

## Infografis Sebagai Media Sosialisasi untuk Meminimalisir Kebosanan Di Tempat Kerja

Rahmawati Syam<sup>1\*</sup>, Syamsul Bakhri Gaffar<sup>2</sup> Novita Maulidya Jalal<sup>3</sup>, St Hadjar Nurul Istiqamah<sup>4</sup>, Dahlan<sup>5\*</sup> Muh Alif Ulill Absar<sup>6</sup>

<sup>12346</sup>Fakultas Psikologi ,Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Ilmu Administrasi, Administrasi Publik, IISIP YAPIS, Biak, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[rahmawatysyam@unm.ac.id](mailto:rahmawatysyam@unm.ac.id) , <sup>2\*</sup>[syamsul\\_bg@unm.ac.id](mailto:syamsul_bg@unm.ac.id)

(\* : [rahmawatysyam@unm.ac.id](mailto:rahmawatysyam@unm.ac.id) )

**Abstrak**– Kebosanan merupakan hal yang wajar terjadi pada individu dalam melakukan aktivitas sehari-harinya seperti belajar atau mengerjakan pekerjaan yang sulit atau monoton. Kebosanan dapat didefinisikan sebagai kondisi dimana individu memiliki motivasi yang rendah dan tugas yang dikerjakan tidak memberikan stimulasi yang diinginkan. Tujuan pemberian program ini adalah untuk memberikan informasi serta pengetahuan dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami terkait dengan *boredom*. Manfaat dari program ini adalah agar pembaca terutama karyawan kantor Telkom Witel makassar dapat memperoleh dan memahami dengan mudah informasi mengenai *boredom*, serta dapat menemukan solusi untuk mengurangi tingkat kebosanan yang dirasakan di tempat kerja. Sasaran program ini yaitu karyawan Telkom Witel Makassar dan pernah membaca infografis penulis setidaknya satu kali. Pengambilan data awal menggunakan metode observasi, wawancara, dan survei. Pengumpulan data terhadap program ini menggunakan evaluasi kepada 13 karyawan Telkom yang terlibat dalam program ini yang terdiri dari lima orang laki-laki dan delapan orang perempuan. Berdasarkan hasil evaluasi, diketahui bahwa seluruh partisipan pernah merasa bosan saat bekerja. pekerjaan yang *repetitive*, beban kerja yang berlebihan, dan kurangnya motivasi bekerja menjadi penyebab kebosanan yang dirasakan. Partisipan dapat menyadari penyebab dari rasa bosan dan juga mengetahui bagaimana cara agar dapat menghindari kebosanan saat bekerja. Seluruh partisipan program ini merasa bahwa informasi pada infografis sangat bermanfaat bagi mereka.

**Kata Kunci:** kebosanan; karyawan; infografis

**Abstract**– *Boredom is a natural thing that happens to individuals in carrying out daily activities such as studying or doing difficult or monotonous work. Boredom can be defined as a condition in which the individual has low motivation and the task does not provide the desired stimulation. This program aims to provide information and knowledge in a simple and easy form to understand related to boredom. The benefit of this program is that readers, especially employees of the Telkom Witel Makassar, could easily understand the related topic, and could find solutions to reduce the level of boredom at work. The target of this program are employees of Telkom Witel Makassar and have read the author's infographic at least once. Initial data collection using observation, interview, and survey methods. Data collection for this program uses an evaluation of 13 Telkom employees involved in this program consisting of five men and eight women. Based on the evaluation, all of participants had felt bored at work. Repetitive work, excessive workload, and lack of motivation to work are the causes of perceived boredom. Participants can realize the causes of boredom and also know how to avoid boredom at work. All participants in this program feel that the information in the infographic is very useful for them.*

**Keywords:** *boredom, employee, infographics*

### 1. PENDAHULUAN

Setiap individu pasti melakukan suatu aktivitas dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari aktivitas di rumah, sekolah, maupun di tempat kerja. Sebagian besar aktivitas tersebut umumnya melibatkan aspek fisik dan mental. Maka tidak jarang beberapa orang merasakan kebosanan terhadap aktivitas tersebut terlebih jika aktivitas yang dilakukan secara monoton atau berulang. Seorang karyawan misalnya, dengan tugas dan tanggungjawab yang sudah tertulis dalam deksripsi kerjanya, tentunya diwajibkan untuk menjalankan tugas tersebut, bahkan dalam pekerjaan tersebut karyawan tidak diperbolehkan melakukan improvisasi atau cara baru karena dapat mengganggu alur proses yang sudah berjalan selama ini. Kondisi tersebut dikenal dengan istilah psikologi yaitu *Boredom*. *Boredom* atau kebosanan merupakan kondisi dimana individu memiliki motivasi yang rendah dan tugas yang tidak menstimulasi (Reijseger dkk, 2012). Ahli lain menyebutkan bahwa *boredom* dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan aktivitas menarik yang tidak terpenuhi (Eastwood dkk, 2012). Lebih lanjut, Eastwood dkk. (2012) menjelaskan bahwa kebosanan

sebagai keadaan aversif atau keengganan yang terjadi saat individu tidak mampu melibatkan perhatian internal atau eksternal, berfokus pada fakta bahwa ia tidak mampu melibatkan perhatian dan partisipasi dalam kegiatan yang memuaskan, dan juga menyalahkan lingkungan atas keadaan enggan.

Goetz (2013) mengemukakan bahwa kebosanan dapat digolongkan dalam lima jenis berdasarkan tingkatan valens dan rangsangan, yaitu; *Indifferent Boredom*, jenis ini cenderung tenang, menarik diri, dan tidak peduli terhadap sekitar; *Calibrating Boredom*: jenis ini cenderung merasa tidak yakin, tetapi terbuka terhadap perubahan suasana atau distraksi maupun selingan; *Searching Boredom*, jenis ini cenderung membawa rasa kegelisahan dan mengejar perubahan suasana ataupun selingan secara aktif; *Reactant Boredom*, jenis ini juga memiliki motivasi yang tinggi untuk meninggalkan kondisi bosan; *Apathetic Boredom*, jenis kebosanan ini memiliki karakteristik afektif positif atau negatif yang minimal.

Chin, Markey, Bhargava, Kassam dan Loewenstein (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa manusia memang mudah merasa bosan. Manusia kerap kali bosan saat belajar, melakukan pekerjaan yang sulit, membosankan, dan juga monoton. Westgate (2019) mengemukakan bahwa kebosanan memiliki peranan yang penting dalam kehidupan manusia. Kebosanan dapat menandakan seberapa besar perhatian yang diberikan dan pemaknaan dibalik kegiatan yang dilakukan. *Boredom* dapat disebabkan oleh ketidaksesuaian karakteristik pekerjaan dengan individu, adanya pekerjaan yang repetitif, *feedback* yang rendah, pekerjaan yang kurang bermakna (Fisher, 1993). Hal ini ditemukan pada beberapa karyawan Telkom Witel Makassar melalui survei data awal yang mengeluhkan adanya pekerjaan yang repetitif, waktu luang yang cukup banyak pada suatu waktu, hingga tuntutan kerja yang tidak sebanding dengan hasil yang diinginkan.

Susanti (2018) mengemukakan bahwa *boredom* dapat menyebabkan adanya stres kerja. Max dan Jex (2015) menambahkan bahwa *boredom* atau kebosanan juga dapat berakibat pada penurunan performa kerja serta produktivitas kerja. Sehingga kebosanan atau kejenuhan kerja adalah hal yang harus diatasi untuk menghindari dampak yang dapat dirasakan oleh karyawan khususnya karyawan di PT Telkom Witel Makassar. Oleh karena itu, pengabdian tertarik untuk memberikan solusi terhadap persoalan yang terjadi pada perusahaan ini untuk meminimalisir dampak yang dapat terjadi. Dengan menggunakan media pembelajaran berupa infografis pengabdian berharap dapat memberikan pengetahuan serta saran yang dapat diterapkan kepada karyawan Telkom Witel Makassar dalam mengatasi persoalan kebosanan di tempat kerja.

Kurniasih (2017) mengemukakan bahwa infografis merupakan penggambaran gagasan, informasi, data, ataupun pengetahuan melalui grafis, jadwal, bagan, dan bentuk lainnya agar informasi tidak hanya diberikan dalam bentuk teks saja namun juga memiliki nilai visual tinggi yang dapat menarik pembaca. Mufti (2016) menemukan bahwa infografis merupakan media yang efektif digunakan untuk menyampaikan informasi di era digital saat ini. Media pembelajaran infografis dirasa cocok untuk karyawan Telkom Witel Makassar mengingat jam kerja yang ketat sehingga memberikan informasi yang mudah dipahami dan tidak memakan waktu yang banyak untuk menyerapnya lebih efektif untuk diterapkan. Hal ini menjadi keunggulan dari infografis karena memiliki daya tarik visual yang menarik, konsisten, efektif, dan juga efisien.

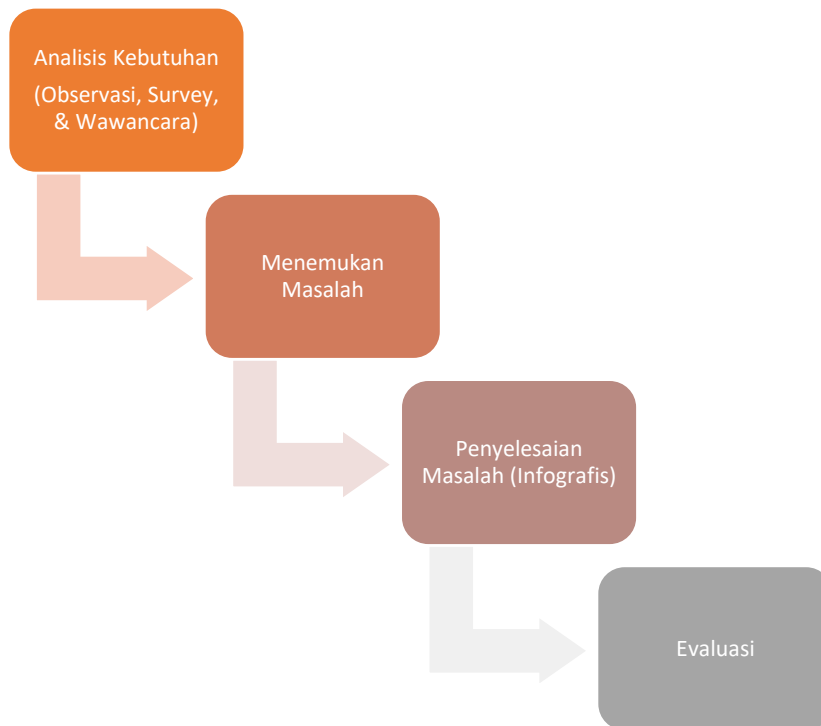
Tujuan diberikannya media pembelajaran infografis ini adalah untuk memberikan informasi serta pengetahuan dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami terkait dengan *boredom*. Manfaat dari program ini adalah agar pembaca terutama karyawan kantor Telkom Witel Makassar dapat memperoleh dan memahami dengan mudah informasi mengenai *boredom*, serta dapat menemukan solusi untuk mengurangi tingkat kebosanan yang dirasakan di tempat kerja.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **2.1 Metode Pelaksanaan**

Sasaran program ini adalah karyawan Telkom Witel Makassar berjenis kelamin laki-laki dan perempuan serta pernah membaca infografis penulis setidaknya sekali. Karyawan Telkom yang terlibat dalam program ini sebanyak 13 orang yang terdiri dari lima orang laki-laki dan delapan

orang perempuan. Analisis kebutuhan dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan survey. Hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa kebosanan merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh karyawan PT Telkom Witel Makassar saat ini. Selanjutnya, dari penemuan atau identifikasi masalah tersebut, pengabdian memikirkan cara yang dapat ditempuh dalam menyelesaikan atau meminimalisir persoalan tersebut. Pengabdian kemudian memilih media sederhana yakni infografis yang disajikan dalam bentuk *standing banner*. Metode ini dipilih dengan pertimbangan bahwa karyawan di perusahaan ini memiliki jam kerja yang cukup padat dan infografis memiliki daya tarik visual yang menarik, konsisten, efektif, dan juga efisien. Peran infografis adalah merepresentasikan data, naskah, grafik atau diagram mengenai informasi penting tertentu. Pengabdian kemudian menyusun rancangan infografis dengan terlebih dahulu menemukan referensi yang sesuai dengan kebutuhan karyawan. Setelah berdiskusi dengan sesama pengabdian dan menyepakati desain yang menarik, selanjutnya mencetak infografis dalam bentuk *standing banner*. Pengabdian kemudian meminta persetujuan dari pihak perusahaan untuk menempatkan media tersebut pada titik yang strategis yakni sering dilalui oleh karyawan. Terakhir, pengabdian membagikan survey terdiri dari lima aitem pertanyaan yakni dua pertanyaan tertutup dan tiga pertanyaan terbuka. Survey disebarakan melalui tautan *google form*. Pengumpulan data terhadap program ini menggunakan evaluasi berupa *post-test*. Evaluasi berupa kuesioner yang berisi enam aitem pertanyaan terbuka dan tertutup. Evaluasi dibagikan dalam bentuk tautan *google form* yang diberikan kepada sasaran program setelah membaca infografis yang diberikan oleh penulis. Berikut adalah alur pelaksanaan program;



Gambar 1. Alur Kegiatan



Gambar 2. Kegiatan analisis kebutuhan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Hasil program ini dikumpulkan melalui evaluasi yang diberikan penulis kepada setiap sasaran partisipan program ini yang berjumlah 13 orang karyawan Telkom Witel Makassar setelah membaca infografis yang berada di lantai dua gedung Telkom Witel Makassar. Hasil evaluasi yang didapatkan yaitu diketahui bahwa seluruh partisipan pernah merasa bosan saat bekerja. Diketahui pula bahwa 11 karyawan mengaku bahwa pekerjaan yang repetitif adalah penyebab utama mereka merasa bosan, sedangkan 2 karyawan lainnya merasa bahwa beban karyawan yang berlebihan dan kurangnya motivasi bekerja menyebabkan mereka merasa bosan. *Insight* yang didapatkan oleh partisipan program ini yaitu mereka dapat menyadari penyebab dari rasa bosan yang mereka rasakan ketika bekerja dan juga dapat mengetahui bagaimana cara agar mereka dapat menghindari kebosanan saat bekerja. Sebagian besar partisipan program ini menyarankan untuk membuat konten infografis lebih spesifik pada cara mengatasi kebosanan saat bekerja. Seluruh partisipan program ini merasa cukup puas dengan desain visual infografis ini. Seluruh karyawan Telkom Witel Makassar yang menjadi partisipan program ini juga merasa bahwa informasi yang tersaji dalam infografis sangat bermanfaat bagi karyawan. Desain yang visual dan tidak monoton membuat karyawan tertarik untuk membaca bahkan menerapkan strategi atau tips yang dibagikan pada media tersebut. Secara umum karyawan merasa puas dan memberikan masukan agar memberikan psikoedukasi atau pelatihan yang berkaitan dengan tema tersebut agar karyawan benar-benar dapat menerapkannya.





Gambar 3. Desain Infografis



Gambar 4. Pemasangan infografis di Kantor Telkom

### 3.1.1 Pembahasan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa karyawan Telkom Witel Makassar yang menjadi partisipan dalam program ini pernah mengalami kebosanan saat bekerja. Kebosanan atau *boredom* memiliki banyak definisi yang telah dikemukakan oleh berbagai tokoh salah satunya yaitu Eastwood dkk. (2012) yang mendefinisikan *Boredom*. Chin dkk. (2017) mengemukakan bahwa manusia memang mudah merasa bosan yang mana mungkin saja dapat terjadi ketika sedang belajar, melakukan pekerjaan yang sulit, membosankan, dan juga monoton. Karyawan Telkom Witel Makassar yang menjadi partisipan dalam program ini merasa bahwa pekerjaan yang repetitif, beban kerja yang berlebihan dan kurangnya motivasi bekerja adalah penyebab utama mereka merasa bosan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fisher (1993) sejumlah tugas yang berulang atau repetitif dan/atau aktivitas kontrol yang dilakukan secara terus-menerus seperti melacak, mengemudi, atau aktivitas yang berfokus pada stimulasi yang rendah dapat menyebabkan kebosanan. Hal ini dikarenakan sejumlah tugas ini menuntut perhatian khusus namun memberikan stimulasi yang sangat sedikit sebagai balasannya sehingga pemaparan yang terlalu lama dapat mengurangi gairah fisiologis dan menyebabkan kebosanan pada sebagian orang.

Mael dan Jex (2015) mengemukakan bahwa kebosanan di tempat kerja bukan hanya disebabkan oleh kualitas atau kuantitas beban kerja yang sangat rendah (*underload*), tetapi juga dapat terjadi jika kualitas dan kuantitas beban kerja sangat berat atau berlebihan (*overload*). Hooff dan Hooff (2017) mengemukakan bahwa kebosanan kerja dapat disebabkan oleh motivasi kerja yaitu motivasi intrinsik khususnya pada *identified regulation*. Kualitas motivasi menjadi penting bagi karyawan yang dapat diukur pada sebagai sejauh mana motivasi mereka ditentukan oleh diri sendiri (otonom) dan bukan dikendalikan oleh orang lain. Misalnya seperti melakukan suatu kegiatan karena kegiatan tersebut sesuai dengan tujuan diri sendiri. Kebosanan atau *boredom* yang dirasakan oleh karyawan Telkom Witel Makassar perlu diatasi guna menghindari dampak yang dapat terjadi. *Boredom* dapat menyebabkan adanya stres kerja dan juga dapat berakibat pada penurunan performa kerja serta produktivitas kerja (Susanti, 2018; Max & Jex, 2015). Terdapat beberapa cara mengatasi kebosanan saat bekerja yang dikemukakan oleh Tims, Baker, dan Derks (Sengkey & Meiyanto, 2018) berdasarkan teori *job crafting* yaitu, *Increasing structural job resource*, *Increasing social job resource*, *Challenging job demands*, *Decreasing hindering job demands*. *Increasing structural job resource* yang dapat dilakukan seperti mengevaluasi dan melatih *skill* yang kurang dalam pekerjaan, serta mengembangkan *skill* yang belum ada. *Increasing social job resource* dapat dilakukan dengan meningkatkan hubungan sosial dengan teman kerja dan bertukar informasi atau saling mengevaluasi. *Challenging job demands* dapat dilakukan dengan mengerjakan hal baru dan cari hal yang menantang dalam pekerjaan. *Decreasing hindering job demands* dapat dilakukan dengan mengurangi beban kerja yang berlebihan dan minimalisir kontak atau relasi dengan individu bermasalah.

## 4. KESIMPULAN

Program media pembelajaran infografis ini dirancang dengan tujuan untuk memberikan informasi serta pengetahuan dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami terkait dengan *boredom*. Program ini dapat terlaksana dengan lancar dengan didukung oleh beberapa pihak seperti dosen pembimbing lapangan dan juga *supervisor* kkp. Manfaat dari program ini adalah agar pembaca terutama karyawan kantor Telkom Witel makassar dapat memperoleh dan memahami dengan mudah informasi mengenai *boredom*, serta dapat menemukan solusi untuk mengurangi tingkat kebosanan yang dirasakan di tempat kerja. Berdasarkan hasil yang didapatkan, karyawan Telkom Witel Makassar sebagai partisipan yang menjadi sasaran pada program ini dapat memahami informasi yang diberikan terkait *boredom* atau kebosanan di tempat kerja dan juga merasa informasi yang diberikan sangat bermanfaat.

## REFERENCES

- Chin, A., Markey, A., Bhargava, S., Kassam, K. S., & Loewenstein, G. (2017). Bored in the USA: Experience sampling and boredom in everyday life. *Emotion* (Washington, D.C.), 17(2), 359–368. <https://doi.org/10.1037/emo0000232>

- Eastwood JD, Frischen A, Fenske MJ, Smilek D. The unengaged mind: Defining boredom in terms of attention. *Perspectives on Psychological Science*. 2012;7:482–495. doi: 10.1177/1745691612456044.
- Fisher, C. D. (1993). Boredom At Work: A Neglected Concept. *Human Relations*, 46(3), 395–417.
- Hooff, M. L. M. van, & Hooff, E. A. J. van. (2017). Boredom At Work: Towards A Dynamic Spillover Model Of Need Satisfaction, Work Motivation, And Work-Related Boredom. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(1), 133–148.
- Kurniasih, N. (2017). Infografis. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5jh43>
- Goetz, T., Frenzel, A. C., Hall, N. C., Nett, U. E., Pekrun, R., & Lipnevich, A. A. (2013). Types of boredom: An experience sampling approach. *Motivation and Emotion*, 38(3), 401–419. doi:10.1007/s11031-013-9385-y
- Mael, F., & Jex, S. (2015). Workplace Boredom: An Integrative Model Of Traditional And Contemporary Approaches. *Group & Organization Management*, 40(2), 131–159.
- Mufti, M. B. (2016). Pembelajaran Pelestarian Lingkungan Hidup Melalui Media Infografis Pada Masyarakat Penambang Pasir dan Batu Di Desa Kalisumur Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Universitas Negeri Semarang.
- Reijseger, G., Schaufeli, W. B., Peeters, M. C. W., Taris, T. W., Beek, I. van, & Ouweneel, E. (2012). Watching The Paint Dry At Work: Psychometric Examination Of The Dutch Boredom Scale. *Anxiety, Stress, and Coping*, 26(5), 508–525
- Sengkey, S. B., & Meiyanto, I. J. K. S. (2018). Hubungan gaya kepemimpinan transformasional dan iklim organisasi terhadap job crafting. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 2(3), 152-161.
- Susanti R, Riswani and Bakhtiar N (2018) Kejenuhan di Kalangan Guru Bimbingan dan Konseling di SMAN Provinsi Riau. *Educational Guidance and Counseling Development Journal* 1(No. 2): 92-104
- Westgate, E. C. (2019). Why Boredom Is Interesting. *Association For Psychological Science*, 29(1), 33-40. <https://doi.org/10.1177/0963721419884309>