

KONTRIBUSI JOB DEMANDS DAN JOB RESOURCES TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL-BEING PEKERJA CREATIVE AGENCY DI JAKARTA

Nathalyn Hung & Esther Muliana Kembaren

Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia
Corresponding Authors: esther.kembaren@atmajaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the contributions of job demands and job resources to the psychological well-being of creative agency workers. Creative agencies often require longer working hours and higher workloads to meet customer demands. However, the resources provided by companies to support workers sometimes do not adequately compensate for these demands, which can negatively impact workers' psychological well-being. Despite this, creative agencies depend heavily on their workers to achieve company targets, and the psychological well-being of these workers plays a crucial role in their ability to develop their potential and function optimally. It is predicted that adequate job resources to meet job demands will enhance the psychological functioning of workers.

This research utilized quantitative methods and involved 106 creative agency workers in Jakarta, selected through convenience sampling. The instruments used for measurement were the Questionnaire sur les Ressources et Contraintes Professionnelles and the Psychological Well-Being Scale. The results of multiple regression analysis indicated that job demands and job resources significantly contribute to the psychological well-being of creative agency workers. Specifically, job demands have a negative impact on psychological well-being, whereas job resources have a positive impact. Therefore, even though the work is demanding, sufficient resources can help maintain the psychological well-being of workers.

Keywords: *job demands, job resources, psychological well-being, worker, creative agency*

PENDAHULUAN

World Health Organization (WHO) menyebutkan bahwa beban kerja yang berlebihan, jam kerja yang panjang, kurangnya kontrol terhadap pekerjaan, kondisi lingkungan kerja secara fisik, kurangnya dukungan dari rekan kerja atau atasan, upah yang tidak memadai, serta ketidakamanan pekerjaan menjadi faktor resiko terhadap kesehatan mental (*World Health Organization* [WHO], 2022). Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh Sabran dan Karim (2021) juga menemukan sejumlah faktor yang dapat memengaruhi

well-being (kesejahteraan) pekerja, khususnya pada pekerja media. Faktor-faktor tersebut, antara lain: 1) kendala waktu dan kerumitan pekerjaan; 2) hubungan dalam tempat kerja; 3) kepemimpinan organisasi; 4) tantangan teknologi; 5) manajemen diri atau sumber daya manusia.

Salah satu jenis perusahaan yang termasuk dalam industri media adalah *creative agency*. *Creative agency* adalah perusahaan yang menyediakan jasa berupa strategi pemasaran dan periklanan, melalui pembuatan konten seperti foto, video, tulisan, desain grafis, pengelolaan

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

media sosial dan lainnya (French, 2023). *Creative agency* juga dapat disebut sebagai suatu tim kerja yang menyediakan jasa dalam kegiatan pemasaran dan periklanan untuk memenuhi atau mencapai tujuan para klien (pemilik bisnis dan *brand*). *Creative agency* terdiri atas individu-individu yang ahli dalam berbagai bidang kreatif maupun non-kreatif.

Pada perusahaan *creative agency*, jenis pekerjaan dapat dikategorikan dalam dua jenis yakni pekerjaan yang bersifat kreatif dan pekerjaan yang bersifat non kreatif. Pekerjaan yang bersifat kreatif fokus untuk menghasilkan produk untuk klien mulai dari perencanaan, konseptualisasi, eksekusi atau produksi hingga evaluasi. Pekerjaan kreatif yang biasa dilakukan di dalam *creative agency* adalah pembuatan foto, video, tulisan, desain grafis, desain *website* dan lain-lain (Farkash, 2023). Pekerjaan kreatif biasanya dilakukan oleh fotografer, videografer, *editor*, penulis, desainer, *art director*, *creative director*, dan lain-lain (French, 2023). Pekerjaan yang bersifat non-kreatif meliputi tugas-tugas seperti menjalin hubungan dan berkomunikasi dengan klien, membuat keputusan-keputusan bisnis, meningkatkan strategi penjualan serta tugas-tugas yang bersifat operasional seperti, departemen keuangan, departemen sumber daya manusia, manajer proyek, dan lain-lain (Farkash, 2023).

Pada masa kini, tenaga kerja mulai didominasi oleh mereka yang berasal dari generasi milenial and juga generasi Z (Gen Z), termasuk di dalam *creative agency* (Parmelee, 2023). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Samsung (2023), Gen Z lebih tertarik untuk bekerja di industri media, kreatif dan hiburan karena sifat kerjanya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh kedua generasi tersebut.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Delloite (2019, dalam, Smith, 2023) dan Talent LMS (2022, dalam Smith, 2023), Gen Z dan milenial lebih mengutamakan fleksibilitas. Dengan demikian, salah satu alasan mengapa Gen Z dan milenial tertarik untuk bekerja di *creative agency* karena industri tersebut menawarkan fleksibilitas kerja (Macmillan, 2023).

Namun, individu yang bekerja di *creative agency* menghadapi beberapa tantangan dalam melakukan pekerjaannya. Beberapa sumber menjelaskan bahwa bekerja dalam *creative agency* memiliki beberapa kekurangan antara lain, kemungkinan untuk bekerja *overtime* atau lembur, berhadapan dengan klien yang berbeda-beda, mengerjakan beberapa proyek dalam satu waktu, banyaknya *deadline* untuk menyelesaikan pekerjaan, serta tantangan berpikir kreatif dan inovatif (Arviana, 2018 ; Hakim, 2022; Sumeet, 2021). Tidak jarang *creative agency* menerima permintaan klien yang di luar kemampuan mereka demi mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Para pekerja dituntut untuk melakukan pekerjaan yang lebih banyak dari biasanya karena tenaga kerja yang dibutuhkan kurang untuk mengerjakan permintaan tersebut (Chansky, 2023).

Menurut Nikhil Narayanan (2018, dalam Sharma, 2020), direktur kreatif pada agensi Ogilvy, selama bertahun-tahun industri ini telah “menormalisasikan” jam kerja yang sebetulnya tidak normal atau tidak sama dengan jam kerja pada umumnya. Ben Bilboul (2021, dalam Magee, 2021), *Chief Executive Officer* (CEO) agensi Karmarama, juga mengatakan bahwa jam kerja yang berlebihan telah menjadi permasalahan yang tidak kunjung terselesaikan dalam dunia agensi. Hal yang serupa juga

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

disebutkan oleh Nazim Ahmed (2020, dalam Sharma, 2020), yang telah bekerja pada bidang ini selama 15 tahun, bahwa kurang adanya batasan yang jelas mengenai jam kerja ketika bekerja dalam sebuah agensi. Beberapa sumber lain menyebutkan hal yang sama terkait alasan di balik mengapa bekerja dalam agensi memiliki jam kerja yang panjang. Pekerjaan agensi sehari-hari diisi dengan mengejar *deadline*, memenuhi tuntutan klien, serta mengerjakan revisi hasil kerja yang diberikan oleh klien. Tuntutan untuk terus memberikan pelayanan yang baik dan selalu berusaha untuk memuaskan klien membuat jam kerja pekerja agensi semakin panjang (Ekarahendy, 2017 dalam Dhani, 2017 lihat juga Sharma, 2020; Persson, 2021).

Di Indonesia, sebuah survei yang dilakukan oleh Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi (SINDIKASI) pada 2021 terhadap pekerja kreatif menunjukkan bahwa sebanyak 51.1% dari 190 responden bekerja lebih dari 40 jam dalam seminggu. Di antaranya, 30.5% mengatakan bahwa mereka harus bekerja lembur beberapa hari dalam satu minggu, 18.9% lembur beberapa kali dalam sebulan dan 18.9% lembur hampir setiap hari (Liem et al., 2021). Jam kerja ini melebihi batas waktu kerja yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No.35 tahun 2021. Batas waktu kerja yang ditetapkan pada peraturan tersebut adalah sebanyak 7 jam dalam sehari untuk 6 hari kerja dan 8 jam dalam sehari untuk 5 hari kerja, dengan demikian batas waktu kerja dalam seminggu adalah 40 jam (Liem et al., 2021). Terkait dengan jam kerja, para pekerja kreatif juga terkadang tidak menerima upah yang layak. Pada survei SINDIKASI yang sama, sebanyak 51.6% pekerja yang melakukan lembur, mengaku tidak

mendapatkan upah lembur atau cuti pengganti (Liem et al., 2021).

Menurut ketua SINDIKASI, Ellena Ekarahendy, pekerja media dan kreatif sering mengalami masalah kesehatan mental seperti stres dan depresi yang disebabkan oleh kondisi kerja, relasi dalam pekerjaan, budaya kerja atau manajemen perusahaan (Ariyanti, 2018). Pada survei yang sama oleh SINDIKASI (Liem et al., 2021), sebanyak 51.1% pekerja mengakui bahwa selama bekerja, mereka mengalami gangguan dalam kesehatan mental mereka dan membutuhkan bantuan. Ulster University juga melakukan survei untuk mendapatkan data terkait kesehatan mental dan kesejahteraan (*well-being*) pekerja kreatif di Irlandia dan menemukan bahwa dari 574 partisipan, 36% memiliki masalah kecemasan, 32% mengalami depresi dan 60% pernah memiliki pikiran bunuh diri (Shorter et al., 2018). Kondisi kesehatan mental yang kurang baik akibat stres dapat membawa dampak negatif terhadap performa pekerja dan memperlambat organisasi untuk mencapai tujuannya. Patti van Eys, Ph.D. (2021), seorang psikolog klinis, menjelaskan bahwa stres kerja dapat menghasilkan performa kerja yang kurang baik, mengurangi keterlibatan kerja serta meningkatkan angka pengunduran diri dari tempat bekerja karena kelelahan bekerja.

Kondisi kerja yang diuraikan di atas, tidak hanya dialami oleh pekerja kreatif, namun berdampak juga pada pekerja non kreatif. Secara umum *creative agency* menerapkan struktur kerja yang membutuhkan kerja sama tim, baik pekerja kreatif maupun non kreatif. Jika pekerja kreatif menghadapi tuntutan kerja yang tinggi, seperti permintaan klien yang mendadak, tenggat waktu yang ketat, maupun permintaan yang melebihi kapasitas, maka pekerja non kreatif sebagai

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

support system juga akan menerima beban kerja yang bertambah untuk mendukung para pekerja kreatif. Selain beban kerja yang bertambah, pekerja non kreatif juga tidak jarang menerima permintaan tugas yang mendadak dan harus menambah jam kerja (lembur). Dengan demikian, semua pekerja di dalam *creative agency* merasakan dampak yang serupa dari tuntutan pekerjaan yang berlebihan (Nicholson, 2023).

Melihat fenomena pekerja agensi yang mengalami beberapa masalah terkait kesehatan mental dalam menjalankan pekerjaannya, *psychological well-being* dapat menjadi pengukuran untuk mendapatkan gambaran mengenai kesehatan mental para pekerja *creative agency*. Menurut Ryff (1989), *psychological well-being* menunjukkan sejauh mana seseorang memiliki keinginan untuk mengembangkan potensinya secara maksimal untuk mencapai fungsi psikologis yang optimal. Terdapat enam dimensi yang mengukur *psychological well-being*, yaitu, 1) sejauh mana seseorang merasa bahwa hidupnya memiliki arti dan tujuan tertentu (*purpose in life*); 2) sejauh mana seseorang hidup sesuai dengan keyakinan yang dimilikinya (*autonomy*); 3) sejauh mana seseorang menggunakan keterampilan dan potensinya (*personal growth*); 4) bagaimana seseorang mengelola situasi hidupnya (*environmental mastery*); 5) kualitas hubungan yang dimiliki seseorang dengan sesamanya (*positive relationship*) dan 6) pengetahuan dan penerimaan diri seseorang terhadap kelebihan dan kekurangannya (*self-acceptance*) (Ryff, 1989; Ryff, 2014).

Psychological well-being merupakan jenis *eudaimonic well-being* yang secara filosofis fokus pada adanya makna hidup, realisasi diri dan

pertumbuhan pribadi (Niemić, 2014). Dalam perkembangannya, *psychological well-being* menjelaskan sejauh mana seseorang dapat berfungsi sepenuhnya dalam hidup serta sejauh mana seseorang berupaya untuk melakukan pertumbuhan dan perkembangan diri (Waterman, 1993, dalam Johal & Pooja, 2016; Keyes et al., 2002 dalam Johal & Pooja, 2016). *Creative agency*, sebagai salah satu kontributor dalam ekonomi kreatif, bergantung pada sumber daya manusianya sebagai faktor utama dalam pemenuhan fungsi dan pekerjaannya serta mempertahankan dan meningkatkan pendapatan. *Creative agency* membutuhkan ide, kreativitas, pengetahuan dan kemampuan intelektual yang dimiliki oleh setiap individu (Shaid, 2020). Dengan kata lain, keberlangsungan dan pertumbuhan *creative agency* bergantung juga pada pertumbuhan setiap individu yang ada di dalamnya sehingga dalam hal ini *psychological well-being* pekerja dapat berperan dalam mencapai tujuan *creative agency*.

Sejumlah penelitian menjelaskan bahwa stres yang disebabkan oleh kerja memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan *psychological well-being* seseorang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat stres kerja seseorang, semakin rendah *psychological well-being* yang dimiliki (Suleman et al., 2018; Srivastav, 2021). Faktor-faktor resiko terhadap stres kerja dapat dijelaskan menggunakan berbagai teori namun peneliti memilih untuk menggunakan *Job Demands-Resources model* yang dirumuskan oleh Bakker dan Demerouti (2007).

Job Demands-Resources model (JD-R model) menggabungkan beberapa teori dan model lain yang menjelaskan stres kerja. Model-model lainnya cenderung memiliki karakteristik pekerjaan tertentu

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

dan memiliki kerangka tetap untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang mengalami stres kerja. Namun, dengan menggabungkan teori-teori tersebut, *Job Demands-Resources model* dapat diimplementasikan secara lebih luas dan dapat digunakan dalam jenis pekerjaan yang beragam dengan karakteristik-karakteristik pekerjaan yang juga berbeda-beda (Bakker & Demerouti, 2007).

Job demands adalah aspek pekerjaan yang membutuhkan usaha fisik dan psikologis, baik secara kognitif atau emosional, yang berkelanjutan. Contohnya adalah tekanan pekerjaan yang tinggi, interaksi dengan klien yang membutuhkan usaha secara emosional, serta penyesuaian terhadap lingkungan kerja (Bakker & Demerouti, 2007). Di sisi lain, *job resources* adalah aspek fisik, psikologis, sosial atau organisasional dari pekerjaan yang berfungsi untuk mencapai tujuan dalam pekerjaan, mengurangi *job demands* dari segi usaha fisiologis dan psikologis, serta menstimulasi pertumbuhan, pembelajaran dan perkembangan pribadi. Contoh dari *job resources* adalah upah kerja, hubungan dengan kolega, kesempatan berpartisipasi dalam pembuatan keputusan, lingkungan kerja, umpan balik performa kerja, dan lain-lain. (Bakker & Demerouti, 2007).

Job demands dan *job resources* ditinjau secara terpisah tetapi pada implikasinya dalam *JD-R model*, keduanya memiliki keterkaitan yang dekat. *JD-R model* didasari oleh dua proses. Proses pertama adalah *health impairment process*, yang disebabkan oleh tingkat *job demands* yang kronis. Tuntutan pekerjaan seperti beban kerja yang berlebihan atau konflik interpersonal membutuhkan upaya yang banyak. Banyaknya upaya fisik atau

psikologis yang dikeluarkan individu kemudian dapat menyebabkan kelelahan dan gangguan kesehatan (Bakker & Demerouti, 2007; Bakker & Demerouti, 2011).

Proses kedua adalah *motivational process*, yang terjadi ketika *job resources* memiliki potensi untuk mendorong motivasi yang mengarahkan individu untuk memiliki keterlibatan kerja yang tinggi, sinisme yang rendah dan performa kerja yang baik. Motivasi yang diberikan dapat berupa motivasi intrinsik karena *job resources* mendorong pertumbuhan, pembelajaran dan perkembangan pribadi, atau dapat berupa motivasi ekstrinsik karena *job resources* dapat menjadi alat yang membantu individu mencapai tujuan dalam pekerjaan termasuk dalam memenuhi *job demands* (Bakker & Demerouti, 2007; Bakker & Demerouti, 2011).

Dalam keterkaitannya dengan *psychological well-being*, *job demands* memiliki potensi untuk menyebabkan gangguan terhadap kesehatan mental pekerja termasuk *psychological well-being* individu. Di sisi lain, *job resources* memiliki potensi untuk memberikan motivasi intrinsik terhadap pertumbuhan dan perkembangan pribadi untuk mengembangkan potensinya dalam mencapai keberfungsian yang optimal berdasarkan kondisi *psychological well-being* yang dimilikinya. Beberapa penelitian menemukan keterkaitan antara *job demands-resources* dengan *well-being* pekerja. Penelitian oleh Dominica dan Wijono (2019) terhadap karyawan generasi Z di Jakarta, menemukan korelasi yang negatif antara *job demands* dan *workplace well-being*. Penelitian dari Deng et al., (2021) terhadap pekerja nirlaba di Cina menunjukkan adanya korelasi antara *job*

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

resources dengan *employee well-being* tetapi tidak ditemukan korelasi yang signifikan antara *job demands* dan *employee well-being*. Namun, penelitian lain oleh Wulan dan Putri (2016) terhadap guru Sekolah Luar Biasa menunjukkan bahwa *job demands* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *workplace well-being*.

Beberapa penelitian sebelumnya memang telah menguji hubungan antara *job demands* dan *job resources* dengan *well-being* karyawan (Dominica dan Wijono, 2019; Deng et al, 2021; Wulan dan Putri, 2016), namun belum ada yang secara khusus meneliti pada pekerja *creative agency*. Penelitian-penelitian tersebut juga menunjukkan adanya perbedaan hasil korelasi pada jenis pekerjaan yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana peran *job demands* dan *job resources* terhadap *psychological well-being* pekerja *creative agency*.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat survei dengan menggunakan metode kuantitatif non-eksperimental untuk mengetahui peran atau kontribusi *job demands* dan *job resources* terhadap *psychological well-being*, khususnya pada pekerja *creative agency*.

Partisipan

Populasi penelitian ini adalah pekerja *creative agency* di Jakarta, baik yang ada di bagian kreatif maupun non kreatif. Melalui teknik *convenience sampling* diperoleh 106 orang sampel penelitian yang merupakan pekerja di *creative agency* dengan masa kerja minimal 3 bulan.

Instrumen Penelitian

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *job demands* dan *job resources* adalah versi Bahasa Inggris dari *Questionnaire sur les Ressources et Contraintes Professionnelles* oleh L'équerre et al. (2013) yang telah melalui proses penerjemahan ke dalam Bahasa Indonesia. Alat ukur ini keseluruhannya ada 56 item yang terdiri dari 28 item untuk *job demands* dan 28 item untuk *job resources*. *Job demands* terdiri dari 7 dimensi yaitu :1) *pace and amount of work* ; 2) *mental load* ; 3) *emotional load* ; 4) *physical efforts*; 5) *changes in tasks* ; 6) *ambiguities about work* ; 7) *uncertainty about the future*. Dimensi dari *job resources* juga ada 7 yaitu : 1) *information* ; 2) *communication*; 3) *participation* ; 4) *relationship with colleagues*; 5) *relationship with superior* ; 6) *remuneration* ; 7) *independence*. Setiap item merupakan sebuah pertanyaan dan memiliki pilihan jawaban dalam bentuk skala Likert dari angka 1 (tidak pernah) hingga angka 7 (selalu). Berdasarkan analisis item menggunakan *corrected item-total correlation*, seluruh item alat ukur memiliki nilai *r* di atas 0.20, lebih besar dari *critical value* Spearman's rho untuk $df = 104$ yaitu 0.197 (Gravetter & Wallnau, 2017). Dengan demikian seluruh item alat ukur dinyatakan valid. Uji reliabilitas alat ukur dengan *Cronbach's Alpha* menghasilkan koefesien korelasi sebesar 0,876 untuk domain *job demands* dan 0,964 untuk domain *job resources*. Dengan demikian alat ukur ini dinyatakan reliabel karena memiliki koefesien korelasi di atas 0,70 (Barbera et al, 2021).

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *psychological well-being* adalah *Psychological Well-Being Scale* (PWBS) oleh Ryff & Keyes (1995) yang

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

telah diterjemahkan dari Bahasa Inggris ke dalam Bahasa Indonesia yang memiliki 42 item (Ryff & Keyes, 1995, dalam SPARQ Tools, 2023). Setiap item merupakan sebuah pernyataan dan memiliki pilihan jawaban dalam bentuk skala Likert dengan pilihan jawaban, 1 (Sangat Setuju); 2 (Setuju); 3 (Sedikit Setuju); 4 (Netral); 5 (Sedikit Tidak Setuju); 6 (Bidak Setuju); dan 7 (Sangat Tidak Setuju). Hasil uji validitas item terhadap PWBS menunjukkan rentang nilai r antara 0.550 - 0,827 sehingga dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0.949 dan dinyatakan reliabel.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah *multiple regression* (regresi linear berganda). *Regression* secara umum digunakan untuk memprediksi atau mencari tahu hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih (Gravetter & Wallnau, 2017; Arkes, 2019). Untuk penelitian ini, peneliti akan menggunakan *multiple regression* karena akan melibatkan lebih dari satu variabel prediktor (Gravetter & Wallnau, 2017). Pada penelitian ini, variabel prediktornya adalah *job demands* dan *job resources* sedangkan variabel yang diprediksi adalah *psychological well-being*. Rumus persamaan *multiple regression* adalah sebagai berikut (Gravetter & Wallnau, 2017):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = *psychological well-being*

X_1 = *job demands*

b_1 = koefisien regresi *job demands*

b_2 = koefisien regresi *job resources*

X_2 = *job resources*

a = *intercept* (konstanta)

Peneliti menggunakan *software* Jeffrey's Amazing Statistic Program (JASP) untuk pengolahan data penelitian.

HASIL

Jumlah partisipan penelitian ini adalah 106 pekerja *creative agency* di Jakarta dengan masa kerja minimal 3 bulan. Berdasarkan jenis kelamin, partisipan didominasi oleh perempuan yang berjumlah 68 orang (64.2%). Rentang usia partisipan paling banyak antara 23 - 28 tahun (63.2%), sebagian besar belum menikah (87.7%) dan jenjang pendidikan akhir terbanyak adalah S1 (80.2%). Jika dibagi berdasarkan bidang pekerjaan, maka terdapat 48.1% (51 orang) pekerja kreatif dan 51.9% (55 orang) pekerja non kreatif.

Tabel 1

Hasil Analisa Deskriptif Variabel Penelitian

	Variabel	<i>M</i>	<i>SD</i>
Pekerja Non-Kreatif	<i>Job Demands</i>	115.8	18.5
	<i>Job Resources</i>	134.1	29.8
	<i>Psychological Well-Being</i>	198.4	35.6
Pekerja Kreatif	<i>Job Demands</i>	120.8	21.4
	<i>Job Resources</i>	131.5	36.2
	<i>Psychological Well-Being</i>	185.5	35.9

Untuk melakukan interpretasi atau pengelompokan skor, dibutuhkan mean dan *standard deviation* teoritik untuk membandingkan skor data dengan skor

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

ideal dari alat ukur, peneliti menggunakan rumus oleh Illowsky & Dean (2018). Dari hasil perhitungan didapatkan mean teoritik untuk *job demands* dan *job resources* masing-masing adalah 101.5 dan mean teoritik *psychological well-being* adalah 168. Berdasarkan data pada Tabel 1, maka dapat disimpulkan bahwa skor *job demands*, *job resources* dan *psychological well-being* pekerja *creative agency* tergolong di atas rata-rata.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis diawali dengan uji asumsi sebagai syarat untuk melakukan *multiple regression*. Uji asumsi yang dilakukan adalah uji *outlier*, uji normalitas, uji linearitas, uji *homoscedasticity*, uji *multicolinearity* dan uji *autocorrelation* (Schreiber-Gregory & Bader, 2018). Hasil uji asumsi dengan menggunakan JASP menunjukkan bahwa : tidak ditemukan outlier pada distribusi data; semua alat ukur berdistribusi normal; hubungan antara variabel yang diprediksi dan variabel prediktor bersifat linear; hasil uji *homoscedasticity* menunjukkan adanya persebaran dan keberagaman yang seimbang di antara garis regresi; hasil uji *multicolinearity* menunjukkan nilai VIF sebesar 1.444 dan *tolerance* sebesar 0.692 sehingga dinyatakan tidak terjadi *multicolinearity*; hasil uji *autocorrelation* yang didapatkan berdasarkan perhitungans statistik Durbin-Watson adalah nilai 1.675 untuk *job demands* dan 2.115 untuk *job resources* menunjukkan tidak terjadi *autocorrelation*. Dengan demikian, seluruh uji asumsi terpenuhi sehingga dapat melakukan analisis *multiple regression*.

Analisis Multiple Regression

Tabel 2

Hasil Perhitungan *R-Squares*

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RM SE
H1	0.712	0,507	0,497	26,309

Nilai *Adjusted R²* menunjukkan seberapa besar proporsi variabilitas yang dapat diprediksi oleh variabel-variabel prediktor (Field, 2009; Gravetter & Wallnau, 2017). Tabel 2 menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,497, artinya *job demands* dan *job resources* secara bersama-sama dapat memprediksi sebesar 49.7% dari variabel *psychological well-being*, sementara sisanya diprediksi oleh variabel lain.

Tabel 3

Hasil Uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p	
H0	Regression	732	2	366	52.8	< .001
	Residual	28.619	103	14.310	97	
H1	Residual	712	103	692.187		
	Total	144523.896	105			

Tabel 3 menunjukkan hasil uji signifikansi kontribusi *job demands* dan *job resources* terhadap *psychological well-being*, dilakukan melalui uji ANOVA (*analysis of variance*) yang menghasilkan nilai akhir *F-ratio*. Hasil uji ANOVA dalam penelitian ini menunjukkan nilai F hitung sebesar 52.897, nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai *critical value* yang diambil dari tabel *F*. Untuk

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

menentukan *critical value*, dibutuhkan *alpha level*, *df numerator* dan *df denominator*. *Df numerator* diperoleh dari $(k - 1)$, k merupakan jumlah variabel prediktor sehingga diperoleh nilai $df_{numerator} = 1$. Kemudian, *df denominator* diperoleh dengan $(n - k)$, sehingga diperoleh nilai $df_{denominator} = 104$ (Gravetter & Wallnau, 2017).

Dengan *df* (1,122) dan *alpha level* 0.05, *critical value* tabel *F* yang diperoleh adalah 3.94 (Gravetter & Wallnau, 2017). Dengan demikian uji regresi dinyatakan signifikan karena nilai *F* hitung lebih besar dari nilai tabel *F*. Selain itu, didapatkan nilai $p < .001$ yang juga menunjukkan bahwa uji regresi signifikan karena nilai p lebih kecil dari *alpha level* 0.05 (Gravetter & Wallnau, 2017). Dapat disimpulkan bahwa, *job demands* dan *job resources* memiliki kontribusi yang signifikan terhadap *psychological well-being* dengan $F(1,104) = 52.897, p < .05$.

Tabel 4

Hasil Analisis Multiple Regression

M od el	Unstan dardiz ed	Sta nda rd Err or	Stand ardiz ed	<i>t</i>	<i>p</i>
H0	(Inte rcep t)	190.42 5	3.60 3	52. 84	< . 00
H1	(Inte rcep t)	194.75 3	27.3 68	7.1 16	< . 00
	Job Dem ands	-0.621 4	0.15 4	-.334 -4.0	< . 00
	Job Res ourc e	0.532 4	0.09 4	.470 5.6	< . 00

Berdasarkan hasil analisis *multiple regression* pada Tabel 4, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 194.753 + (-0.334) X1 + 0.470X2$$

$$Y = \text{psychological well-being}$$

$$\text{Konstanta (intercept)} = 194.753$$

$$\text{Koefisien regresi job demands} = -0.334$$

$$\text{Koefisien regresi job resources} = 0.470$$

Konstanta = 194,753 menunjukkan peningkatan nilai *psychological well-being* tanpa adanya kontribusi dari *job demands* dan *job resources* ($X1$ dan $X2 = 0$). Koefisien regresi $X1$ (*job demands*) = -0,334 artinya bila *job resources* ($X2$) nilainya tetap dan *job demands* ($X1$) ditingkatkan sebesar 1, maka *psychological well-being* (Y) akan menurun sebesar 0,334. Hal ini dikarenakan *job demands* memiliki hubungan negatif (memberikan kontribusi yang negatif) terhadap *psychological well-being*. Koefisien regresi *job resources* ($X2$) = 0.470, artinya bila *job demands* ($X1$), nilainya tetap dan *job resources* ($X2$) ditingkatkan sebesar 1, maka *psychological well-being* akan meningkat sebesar 0,470.

DISKUSI

Dari hasil penelitian ini yang dilakukan terhadap 106 pekerja *creative agency* di Jakarta, didapatkan bahwa *job demands* dan *job resources* secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan terhadap *psychological well-being*. Artinya, tingkat *job demands* dan *job resources* memiliki peran yang berarti terhadap tinggi rendahnya *psychological well-being* pekerja *creative agency*. Hasil analisa secara terpisah, menunjukkan bahwa *job demands* memiliki kontribusi yang negatif pada *psychological well-being* sedangkan *job resources* memiliki kontribusi yang positif.

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

Job demands memberikan kontribusi yang negatif terhadap *psychological well-being*, artinya, jika *job demands* semakin meningkat tanpa disertai peningkatan *job resources*, maka *psychological well-being* akan menurun. Hal ini dikarenakan beban kerja yang berlebih membutuhkan usaha yang berlebih pula, baik secara fisik maupun psikologis. Ditemukannya kontribusi yang negatif dari *job demands* terhadap *psychological well-being* pada pekerja *creative agency* sejalan dengan penelitian Tesi et al (2019) yang dilakukan terhadap pekerja sosial di Italia. Hal ini membuktikan bahwa tuntutan pekerjaan yang dihadapi pekerja pada kedua jenis pekerjaan tersebut dapat memberikan dampak negatif pada kesejahteraan psikologisnya. Kedua jenis pekerjaan tersebut memiliki tuntutan yang serupa dalam hal jam kerja yang tidak menentu dan terkadang terdapat ketidakseimbangan antara tuntutan kerja dan imbalan yang diterima.

Berbeda dengan hasil penelitian ini, penelitian Lee (2019) dan Deng et al. (2021) tidak menemukan adanya kontribusi yang signifikan dari *job demands* terhadap kesejahteraan psikologis pekerja. Peneliti berasumsi perbedaan hasil ini terjadi dikarenakan sifat dan jenis pekerjaan yang berbeda dengan pekerja *creative agency*.

Di sisi lain, ditemukannya kontribusi positif dari *job resources* terhadap *psychological well-being* membuktikan bahwa jika *job resources* meningkat maka *psychological well-being* pekerja akan meningkat pula. Hal ini dikarenakan *job resources* dapat menjadi pendorong atau motivasi bagi individu untuk mengembangkan diri dan berfungsi secara optimal. Ditemukannya kontribusi positif *job resources* terhadap *psychological well-being* pada penelitian

ini sejalan dengan penelitian Lee (2019) pada berbagai jenis pekerja di Amerika Serikat dan Deng et al. (2021) yang melakukan penelitian terhadap pekerja nirlaba di Cina. Hal ini membuktikan bahwa *job resources* yang memadai dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis pekerja meskipun jenis pekerjaannya berbeda. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa *job resources* memiliki peran yang penting terhadap kesehatan mental para pekerja, apapun jenis pekerjaannya. Dengan kata lain, meskipun tuntutan pekerjaan dirasakan berat, jika pekerja difasilitasi dengan sumber daya yang memadai, maka kesehatan mental pekerja dapat tetap terjaga.

Ditemukan juga bahwa tingkat *job demands* yang dimiliki oleh pekerja *creative agency*, baik pekerja kreatif maupun non-kreatif, berada di atas rata-rata. Hal ini membuktikan kembali bahwa pekerjaan *creative agency* memang memiliki tuntutan pekerjaan yang tinggi. Walaupun demikian, tingkat *psychological well-being* pekerja kreatif and non-kreatif pada penelitian ini memiliki tingkat di atas rata-rata. Hal ini dapat dijelaskan melalui peran dari *job resources* yang dimiliki oleh pekerja *creative agency*. Menurut Bakker & Demerouti (2007), *job demands* yang tinggi memang dapat membuat kesehatan mental pekerja semakin buruk. Namun, dengan *job resources* yang memadai, hal tersebut dapat dihindari (Bakker & Demerouti, 2007). Dalam penelitian ini, ditemukan juga bahwa tingkat *job resources* yang dimiliki pekerja kreatif dan non-kreatif berada di atas rata-rata sehingga kemungkinan para pekerja *creative agency* sudah memiliki *job resources* yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan mereka untuk memenuhi tingkat *job demands* yang dimiliki. Berdasarkan

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

Bakker & Demerouti (2007), *job resources* diklasifikasikan dalam empat level yang dapat diperoleh dari alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengukuran, ditemukan bahwa pekerja *creative agency* mendapatkan *job resources* pada level cukup. *Job resources* yang diperoleh, antara lain, umpan balik terhadap pekerjaan yang dilakukan, komunikasi yang jelas terkait permasalahan atau isu penting di dalam perusahaan, diberikan kesempatan untuk terlibat dalam pembuatan keputusan dalam pekerjaan, memiliki relasi yang baik dengan rekan kerja dan juga atasan, menerima upah yang cukup serta diberikan otonomi untuk menentukan bagaimana sebuah pekerjaan akan diselesaikan. Hasilnya, pekerja *creative agency* memiliki *psychological well-being* yang tetap terjaga.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti menyarankan pada pengelola perusahaan dan pemberi kerja, jika tuntutan kerja semakin meningkat sebaiknya disertai dengan peningkatan pada sumber daya yang dibutuhkan, antara lain komunikasi yang terbuka dan efektif, relasi kerja yang suportif, pemberdayaan karyawan, serta imbal jasa yang seimbang dengan beban kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhodary DA. Exploring the relationship between organizational culture and well-being of educational institutions in jordan. *Administrative Sciences*. 2023; 13(3):92. <https://doi.org/10.3390/admsci13030092>
- Aprilianingsih, A., & Frianto, A. (2022). Pengaruh job demands dan job resources terhadap work engagement pada tenaga kependidikan di perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 173-184. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p173-184>
- Ariyanti, H. (2018). *Pekerja media dan industri kreatif rawan terkena depresi*. Merdeka. <https://www.merdeka.com/peristiwa/pekerja-media-dan-industri-kreatif-rawan-terkena-depresi.html>
- Arkes, J. (2019). *Regression analysis: A practical introduction*. Routledge.
- Arviana, G. A. (2021). *Berbagai plus dan minus bekerja di agency yang bisa kamu pertimbangkan*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/plus-minus-kerja-di-agency/>
- Astisya, I. R., & Hadi, C. (2021). Pengaruh job demands dan job resources terhadap work engagement guru. *Jurnal Insight psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, 17(1), 207-223. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/INSIGHT/article/view/ASH/3422>
- Ayres, A. (2022). *Theories of adult development: Similarities and differences*. <https://study.com/academy/lesson/theories-of-adult-development-levinson-vaillant-neugarten.html>
- Babbie, E. (2014). *The basics of social research* (6th ed.). Cengage Learning.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: state of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328. <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2011). The job demands-resources model: Challenges for future research. *Journal of Industrial Psychology*, 37(2), 1-9. <https://sajip.co.za/index.php/sajip/article/view/974>

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

- Barbera, J., Naibert, N., Komperda, R., & Pentecost, T. C. (2021). Clarity on Cronbach's alpha use. *Journal of Chemical Education*, 98(2), 257-258. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00183>
- Bartlett, J. E., II., Kotrlik, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50. <https://www.opalco.com/wp-content/uploads/2014/10/Reading-Sample-Size1.pdf>
- Bhandari, A. (2023). *Multicollinearity: Causes, effects and detection using VIF*. Analytics Vidya. <https://www.analyticsvidhya.com/blog/2020/03/what-is-multicollinearity/>
- Blue Cross. (2017). *Workplace culture impacts health and life: A research report for large employers*. https://www.bluecrossmn.com/sites/default/files/DAM/2020-09/P11GA_17572367-Workplace-culture-research-report.pdf
- Bradley, S. (2021). *Overworked marketers and agency staff say employers not doing enough on mental health*. The Drum. <https://www.thedrum.com/news/2021/05/04/overworked-marketers-and-agency-staff-say-employers-not-doing-enough-mental-health>
- Brown, T. A. (2006). Confirmatory factor analysis for applied research. In D. A. Kenny (Ed.), *Methodology in the social sciences*. The Guilford Press.
- Chasnky, R. (2023). *7 common challenges independent advertising agencies face*. Audience X Insights. <https://audiencex.com/insights/7-common-challenges-independent-advertising-agencies-face/>
- Clear, J. (2014). *How long does it actually take to form a new habit? (Backed by science)*. HuffPost. https://www.huffpost.com/entry/for-ming-new-habits_b_5104807?guccounter=1
- Corder, G. W., & Foreman D. I. (2009). *Nonparametric statistics for non-statisticians*. John Wiley and Sons, Inc.
- Crain, G. (2022). *How the pandemic has changed advertising in 2022*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/02/24/why-agencies-are-more-relevant-and-irrelevant-than-ever-before/?sh=1a9aa76f5fd7>
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Crocker, L., Algina, J. (2008). *Introduction to classical and modern test theory*. Cengage Learning.
- Deng, G., Huang, C., Cheung, S. P., & Zhu, S. (2021). Job demands and resources and employee well-being in the Chinese nonprofit sector. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 780718. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.780718/full>
- Dhani, A. (2017). *Ancaman kematian pekerja kreatif*. Tirto. <https://tirto.id/ancaman-kematian-pekerja-kreatif-cjJp>
- Dixon, S. (2023). *Number of global social network users 2017-2027*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/#:~:text=In%202021%2C%20over%204.26%20billion,almost%20six%20billion%20in%202027>
- Dominica, V. S., & Wijono, S. (2019). Hubungan antara job demand dengan workplace well being pada karyawan generasi Z di Jakarta. *Psikologia (Jurnal Psikologi)*, 4(2), 1-9.

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

- <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/25897>
- Dowdy, S., Weardon, S., & Chilko, D. (2004). *Statistics for research* (3rd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Durante, J. (2021). *Three reasons you should be advertising on social media in 2021*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/03/12/three-reasons-you-should-be-advertising-on-social-media-in-2021/?sh=4d837a5b3f52>
- European Agency for Safety and Health at Work. (2017). *Job demands*. European Union. <https://oshwiki.osha.europa.eu/en/themes/job-demands>
- Farkash, O. (2023). *7 advertising agencies roles you won't wanna miss on your team*. <https://www.mayple.com/blog/advertising-agency-roles>
- French, K. (2023). *What's a creative agency? How they help & how to find one*. Column Five. <https://www.columnfivemedia.com/what-is-a-creative-agency/>
- Fullstop Indonesia. (2020). *The importance of supporting mental health for creative agency team*. <https://www.fullstopindonesia.com/blog/item/192/The-Importance-of-Supporting-Mental-Health-for-Creative-Agency-Team>
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2017). *Statistics for the behavioral sciences* (10th ed.). Cengage Learning.
- Hakim, L. (2022). *Suka duka bekerja di creative agency yang selayaknya lo ketahui*. Froyonion. <https://www.froyonion.com/news/kreatif/suka-duka-bekerja-di-creative-agency-yang-selayaknya-lo-ketahui>
- Hamel, R. S., Rompas, R. M., & Doda, V. D. (2018). Hubungan antara beban, masa kerja dan shift kerja dengan gangguan pola tidur pada perawat di ruangan rawat inap rumah sakit umum GMIM Pancaran Kasih Manado. *Jurnal Keperawatan*, 6(2), 1-10. <https://doi.org/10.35790/jkp.v6i2.24982>
- Himpunan Psikologi Indonesia [HIMPSI]. (2010). *Kode etik psikologi Indonesia*. Pengurus Pusat Himpunan Psikologi Indonesia.
- Ibrahim, S. B. M. (2021). The influence of job demand – resources on work engagement among Malaysian northern region public universities academics. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 1-13. <https://jameb.stimlasharanjaya.ac.id/JAMEB/article/view/127/106>
- Illowsky, B., & Dean S. (2018). *Introductory statistics*. OpenStax Rice University
- Johal, S. K., & Pooja, M. (2016). Relationship between mental health and psychological well being of prospective female teachers. *Journal of Research & Method in Education*, 6(1), 1-6. <http://www.iosrjournals.org/iosr-jrme/papers/Vol-6%20Issue-1/Version-2/A06120106.pdf>
- Keizer, A. (2022). *What is a creative agency & what services do they provide*. Wrapbook. <https://www.wrapbook.com/blog/what-is-a-creative-agency>
- Kowalewicz, R. (2022). *How social media impacts consumer buying*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/04/28/how-social-media-impacts-consumer-buying/?sh=7f0e24d2337d>
- Krosel, A., Helbert, A, Eads, A., Sherman, C., Birt, J., Murray, J.K., Alpeche, J., Herrity, J., & Garcia, R. (2002). *How to use the job demands resource model in an organization*. Indeed. <https://ca.indeed.com/career->

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

- advice/career-development/job-demand-resource-model
- Kurnia, C., & Widigno, A. M. N. (2021). Effect of work-life balance, job demand, job insecurity on employee performance at PT Jaya Lautan Global with employee well-being as a mediation variable. *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 147-152.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.948>
- Lee, Y. S. (2019). JD-R model on psychological well-being and the moderation effect of job discrimination in the model: Findings from the MIDUS. *European Journal of Training and Development*, 43(3/4), 232-249.
<https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2018-0059>
- L'équeurre, J., Gillet, N., Ragot, C., & Fouquereau, E. (2013). Validation of a French questionnaire to measure job demands and resources. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 26(4), 93-124.
<https://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychologie-sociale-2013-4-page-93.html>
- Liem, W., Prasetya, W., Maudy, C., Roshita, N., & Irooth, S. (2021). *Kerja layak: Survei tentang kondisi pekerja media dan industri kreatif di Indonesia*. Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif (SINDIKASI).
<https://sindikasi.org/riset-publikasi>
- Macmillan, R. (2023). *Gen Z at work: Embracing change and driving innovation*.
<https://flair.hr/en/blog/gen-z-at-work/>
- Magee, K. (2021). *Most people get sick before they realise their work pattern is harming them*. Campaign.
<https://www.campaignlive.co.uk/article/most-people-sick-realise-work-pattern-harming-them/1714888>
- Miller, L. A., & Lovler, R. L. (2020). *Foundations of psychological testing: A practical approach*. Sage Publications
- Monteiro, E., & Joseph, J. (2023). A review on the impact of workplace culture on employee mental health and well-being. *International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education (IJCSBE)*, 7(2), 291-317.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7999328>
- Moorman, C., & McCarthy, T. (2021). *CMOs: Adapt your social media strategy for a post-pandemic world*. Harvard Business Review.
<https://hbr.org/2021/01/cmos-adapt-your-social-media-strategy-for-a-post-pandemic-world>
- Nicholson, R. (2023). *Agency burnout: Why it happens and how to prevent it*. Resource Guru.
<https://resourceguruapp.com/blog/agency-burnout>
- Niemiec, C.P. (2014). Eudaimonic well-being. In Michalos, A.C. (Ed.). *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. Springer.
https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_929
- Nurhayati-Wolff, H. (2023). *Number of social network users Indonesia 2019-2028*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/247938/number-of-social-network-users-in-indonesia/>
- Parmelee, M. (2023). *Making waves: How Gen Zs and millennial are prioritizing—and driving—change in the workplace*.
<https://www2.deloitte.com/uk/en/insights/topics/talent/recruiting-gen-z-and-millennials.html>
- Persson, I. (2021). *It's agency life—but does it have to be?* Media Cause.
<https://mediacause.com/its-agency-life-but-does-it-have-to-be/#:~:text=In%20many%20marketing%20and%20advertising,want%>

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

- 20% whenever they want
% it
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Ryff, C. D. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.4.719>
- Ryff, C. D. (2014). Psychological well-being revisited: Advances in the science and practice of eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 83(1), 10-28. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24281296/>
- Sabran, R., & Karim, N. K. B. A. (2021). Factors pressuring worker's personal wellbeing at media workplace environment. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 281-289. https://www.researchgate.net/publication/352297969_Factors_Pressuring_Worker's_Personal_Wellbeing_At_Media_Workplace_Environment
- Samsung. (2023). *Gen Z is defining the future of work – on their own terms, reveals Morning Result and Samsung survey*. <https://news.samsung.com/us/gen-z-defining-future-work-own-terms-reveals-morning-consult-samsung-survey/#:~:text=Recognizing%20the%20significance%20of%20this,%20work%2C%20their%20perceptions%20of>
- de Santiago, E. (2023). *What is a creative agency? (Plus how to work for one)*. Indeed. <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-a-creative-agency>
- Sari, R. E. (2022). Workplace well-being reviewed from personal characteristics and job demands among lecturers. *Insight: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 24(1), 126-138. <https://ejournal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/psikologi/article/view/2326/1066>
- Schaufeli, W. B., & Taris, T. W. (2014). A critical review of the job demands-resources model: Implications for improving work and health. In G. F. Bauer & O. Hämmig (Eds.), *Bridging occupational, organizational and public health: A transdisciplinary approach*. Springer Science + Business Media.
- Schaufeli, W. B. (2017). Applying the job demands-resources model: A 'how to' guide to measuring and tackling work engagement and burnout. *Organizational Dynamics*, 46(2), 120-132. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2017.04.008>
- Schraiber-Gregory, D, & Bader, K. (2018). *Logistic and linear regression: Violation recognition and control* [Paper presentation]. SESUG 2018 Conference, St. Pete's Beach, Florida, United States of America.
- Statistik Sektorial Provinsi DKI Jakarta. 2019. *Gambaran umum tenaga kerja dan perusahaan ekonomi kreatif di provinsi DKI Jakarta*. <https://statistik.jakarta.go.id/gambaran-umum-tenaga-kerja-dan-perusahaan-ekonomi-kreatif-di-provinsi-dki-jakarta/>
- Shaid, N. J. (2022). *Ekonomi kreatif: Pengertian, ciri-ciri, manfaat dan contohnya*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2022/08/23/205927526/ekonomi-kreatif-pengertian-ciri-ciri-manfaat-dan-contohnya?page=all>
- Sharma, K. (2020). *As advertising lost another young life to work stress, are agencies still refusing to acknowledge that burn-out is a real*

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

- issue in the industry?* Business Insider.
<https://www.businessinsider.in/advertising/ad-agencies/article/as-advertising-lost-another-young-life-to-work-stress-are-agencies-still-refusing-to-acknowledge-that-burn-out-is-a-real-issue-in-the-industry/articleshow/78023377.cms>
- Shorter, G. W., O'Neill, S. M., & McElherron, L. (2018). *Changing arts and minds: A survey of health and wellbeing in the creative sector*. Inspire.
<https://pure.qub.ac.uk/en/publications/changing-arts-and-minds-a-survey-of-health-and-wellbeing-in-the-c-2>
- Smith, M. (2023). *The no.1 industry Gen Z wants to work in, according to new research—it's not tech*.
<https://www.cnbc.com/2023/11/14/the-no-1-industry-gen-z-wants-to-work-in-according-to-new-research.html>
- SPARQ Tools. (2023). *Psychological wellbeing scale*. Stanford University.
<https://sparqtools.org/mobility-measure/psychological-wellbeing-scale/>
- Srivastav, P. (2021). Work stress and psychological well-being among young employed adults. *International Journal of Innovative Research in Technology*, 8(4), 691-694.
https://ijirt.org/master/publishedpaper/IJIRT152720_PAPER.pdf
- Suleman, Q., Hussain, I., Shehzad, S., Syed, M. A., & Raja, S. A. (2018). Relationship between perceived occupational stress and psychological well-being among secondary school heads in khyber Pakhtunkhwa, Pakistan. *PLOS ONE*, 13(12), Article e0208143.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0208143>
- Sumeet. (2021). *Pros & cons of working in an agency: Explained by a senior designer*.
- UX Planet. <https://uxplanet.org/pros-cons-of-working-in-an-agency-explained-by-a-senior-designer-54adf440339b>
- Tesi, A., Aiello, A., & Giannetti, E. (2019). The work-related well-being of social workers: Framing job demands, psychological well-being, and work engagement. *Journal of Social Work*, 19(1), 121-141.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1468017318757397>
- van Eys, P. (2021). *HR's guide to the effect of job stress on employee performance*. Pathways.
<https://www.pathways.com/pathways-at-work/blog/job-stress-and-employee-performance#:~:text=Job%20stress%20makes%20employees%20more,turnover%2C%20disengagement%2C%20and%20absenteeism.>
- van der Weiden, A., Benjamins, J., Gillebaart, M., Ybema, J. K., & de Ridder, D. (2020). How to form good habits? A longitudinal field study on the role of self-control in habit formation. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 560. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00560>
- Wulan, D. K., & Putri, M. (2016). Job demands dan workplace well-being pada guru sekolah luar biasa negeri. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 5(1), 28-38.
<https://doi.org/10.21009/JPPP.051.05>
- Woodcock, A. (2016). *Working conditions in a creative advertising agency*. Medium.
<https://medium.com/@AdamWoodcock/working-conditions-in-a-creative-advertising-agency-89af2548a97d>
- World Health Organization [WHO]. (2022). *Mental health at work*.

KONTRIBUSI *JOB DEMANDS* DAN *JOB RESOURCES* TERHADAP *PSYCHOLOGICAL WELL-BEING* PEKERJA *CREATIVE AGENCY* DI JAKARTA

<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-at-work>