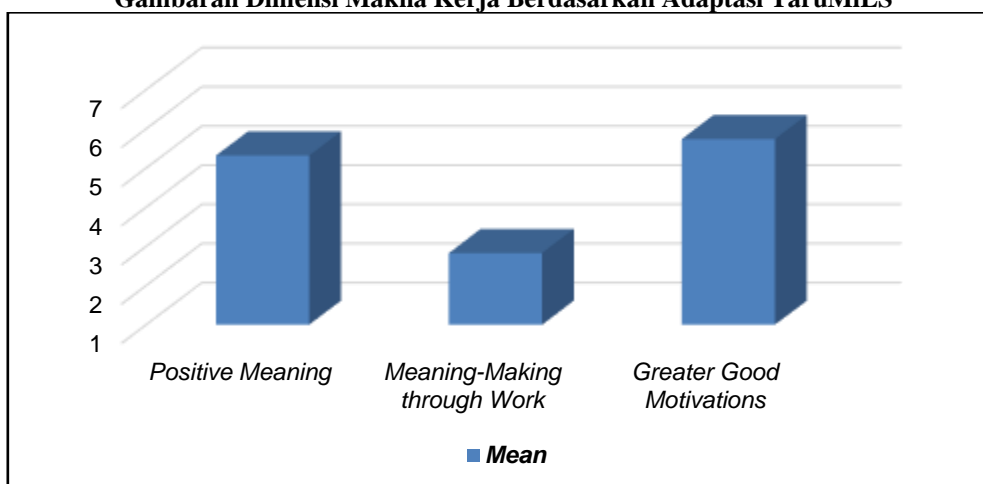
Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada instrumen TaruMiLS, makna kerja partisipan menunjukkan pola yang berbeda dibandingkan temuan pada instrumen sebelumnya. Pada TaruMiLS, dimensi Greater Good Motivations memiliki nilai rata-rata tertinggi ( $M = 5.74$ ), yang mengindikasikan bahwa responden secara kuat memaknai pekerjaan mereka sebagai sarana untuk memberikan manfaat bagi pihak lain atau tujuan yang lebih luas. Dimensi Positive Meaning juga menunjukkan skor rata-rata yang tinggi ( $M = 5.32$ ), mencerminkan pengalaman makna kerja yang positif secara personal. Responden menilai pekerjaan mereka sebagai sesuatu yang bernilai dan bermakna dalam kehidupan sehari-hari, meskipun dimensi ini tidak menjadi sumber makna yang paling dominan dalam pengukuran TaruMiLS.

Sebaliknya, dimensi Meaning-Making Through Work menunjukkan skor rata-rata yang paling rendah ( $M = 2.83$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa proses bekerja tidak secara konsisten dipersepsikan sebagai sarana utama pembentukan makna hidup yang lebih mendalam. Variasi skor yang relatif besar menunjukkan adanya perbedaan pengalaman antarindividu dalam memaknai proses kerja sebagai ruang refleksi dan pengembangan makna. Secara keseluruhan, hasil TaruMiLS menunjukkan bahwa makna kerja partisipan lebih dominan pada aspek orientasi kontribusi sosial dan pengalaman makna positif, sementara dimensi Meaning-Making through Work memberikan kontribusi yang relatif lebih terbatas. Rincian nilai statistik deskriptif setiap dimensi disajikan pada Tabel 2 dan Gambar 2.

**Tabel 2**  
**Gambaran Variabel Makna Kerja Berdasarkan Adaptasi TaruMiLS**

Dimensi	Mean	SD	Minimum	Maksimum	Keterangan
<i>Positive Meaning</i>	5.44	1.06	2.76	6.52	Tinggi
<i>Meaning-Making Through Work</i>	2.83	1.51	1	6	Rendah
<i>Greater Good Motivations</i>	5.74	1.35	2.33	7	Tinggi

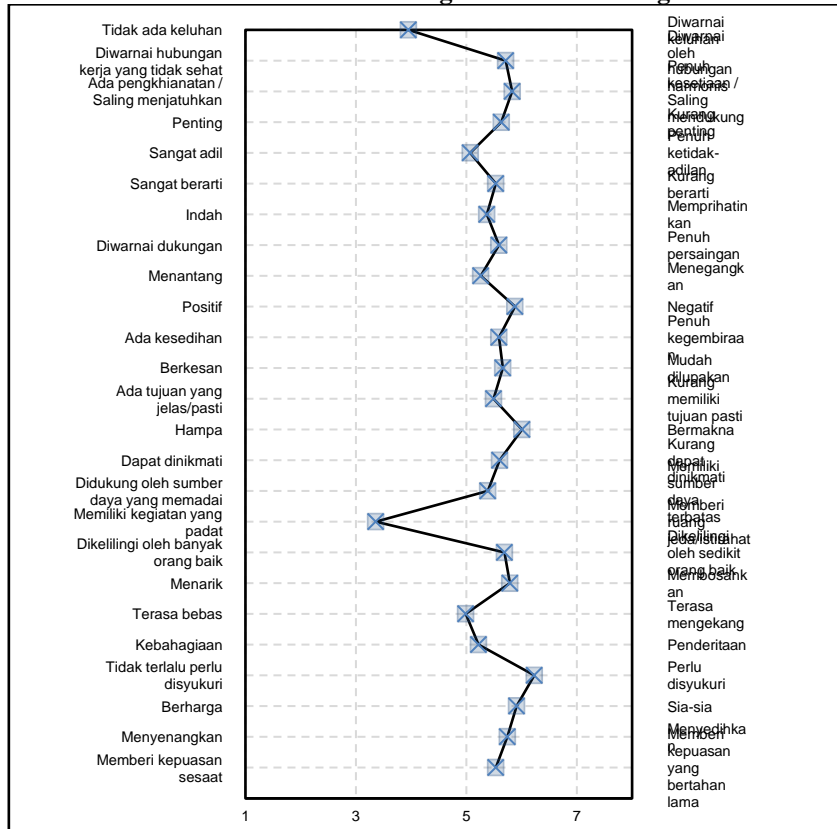
**Gambar 2**  
**Gambaran Dimensi Makna Kerja Berdasarkan Adaptasi TaruMiLS**



**Proses Pembentukan Makna Kerja**

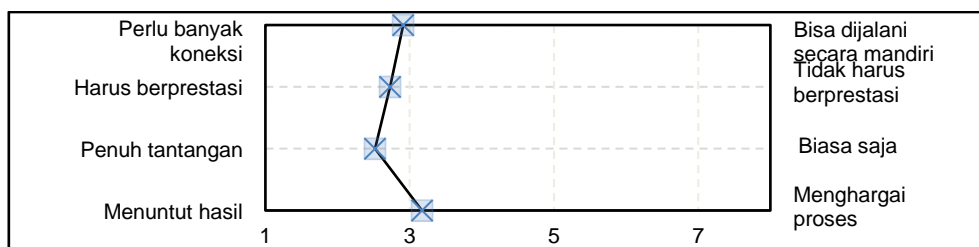
Profil polaritas TaruMiLS memberikan gambaran mengenai bagaimana makna kerja terbentuk melalui proses evaluatif terhadap karakteristik pekerjaan yang dialami partisipan. Dengan menggunakan pendekatan semantic differential, analisis ini menekankan arah kecenderungan penilaian pada pasangan kutub bipolar, sehingga makna kerja dipahami sebagai hasil orientasi evaluatif terhadap pengalaman kerja, bukan sekadar tingkat intensitas makna yang dilaporkan. Pada dimensi Positive Meaning, profil polaritas menunjukkan kecenderungan penilaian yang konsisten ke arah kutub positif. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman kerja dipersepsikan bernilai secara personal dan menyenangkan secara emosional, serta didukung oleh relasi kerja yang relatif harmonis. Temuan ini menunjukkan bahwa makna kerja terutama dibentuk melalui evaluasi afektif terhadap pengalaman kerja sehari-hari. Visualisasi profil tersebut disajikan pada Gambar 3.

**Gambar 3**  
**Profil Polaritas Dimensi Positive Meaning Berdasarkan Pengukuran TaruMiLS**



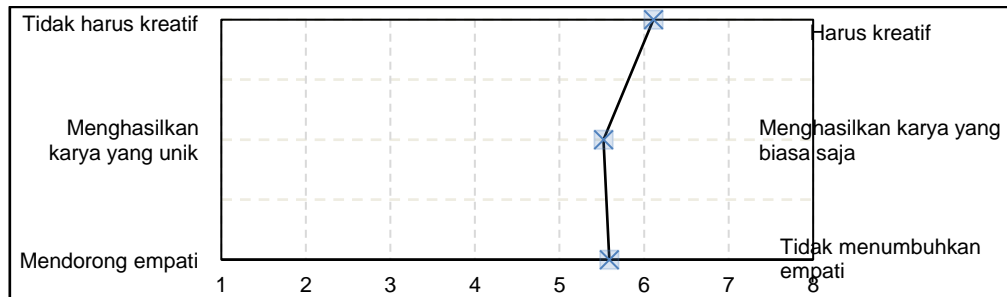
Berbeda dari dimensi sebelumnya, Meaning-Making through Work menunjukkan distribusi polaritas yang mengarah pada kutub yang menekankan tuntutan dan performa kerja. Hal ini menunjukkan bahwa proses kerja dipersepsikan sebagai aktivitas yang menantang dan berorientasi pada hasil. Arah kecenderungan polaritas ditampilkan pada Gambar 4.

**Gambar 4**  
**Profil Polaritas Dimensi Meaning-Making through Work Berdasarkan Pengukuran TaruMiLS**



Sementara itu, pada dimensi Greater Good Motivations, profil polaritas menunjukkan kecenderungan yang jelas ke arah kutub yang menekankan tuntutan kreativitas dan kontribusi melalui karya. Evaluasi terhadap pekerjaan menunjukkan bahwa partisipan memaknai kontribusi terutama melalui proses menghasilkan karya, meskipun tidak selalu dikaitkan dengan dorongan empatik secara langsung. Pola ini mengindikasikan bahwa makna kerja pada dimensi ini lebih terbentuk melalui persepsi nilai guna pekerjaan dan penciptaan karya, dibandingkan melalui keterlibatan emosional terhadap pihak lain. Rincian profil polaritas pada dimensi ini ditampilkan pada Gambar 5.

**Gambar 5**  
**Profil Polaritas Dimensi Greater Good Motivations Berdasarkan Pengukuran TaruMiLS**



Orientasi makna kerja pada masing-masing dimensi ditunjukkan melalui butir dengan nilai polaritas paling ekstrem yang merepresentasikan kecenderungan makna yang dominan. Ringkasan butir tersebut ditampilkan pada Tabel 6.

**Tabel 6**  
**Ringkasan Butir dengan Polaritas Ekstrem TaruMiLS**

Dimensi	Butir Ekstrem	Arah Dominan
<i>Positive Meaning</i>	Tidak terlalu perlu disyukuri – Perlu disyukuri	Perlu disyukuri
<i>Meaning-Making Through Work</i>	Penuh tantangan – Biasa saja	Penuh tantangan
<i>Greater Good Motivations</i>	Tidak harus kreatif – Harus kreatif	Harus kreatif

Secara keseluruhan, profil polaritas menunjukkan bahwa makna kerja pada partisipan dibangun melalui pandangan bahwa pekerjaan merupakan sesuatu yang perlu disyukuri, diiringi oleh tuntutan pencapaian dan kontribusi yang dihasilkan melalui karya. Hal ini menunjukkan bahwa makna kerja tidak hanya berasal dari pengalaman kerja yang positif, tetapi juga dari sikap apresiatif dan orientasi pada hasil kerja.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini merangkum pola pemaknaan kerja yang dialami pekerja kreatif digital sebagai berikut: (a) pekerja kreatif digital memaknai pekerjaannya sebagai aktivitas yang memiliki arti dan nilai personal. Pekerjaan tidak dipahami semata sebagai kewajiban atau sumber penghasilan, melainkan sebagai bagian dari pengalaman hidup yang memberikan kepuasan, kebahagiaan, dan rasa berarti. Meskipun pekerjaan dijalani dalam kondisi tuntutan dan tekanan yang relatif tinggi, pekerja kreatif digital tetap menunjukkan kecenderungan untuk menilai pekerjaannya secara positif dan dapat dinikmati. Temuan ini menunjukkan bahwa tekanan kerja tidak secara langsung meniadakan makna kerja, tetapi menjadi bagian dari dinamika pengalaman kerja yang dimaknai secara subjektif oleh individu; (b) makna kerja yang dialami pekerja kreatif digital tercermin dalam tiga dimensi utama, yaitu makna positif terhadap pekerjaan, makna yang terbentuk melalui proses kerja, dan motivasi untuk memberi kontribusi yang lebih luas. Ketiga dimensi tersebut saling melengkapi dan membentuk pengalaman makna kerja yang bersifat multidimensional; (c) konteks kerja digital berperan sebagai latar pengalaman yang membingkai pembentukan makna kerja. Karakteristik kerja

digital, seperti fleksibilitas, tuntutan kinerja, dan tingkat kemandirian dalam bekerja, berinteraksi dengan pengalaman subjektif individu dalam membentuk variasi intensitas dan kualitas makna kerja yang dirasakan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pekerja kreatif digital mampu menemukan dan mempertahankan makna kerja di tengah tekanan kerja yang tinggi melalui cara mereka memaknai pekerjaan, proses kerja, serta pengalaman subjektif terhadap konteks kerja digital. Makna kerja bersifat dinamis dan terbentuk sebagai hasil interaksi antara pengalaman personal, keterlibatan dalam proses kreatif, dan kondisi kerja digital yang dialami.

## Referensi

1. Allan, B. A., Batz-Barbarich, C., Sterling, H. M., & Tay, L. (2019). What makes work meaningful? Longitudinal evidence for the importance of autonomy and beneficence. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 323-335. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.06.005>
2. Amanda, A. (2024). Kerentanan kerja pada pekerja harian lepas di industri kreatif Indonesia. *Journal Research of Management (JARMA)*, 5(2), 186–185.
3. Antara News. (2024, July 24). Menparekraf sebut industri kreatif Indonesia jadi acuan negara lain. <https://www.antaranews.com/berita/4360047/menparekraf-sebut-industri-kreatif-indonesia-jadi-acuan-negara-lain>
4. Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
5. Cai, W., Khapova, S., Bossink, B., & Lysova, E. (2020). Optimizing employee creativity in the digital era. *IJERPH*, 17(3), 1038.
6. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
7. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
8. DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). Sage Publications.
9. Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
10. Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
11. Florida, R. (2014). *The rise of the creative class—Revisited*. Basic Books.
12. Frankl, V. E. (1966). *Psychotherapy and existentialism*. Washington Square Press.
13. Frankl, V. E. (2010). *The feeling of meaninglessness: A challenge to psychotherapy and philosophy*. Marquette University Press.
14. Fujiwara, D., Dolan, P., & Lawton, R. (2019). *Creative occupations and subjective wellbeing* (Nesta Working Paper No. 15/09). Nesta.
15. Gardiner, D. (2024). *Balancing act: The role of digital platforms in shaping the conditions of creative work* (ILO Working Paper No. 123). International Labour Organization.
16. Gitnux. (2025). *Remote and hybrid work in the creative industry statistics*. Gitnux. <https://gitnux.org/remote-and-hybrid-work-in-the-creative-industry-statistics/>
17. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
18. Hancock, P., & Tyler, M. (2025). *Performing artists and precarity: Work in the contemporary entertainment industries*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-66119-8>
19. Lepisto, D. A., & Pratt, M. G. (2017). Meaningful work as realization and justification: Toward a dual conceptualization. *Organizational Psychology Review*, 7(2), 99-121. <https://doi.org/10.1177/2041386616630039>
20. Maharani, A., Zeifuddin, A., Safitri, D. A., Rosada, H. S., & Anshori, M. I. (2023). Kesejahteraan mental karyawan dalam era digital: Dampak teknologi pada kesejahteraan mental karyawan dan upaya untuk mengatasi stres digital. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(4), 113-130. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i4.1385>
21. Magdalene.co. (2022). *SINDIKASI: Kondisi pekerja kreatif di Indonesia*.  
<https://magdalene.co/story/serikat-pekerja-kreatif/>
22. Marketeers. (2024, March 12). *Survei buktikan sistem kerja fleksibel jadi tren di kalangan Gen Z*. <https://www.marketeers.com/survei-buktikan-sistem-kerja-fleksibel-jadi-tren-di-kalangan-gen-z>
23. Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx. [https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2020/08/Memon-et-al\\_JASEM\\_Editorial\\_V4\\_Iss2\\_June2020.pdf](https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2020/08/Memon-et-al_JASEM_Editorial_V4_Iss2_June2020.pdf)
24. Nemkova, E., Demirel, P., & Baines, L. (2019). In search of meaningful work on digital freelancing platforms: The case of design professionals. *New Technology, Work and Employment*, 34(3), 226–243. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12148>
25. Putri, D. N., Setiawan, A., & Hartono, G. (2023). Achieving sustainable development goals through digitalising creative works: Evidence from social enterprises in Indonesia. *Journal of Innovation and Social Responsibility*, 2(1), 15-29. DOI: 10.1007/s44265-023-00011-4
26. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
27. Rosso, B. D., Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: A theoretical integration and review. *Research in Organizational Behavior*, 30, 91–127. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2010.09.001>
28. Sajjani, N., & Fietje, N. (2023). The Jameel Arts & Health Lab in collaboration with the WHO–Lancet Global Series on the health benefits of the arts. *The Lancet*, 402(10414), 1732–1734. DOI: 10.1016/S0140-6736(23)01959-1
29. Samper-Márquez, J. J., & Oropesa-Ruiz, N. F. (2025). Scoping review on digital creativity. *Education Sciences*, 15(2), 202.
30. Soren, A., & Ryff, C. D. (2023). Meaningful work, well-being, and health: Enacting a eudaimonic vision. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(16), 6570. DOI: 10.3390/ijerph20166570
31. Suyasa, P. T. Y. S. (2008, June). *The measurement of meaning in life*. In *Proceedings of the Convention of the Asian Psychological Association* (Vol. 2). Kuala Lumpur, Malaysia.

33. Supriyadi, T., Sulistiasih, S., Rahmi, K. H., Pramono, B., & Fahrudin, A. (2025). The impact of digital fatigue on employee productivity and well-being: A scoping literature review. *Environment and Social Psychology*, 10(2). <https://doi.org/10.59429/esp.v10i2.3420>
34. Steger, M. F., Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: The Work and Meaning Inventory (WAMI). *Journal of Career Assessment*, 20(3), 322-337. DOI: 10.1177/1069072711436160
35. Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (1989). *Using multivariate statistics*. Harper & Row.
36. The Guardian. (2024, June 16). Hybrid working makes employees happier, healthier and more productive, study shows. <https://www.theguardian.com/business/article/2024/jun/16/hybrid-working-makes-employees-happier-healthier-and-more-productive-study-shows>.
37. The Times. (2024, May 20). The results are in — partial WFH ‘boosts job satisfaction’. <https://www.thetimes.com/uk/science/article/the-results-are-in-partial-wfh-boosts-job-satisfaction-hpxfcm3n6>
- TvOne News. (2024, July 26). Kemenparekraf beri dukungan pengembangan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif di 24 desa dari 12 provinsi. <https://www.tvonenews.com/berita/nasional/259804-kemenparekraf-beri-dukkungan-pengembangan-usaha-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-di-24-desa-dari-12-provinsi>
38. United Nations Conference on Trade and Development. (2024). Creative economy outlook 2024: Trends in international trade in creative industries. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>
39. Weijters, B., Geuens, M., & Schillewaert, N. (2010). The stability of individual response styles. *Psychological Methods*, 15(1), 96-110. <https://doi.org/10.1037/a0018721>
40. Wired. (2025, January 18). The cost of being always-on: Stress and burnout in creative industries. *Wired Magazine*. <https://www.wired.com/story/always-on-burnout-creative-workers>
41. Yadav, G., & Kumar, S. (2021). Meaningful work: Importance, benefits and sources. *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*, 20(1), 7480-7486. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.01.773>.