

BAB IV.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

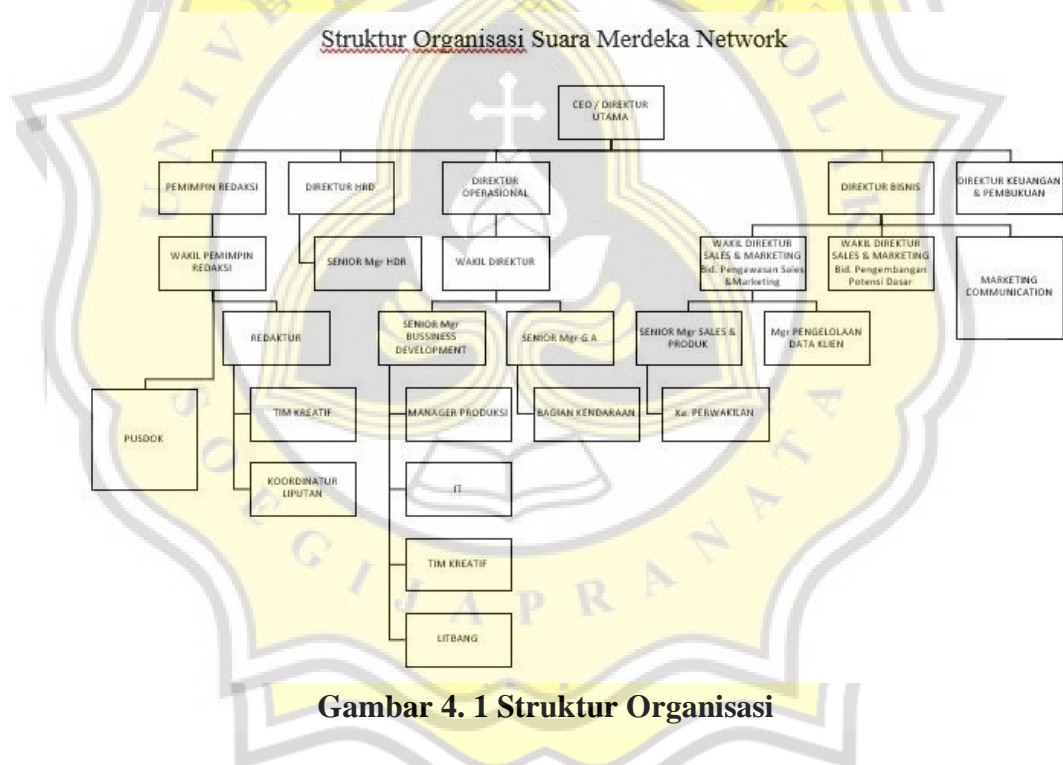
Suara Merdeka Network merupakan bagian dari PT. Suara Merdeka Press Semarang yang fokus memberikan layanan berita secara digital. Suara Merdeka Network sendiri berdiri pada tanggal 14 September 1996, oleh H. Tommy Hetami (alm.) selaku pemimpin redaksi pada saat itu, yakni 46 tahun setelah pertama kali didirikannya Suara Merdeka pada 11 Februari 1950. Suara Merdeka Network beralamat di Jl. Kawi Raya No.20, Kelurahan Tegalsari, Kecamatan Candisari, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah 50252. Suara Merdeka Network sendiri saat ini memasuki generasi ke -3 dibawah kepemimpinan Kukrit Suryo Wicaksono.

Pada awalnya Suara Merdeka Network hanya membagikan berita pada website mereka dengan berita yang sama dengan edisi cetak pada koran Harian Suara Merdeka. Namun pada 11 Februari 2000, Suara Merdeka Network memperluas pemberitaan mereka dengan berita seperti pendidikan, hiburan dan gaya hidup. Berita yang mereka sajikan dimuat dalam website mereka www.suaramerdeka.com. Suara Merdeka Network menghadirkan layanan e-paper untuk menyikapi perkembangan teknologi yang semakin bertambah. Saat ini Suara Merdeka Network sendiri juga merambah pada media sosial seperti Instagram, Youtube hingga Tiktok. Hal ini dilakukan untuk semakin menjangkau masyarakat dengan perkembangan teknologi yang ada. Suara Merdeka Network juga terus memperluas informasi yang mereka berikan dengan menambah pemberitaan seperti kuliner, fashion, seputar wanita, seputar muslim, game, teknologi, hiburan hingga otomotif. Pemberitaan yang semakin luas ini membuat mereka dengan mudah menyajikan ke masyarakat dengan

bantuan media sosial. Divisi yang menghandle media sosial Suara Merdeka Network ini adalah divisi Marketing Communication.

Marketing Communication merupakan divisi yang mengelola pemberitaan informasi Suara Merdeka Network melalui media sosial. Divisi ini bertugas mencari berita, mengunggah di media sosial Suara Merdeka Network, memantau respon pembaca, hingga memantau pergerakan waktu kunjungan pembaca pada media sosial Suara Merdeka Network.

Suara Merdeka Network memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

4.2. Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini, sampel yang digunakan merupakan seluruh karyawan bagian *Marketing Communication* (Marcom) Suara Merdeka Network yang berjumlah 45 orang. Berikut merupakan gambaran umum responden yang dapat dilihat dari jenis kelamin, umur, dan masa kerja.

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Masa Kerja						Jumlah	
	1-5		6-10		>10			
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)
Laki-laki	7	15,6	8	17,8	7	15,5	22	48,9
Perempuan	8	17,8	11	24,4	4	8,9	23	51,1
Jumlah	15	33,4	19	42,2	11	24,4	45	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa jumlah karyawan bagian *Marketing Communication* Suara Merdeka Network dengan jenis kelamin laki – laki sebanyak 22 orang dan 23 orang lainnya berjenis kelamin perempuan. Dengan masa kerja yang paling tinggi yaitu 6-10 tahun yang terdiri dari karyawan sebanyak 24,4% dan karyawan laki-laki sebanyak 17,8%

Tabel 4. 2 Umur dan Masa Kerja Responden

Umur	Masa Kerja						Jumlah	
	1-5		6-10		>10			
	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)	F	P (%)
24 – 35	15	33,3	12	26,7	0	0	27	60
36 – 47	0	0	7	15,6	4	8,9	11	24,4
48 – 58	0	0	0	0	7	15,6	7	15,6
Jumlah	15	33,3	19	42,3	11	24,5	45	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa karyawan bagian *Marketing Communication* Suara Merdeka Network di dominasi oleh umur 24 – 35 tahun sebanyak 27 karyawan (60%) dengan jumlah 15 karyawan yang telah bekerja selama 1-5tahun

4.3. Analisis Data

4.3.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono,(2019:206), analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.

4.3.1.1. Tanggapan karyawan *Marketing Communication* terhadap variabel *Hustle Culture*

Berikut ini merupakan tanggapan karyawan *Marketing Communication* terhadap kuesioner yang diberikan terkait dengan variabel *hustle culture*.

Tabel 4. 3 Tanggapan pada variabel Hustle Culture

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Kategori
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor		
1.	Saya merasa harus selalu bekerja keras untuk mencapai kesuksesan (HC1)	0 (0)	2 (4)	1 (3)	21 (84)	18 (90)	181	Sangat Tinggi
2.	Saya merasa bersalah ketika saya tidak mengerjakan sesuatu secara maksimal (HC2)	0 (0)	1 (2)	2 (6)	20 (80)	19 (95)	183	Sangat Tinggi
3.	Saya tetap bekerja meskipun sudah melebihi jam	0 (0)	3 (6)	17 (51)	16 (64)	8 (40)	161	Tinggi

	kantor yang sudah ditentukan. (HC3)							
4.	Saya sering memikirkan pekerjaan bahkan ketika sedang cuti atau liburan di sementara waktu (HC4)	2 (2)	2 (4)	11 (33)	19 (76)	10 (50)	165	Tinggi
5.	Saya merasa ada sesuatu didalam diri saya yang mendorong untuk bekerja keras (HC5)	0 (0)	0 (0)	8 (24)	19 (76)	15 (75)	175	Tinggi
6.	Saya merasa bersalah ketika saya mengambil cuti (HC6)	2 (2)	11 (22)	10 (30)	13 (52)	9 (45)	151	Tinggi
7.	Saya merasa berkewajiban untuk bekerja keras, bahkan sekalipun itu tidak menyenangkan (HC7)	0 (0)	0 (0)	5 (15)	22 (88)	16 (80)	183	Sangat Tinggi
Rata- rata jumlah							1199 (171)	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4. diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan karyawan *Marketing Communication* mengenai perilaku *hustle culture*

menunjukkan hasil yang tinggi dengan skor 171. Hasil pada skor ini berkaitan dengan perilaku berlebihan saat bekerja yang dilakukan karyawan bagian *Marketing Communication* sehingga ketika sedang tidak bekerja karyawan akan tetap mengerjakan tugasnya melebihi target yang telah ditetapkan, dan karyawan *Marketing Communication* juga selalu memikirkan pekerjaan bahkan pada saat hari libur / cuti. Hal ini dapat dibuktikan melalui jawaban karyawan *Marketing Communication* bahwa mereka merasa harus selalu bekerja keras untuk mencapai kesuksesan, karyawan *Marketing Communication* merasa bersalah ketika tidak mengerjakan sesuatu secara maksimal, mereka akan tetap bekerja meskipun sudah melebihi jam kantor yang sudah ditentukan, karyawan *Marketing Communication* juga selalu memikirkan pekerjaan bahkan ketika sedang cuti atau liburan di sementara waktu, karyawan merasa ada sesuatu didalam diri saya yang mendorong untuk bekerja keras, mereka juga merasa bersalah jika mengambil cuti, dan karyawan *Marketing Communication* akan tetap bekerja keras sekalipun itu tidak menyenangkan bagi mereka.

4.3.1.2. Tanggapan karyawan *Marketing Communication* terhadap variabel *Work-Family Conflict*

Tabel 4. 4 Tanggapan pada variabel Work Family Conflict

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jumlah Skor	Kategori
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor		
A.	<i>Work Interference with Family</i>							
1.	Saat bekerja di hari libur, saya bingung akan fokus ke pekerjaan atau keluarga (WFC1)	2 (2)	5 (10)	7 (21)	18 (72)	10 (50)	155	Tinggi

2.	Saya mengalami konflik di dalam keluarga ketika kurangnya waktu berkumpul bersama akibat terlalu fokus pada pekerjaan (WFC2)	1 (1)	2 (4)	6 (18)	22 (88)	12 (60)	171	Tinggi
3.	Saya merasa tertekan ketika tuntutan pekerjaan mempengaruhi peran dalam keluarga sehingga tidak dapat menjalankan peran dalam keluarga secara maksimal (WFC3)	2 (2)	0 (0)	7 (21)	21 (84)	13 (65)	172	Tinggi
4.	Ketika pulang bekerja saya mengalami kelelahan sehingga tidak bisa melakukan aktivitas dalam keluarga secara maksimal. (WFC4)	0 (0)	3 (6)	6 (18)	20 (80)	14 (70)	174	Tinggi

5.	Saya merasa sulit untuk menahan diri dari membicarakan pekerjaan saat bersama keluarga, sehingga membuat keluarga merasa diabaikan atau tidak dihargai. (WFC5)	0 (0)	6 (12)	7 (21)	18 (72)	13 (65)	170	Tinggi
Jumlah							842 (168)	Tinggi
B.	Family Interference with Work							
6.	Saya kurang fokus di waktu bekerja ketika ada permasalahan rumah yang sedang terjadi (WFC6)	1 (1)	1 (2)	6 (18)	16 (64)	19 (76)	161	Tinggi
7.	Saya mengalami dilema ketika harus ada acara mendadak dengan keluarga yang mengganggu waktu saya bekerja (WFC7)	1 (1)	3 (6)	3 (9)	22 (88)	14 (70)	174	Tinggi

8.	Saya merasa tertekan ketika permasalahan dalam keluarga mempengaruhi pekerjaan di kantor. (WFC8)	1 (1)	2 (4)	5 (15)	23 (92)	13 (65)	177	Tinggi
9.	Saya merasa marah ketika harus meninggalkan pekerjaan akibat harus menemani anggota keluarga pada acara penting. (WFC9)	2 (2)	11 (22)	10 (30)	14 (56)	8 (40)	150	Tinggi
10.	Saya akan sering mendapatkan teguran dari keluarga ketika saya sering lembur bekerja. (WFC10)	0 (0)	5 (10)	9 (27)	20 (80)	10 (50)	167	Tinggi
Jumlah							829 (166)	Tinggi
Rata – rata jumlah							1671 (167)	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5. diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan karyawan *Marketing Communication* mengenai *work family conflict* yang berkaitan dengan konflik yang muncul dari pekerjaan yang dapat

mengganggu urusan keluarga sehingga menyebabkan konflik (WIF) termasuk dalam kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dengan jumlah skor 168. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karyawan *Marketing Communication* dapat mengalami konflik jika pekerjaan mengganggu urusan didalam keluarga, misalnya ketika tidak bisa menahan diri membicarakan pekerjaan saat bersama dengan keluarga sehingga membuat keluarga merasa diabaikan.

Selanjutnya, untuk *work-family conflict* yang berkaitan dengan konflik yang timbul ketika urusan didalam keluarga dicampuradukkan dengan urusan pada pekerjaan (FIW) termasuk dalam kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dengan jumlah skor 166. Sehingga dapat diartikan bahwa karyawan *Marketing Communication* meyakini jika urusan didalam keluarga dicampuradukkan dengan pekerjaan akan menimbulkan konflik, misalnya ketika permasalahan didalam rumah belum selesai dan mengganggu fokus bekerja.

Jadi, secara keseluruhan pada variabel *work family conflict* pada karyawan *Marketing Communication* Suara Merdeka Network termasuk dalam kategori tinggi dengan jumlah skor 167. Hal ini dapat dilihat dalam masing-masing indikator bekerja secara berlebihan maupun bekerja secara kompulsif menunjukkan kategori tinggi, yang artinya perilaku *hustle culture* ada dalam diri setiap individu karyawan *Marketing Communication* Suara Merdeka Network.

4.3.2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial juga digunakan dalam penelitian ini. Teknik ini bersifat memaparkan data, memberikan kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang dilakukan. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b X$$

Keterangan :

Y = *Work – Family Conflict*

α = Variabel konstan

b = Koefisien Regresi

X = Perilaku *Hustle Culture*

Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.115	5.544		2.185	.034
Hustle Culture	.957	.197	.595	4.857	.000

a. Dependent Variable: Work Family Conflict

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, hasil persamaan regresi pengaruh *hustle culture* terhadap *work-family conflict* karyawan *Marketing Communication* Suara Merdeka Network, yaitu :

$$Y = 12,115 + 0,957 X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diberikan kesimpulan bahwa besarnya variabel *hustle culture* terhadap *work family conflict* adalah positif dengan nilai sebesar 0,957. Dengan demikian semakin tinggi nya perilaku *hustle culture* karyawan akan berdampak pada *work family conflict*.

4.3.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t. Dalam penelitian ini terdapat 2 hipotesis yang diajukan, yaitu :

H₀ : $\beta=0$ (Tidak ada pengaruh positif dan signifikan *hustle culture* terhadap *work family conflict*)

H1 : $\beta \neq 0$ (Ada pengaruh positif dan signifikan *hustle culture* terhadap *work family conflict*)

Berikut merupakan hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.115	5.544		2.185	.034
Hustle Culture	.957	.197	.595	4.857	.000

a. Dependent Variable: Work Family Conflict

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa memiliki nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ (alpha), maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu *hustle culture* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work family conflict* pada karyawan *Marketing Communication* Suara Merdeka Network dan hipotesis diterima.

4.4. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perilaku *hustle culture* pada karyawan *Marketing Communication* yang dapat mempengaruhi *work family conflict* atau konflik peran ganda dalam menjalankan peran dalam pekerjaan dan keluarga. Pada penelitian ini terdapat uji hipotesis dengan menggunakan uji t model regresi linier sederhana untuk menguji apakah ada pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Pada penelitian ini perilaku *hustle culture* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work family conflict*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi pada uji t $0,00 < 0,05$, maka hipotesis pada penelitian ini diterima, yaitu *hustle culture* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work family conflict* pada karyawan *Marketing Communication* Suara Merdeka Network.

Penelitian ini juga didukung analisis deskriptif yang menunjukkan secara keseluruhan variabel perilaku *hustle culture* dengan rata – rata skor termasuk dalam kategori tinggi. Artinya, *hustle culture* yang dimiliki karyawan *Marketing Communication* tinggi, sehingga terkadang membuat mereka bekerja melebihi dari apa yang di tetapkan dan merasa harus tetap bekerja walaupun sedang libur / cuti. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan secara keseluruhan variabel *work-family conflict* termasuk dalam kategori tinggi. Khususnya pada dimensi *work interference with family*. Artinya, *work family conflict* pada karyawan *Marketing Communication* tinggi, sehingga membuat mereka kurang fokus dalam keluarga akibat urusan pekerjaan yang mengganggu.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Tahir, (2019) dimana penelitian ini memberikan hasil bahwa *workaholism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work family conflict*. Dan hasil penelitian Torp, (2018), dimana penelitian ini juga memberikan hasil bahwa *workaholism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work family conflict* . Hasil penelitian ini menunjukkan secara keseluruhan bahwa *hustle culture* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work family conflict* yang dapat membuat karyawan *Marketing Communication* mengetahui bahwa ketika mereka bekerja secara berlebihan dapat menjadi konflik jika tidak dapat menyeimbangkan antara peran pekerjaan dan keluarga, sehingga karyawan *Marketing Communication* dapat mengantisipasi dan memperhatikan kedua peran tersebut sehingga tidak menjadi konflik peran.