

Kinerja Sumber Daya Manusia Generasi Z Meningkatkan Produktivitas Industri Kreatif Digital Monsia Creative

Ajeng Prihastuti Budi Lestari, Sri Wahyu Mega Hastuti

Magister Manajemen, Universitas Islam Kadiri

Email: ajengpbl2@gmail.com

Abstract

Human resources (HR) play a vital role in determining the success of an organization, especially in the rapidly growing digital creative industry. Generation Z, who have grown up in the era of technology and digitalization, possess characteristics that distinguish them from previous generations, such as high technological skills, the ability to adapt quickly, and a tendency to seek meaning in their work. In the context of a creative company like Monsia Creative, which operates in video production, photography, graphic design, and digital marketing, managing the potential of Generation Z is crucial to ensure their contribution to creating innovation and optimal productivity.

The performance of Generation Z in this industry is influenced by several factors, such as flexibility in working hours and location, opportunities for skill development, and a supportive work environment. They tend to be more productive and motivated when given freedom in organizing their work and when their contributions are recognized. An inclusive work atmosphere, along with opportunities for personal development, is also essential in boosting employee loyalty and engagement. To maximize the potential of Generation Z, companies like Monsia Creative need to create an environment that fosters creativity, provide continuous training, and manage policies that support a balance between work and personal life to improve their satisfaction and productivity within the company.

Keywords: HR Generation Z, Digital Creative Industry, Performance, Productivity.

Latar Belakang Teoritis

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset utama dalam sebuah organisasi yang berperan penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Pengelolaan SDM yang baik dapat meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan keberhasilan jangka panjang organisasi. Pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, sektor industri kreatif digital telah menjadi salah satu sektor yang paling berkembang, khususnya dalam bidang video production, desain grafis, pemasaran digital, dan pengembangan web. Sektor ini sebagai peran generasi muda, terutama Generasi Z, menjadi semakin penting karena karakteristik dan keterampilan mereka yang sangat cocok dengan tuntutan pekerjaan di dunia digital (Armstrong, 2020).

Generasi Z mencakup individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dibesarkan dalam era teknologi informasi dan media sosial. Mereka memiliki keterampilan teknis yang tinggi, fleksibilitas dalam mengadaptasi perubahan, dan keinginan untuk mencari makna dalam pekerjaan mereka. Sebagai "digital natives", mereka terhubung dengan teknologi sejak dulu, menjadikan hal ini sangat familiar dengan berbagai platform digital yang mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan cara mereka bekerja (Ginting, 2022). Namun, meskipun memiliki

potensi besar dalam bidang teknologi dan kreativitas, Generasi Z masih menghadapi tantangan, salah satunya adalah masalah kedisiplinan dan pengelolaan waktu yang berhubungan dengan pekerjaan mereka. Kedisiplinan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi produktivitas karyawan, terutama dalam industri kreatif digital yang menuntut tingkat adaptasi yang cepat terhadap perubahan teknologi dan tren pasar (Sakitri, 2020).

Industri kreatif digital memberikan banyak peluang baru, terutama bagi mereka yang memiliki kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Monsia Creative, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini, memainkan peran penting dalam mendorong inovasi dan kreativitas melalui layanan video production, fotografi, desain grafis, pemasaran digital, dan pengembangan web. Monsia Creative mengedepankan pentingnya keberagaman dan inklusivitas, dua nilai yang sangat dihargai oleh Generasi Z (Seemiller & Grace, 2016). Namun, meskipun perusahaan ini terus berupaya meningkatkan kinerja tim mereka, terdapat tantangan terkait kedisiplinan dan produktivitas Generasi Z yang perlu diperhatikan untuk memastikan hasil yang optimal dalam proyek-proyek kreatif.

Kinerja SDM, khususnya Generasi Z, dapat dilihat sebagai indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi dan meningkatkan produktivitas perusahaan. Kinerja ini dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti motivasi, lingkungan kerja yang mendukung, fleksibilitas waktu dan tempat kerja, serta peluang pengembangan keterampilan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami karakteristik dan kebutuhan generasi ini agar dapat mengoptimalkan potensi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana potensi SDM Generasi Z di Monsia Creative, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja mereka, serta bagaimana mereka dapat berkontribusi untuk meningkatkan produktivitas di industri kreatif digital.

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) memainkan peran penting dalam setiap organisasi, baik itu institusi atau perusahaan, sebagai elemen yang menggerakkan proses menuju pencapaian tujuan. SDM dianggap sebagai aset yang harus diperhatikan dan dikembangkan kemampuannya. Konteks ini SDM merujuk pada individu yang bekerja di organisasi, yang berfungsi sebagai penggerak, pemikir, serta perencana yang mendorong tercapainya tujuan organisasi. Oleh karena itu, pengelolaan SDM sangat penting untuk menentukan arah dan keberhasilan sebuah perusahaan. Sumber daya manusia, sebagai faktor produksi, memerlukan perhatian khusus, karena kualitas dan kemampuan karyawan akan sangat mempengaruhi kinerja organisasi (Kadarisman, 2013).

(Dessler Gary, 2010) mengemukakan bahwa manajemen SDM merupakan suatu kebijakan yang melibatkan berbagai aspek, seperti pengadaan karyawan (rekrutmen), seleksi, pelatihan, kompensasi, serta penilaian kinerja. Dengan demikian, manajemen SDM adalah seni dan ilmu dalam mengatur, mengembangkan, dan memelihara potensi manusia dalam organisasi. Proses ini mencakup berbagai tahapan yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan guna memastikan bahwa SDM yang ada dapat berkontribusi secara efektif dan efisien untuk pencapaian tujuan organisasi. SDM bukan hanya tentang mengelola orang, tetapi juga tentang

memberdayakan mereka agar dapat memberikan hasil terbaik untuk organisasi. Salah satu fungsi utama dari manajemen SDM adalah mengelola dan memanfaatkan SDM secara efektif untuk memastikan pencapaian tujuan perusahaan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Conference Board (Harto, 2022), ada beberapa aspek penting yang harus dilakukan oleh manajer SDM untuk memberikan nilai tambah bagi bisnis. Fungsi tersebut meliputi pengelolaan kinerja karyawan yang berkaitan dengan penghargaan, pengembangan kompetensi untuk meningkatkan kinerja individu dan organisasi, serta penerapan inovasi dan kreativitas dalam menghadapi tantangan bisnis. Selain itu, SDM juga harus fokus pada pengelolaan adopsi dan integrasi teknologi yang dapat mempercepat kemajuan organisasi, dengan memastikan adanya pelatihan yang tepat serta komunikasi yang efektif antara karyawan dan manajemen.

2. Generasi Z

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012, dikenal juga sebagai generasi digital atau generasi internet. Mereka tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan internet, sehingga mereka memiliki kemampuan teknologi yang luar biasa dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z berbeda dengan generasi Y atau milenial, yang sudah mengenal teknologi namun tidak sebanyak generasi Z. Menurut penelitian (Stillman, 2017), generasi ini sangat bergantung pada kemajuan teknologi untuk mendukung aktivitas sehari-hari mereka, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Berbagai karakteristik unik mereka muncul karena mereka sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi sejak usia dini, membuat mereka menjadi generasi yang lebih cepat beradaptasi dengan berbagai alat digital. Generasi Z dikenal dengan keterampilan teknologi yang sangat tinggi. Mereka tidak hanya terbiasa dengan perangkat teknologi tetapi juga menggunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari belajar hingga berkomunikasi. Mereka sangat aktif di media sosial, seperti Instagram, Twitter, dan Line, yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri secara bebas. Selain itu, generasi Z juga gemar multitasking, berusaha menyelesaikan berbagai aktivitas dalam satu waktu.. Kemahiran digital ini memungkinkan

mereka beradaptasi dengan cepat di dunia kerja, terutama dalam industri yang bergantung pada teknologi (Schrort, 2019). Namun, kehadiran mereka juga membawa tantangan baru dalam manajemen sumber daya manusia, karena mereka memiliki ekspektasi tinggi terhadap lingkungan kerja yang fleksibel dan berbasis teknologi.

Namun, generasi Z juga memiliki beberapa kelemahan, seperti kecenderungan terburu-buru dalam mencapai kesuksesan, keinginan untuk selalu dipenuhi kebutuhannya, serta kecanduan gadget yang dapat mengurangi interaksi sosial. Selain itu, mereka terkadang kurang disiplin dalam hal kecil, seperti ketepatan waktu, dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap gaji sejak awal bekerja (Pasha, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka membawa inovasi dan efisiensi dalam dunia kerja, mereka juga memerlukan pendekatan manajemen yang tepat untuk mengelola ekspektasi dan meningkatkan keseimbangan antara produktivitas dan etos kerja jangka panjang.

Kekurangan lainnya adalah kurangnya disiplin dalam hal-hal kecil, seperti ketepatan waktu. Meskipun generasi Z dikenal dengan ambisi dan kreativitas yang tinggi, mereka terkadang menganggap masalah kedisiplinan sepele. Misalnya, mereka sering terlambat datang ke kantor karena merasa bisa mengantinya dengan waktu kerja yang lebih lama. Hal ini bisa berdampak pada penilaian di akhir tahun, yang sering kali mengabaikan pentingnya disiplin dalam rutinitas kerja sehari-hari. Selain itu, generasi Z juga sering menginginkan gaji yang tinggi, terutama di awal karier mereka, karena biaya hidup yang semakin mahal dan gaya hidup yang tinggi. Padahal, pengalaman dan kualitas kerja mereka sering kali belum sebanding dengan harapan tersebut, yang bisa menjadi tantangan dalam dunia profesional mereka.

3. Kinerja

Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi atau perusahaan yang mengukur sejauh mana mereka dapat memenuhi tanggung jawab dan persyaratan pekerjaan dalam periode waktu tertentu. Menurut (Mangkunegaran, 2009), kinerja menggambarkan kualitas dan kuantitas hasil yang dicapai oleh seorang karyawan dalam

melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kasmir, 2016) yang mengungkapkan bahwa kinerja tidak hanya mencakup hasil kerja tetapi juga perilaku kerja yang tercermin dalam cara seseorang menyelesaikan tugas dalam waktu yang telah ditentukan. Kinerja individu yang baik berpengaruh langsung pada kinerja perusahaan secara keseluruhan, menunjukkan hubungan yang erat antara keduanya.

Tujuan dari kinerja adalah untuk menyelaraskan harapan individu dengan tujuan organisasi, sehingga upaya yang dilakukan akan berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi tersebut. (Wibowo, 2007) menjelaskan bahwa tujuan kinerja adalah untuk memastikan bahwa karyawan dapat bekerja sesuai dengan harapan organisasi. Sarana kinerja sendiri melibatkan berbagai unsur, seperti pelaksana kinerja, tindakan yang dilakukan, waktu yang ditetapkan, metode penilaian hasil kerja, serta tempat pelaksanaan tugas tersebut. Adanya sarana kinerja yang jelas, organisasi dapat memantau dan mengevaluasi hasil kerja karyawan untuk mencapai standar yang diinginkan.

Namun, ada beberapa hambatan yang bisa mengurangi efektivitas kinerja, seperti hambatan internal dan eksternal. (Simanjuntak, 2005) mengidentifikasi hambatan internal, seperti keterbatasan dana, peralatan yang tidak memadai, atau kurang efektifnya manajemen dan kepemimpinan. Di sisi lain, hambatan eksternal dapat berasal dari lingkungan kerja atau pihak luar seperti pesaing, pemasok, atau kebijakan pemerintah yang tidak konsisten. Selain itu, kekurangan individu seperti rendahnya kompetensi kerja atau disiplin yang kurang juga dapat menyebabkan kinerja menjadi rendah. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mengidentifikasi dan mengatasi hambatan-hambatan ini guna meningkatkan kinerja secara keseluruhan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan sangat beragam, menurut (Kasmir, 2016), termasuk kemampuan, pengetahuan, kepribadian, motivasi kerja, kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja, loyalitas, komitmen, dan disiplin kerja. Kemampuan dan pengetahuan yang baik dapat meningkatkan hasil kerja yang dicapai, sementara kepribadian yang positif membantu

karyawan dalam melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab. Motivasi kerja yang tinggi juga menjadi pendorong utama bagi karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Selain itu, kepemimpinan yang baik dan budaya organisasi yang mendukung turut berperan dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas dan produktivitas kinerja karyawan.

4. Industri Kreatif Digital

Industri kreatif digital mengacu pada sektor yang memadukan kreativitas dengan teknologi digital dalam menciptakan produk atau layanan yang inovatif. Menurut (Rofaida, et al, 2019) industri ini menggabungkan unsur-unsur kreatif dalam proses produksi yang memanfaatkan teknologi digital, mulai dari penyebaran informasi hingga pertukaran ide kreatif. Di Indonesia, industri kreatif digital semakin berkembang dengan mencakup berbagai bidang, seperti animasi, pengembangan game, desain grafis, aplikasi, website, hingga konten media sosial. Potensi besar dari sektor ini terlihat pada kemampuannya menjangkau pasar global, memperkenalkan budaya lokal, serta memberikan pengalaman baru bagi penggunanya. Oleh karena itu, industri kreatif digital memiliki peran penting dalam transformasi ekonomi digital.

Salah satu kekuatan utama dari industri kreatif digital adalah potensi pasarnya yang sangat luas. Karena produk dan layanan yang dihasilkan dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia tanpa adanya batasan geografis, industri ini mampu menawarkan inovasi tanpa batas. (Rofi Rofaida *et al*, 2019) juga mencatat bahwa sektor ini memberikan fleksibilitas dalam model bisnis, yang membuka peluang besar bagi individu atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk berpartisipasi. Selain itu, industri kreatif digital dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, yang membuatnya tetap relevan dalam pasar yang terus berkembang. Dampaknya terhadap budaya lokal dan masyarakat juga sangat positif, karena produk digital dapat mencerminkan dan menyebarkan nilai budaya yang ada.

Industri kreatif digital juga menghadapi berbagai tantangan. Ketergantungan pada teknologi menjadi salah satu masalah utama,

karena kemajuan teknologi yang pesat memerlukan sumber daya yang terus diperbarui. Selain itu, persaingan yang ketat di pasar global membuat pemain industri harus selalu berinovasi. Keamanan dan privasi juga menjadi isu yang semakin penting, mengingat data digital yang beredar semakin rentan untuk disalahgunakan. Industri ini juga menghadapi ketergantungan pada tren yang cepat berubah, yang mengarah pada ketidakpastian pasar. Semua kekurangan ini menuntut adanya strategi yang cermat agar industri kreatif digital dapat berkembang secara berkelanjutan dan menghadapi tantangan-tantangan yang ada.

5. Produktivitas

Produktivitas karyawan dapat diartikan sebagai perkembangan dan pelaksanaan program yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan serta kemampuan pegawai dalam menjalankan tugasnya. Menurut (Kandou E, 2013), produktivitas karyawan berkaitan dengan pengembangan keterampilan melalui pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan individu dalam pekerjaan. Sementara itu, (Saleh A dan Utomo H, 2018) menyebutkan bahwa produktivitas yang baik mencerminkan kemampuan untuk menjalankan tugas secara berkelanjutan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan demikian, produktivitas bukan hanya sekadar mengenai seberapa banyak pekerjaan yang dapat diselesaikan, tetapi juga tentang efisiensi dalam penggunaan waktu dan sumber daya yang dimiliki, guna menghasilkan barang atau jasa dengan kualitas tinggi.

Faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan sangat beragam dan penting untuk diperhatikan oleh perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan. Berdasarkan teori dari Anotaga dalam (Busro, 2018), terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja karyawan, antara lain pelatihan, motivasi kerja, pendidikan, disiplin, keterampilan, serta kondisi fisik seperti gizi dan kesehatan. Selain itu, faktor eksternal seperti lingkungan kerja, iklim kerja, kecanggihan teknologi, serta manajemen yang baik turut mempengaruhi produktivitas. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan kondisi yang mendukung agar setiap karyawan dapat bekerja dengan optimal dan meningkatkan produktivitasnya. Mengukur tingkat produktivitas karyawan

terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai acuan. Menurut (Burhanuddin Yusuf, 2015) indikator yang digunakan untuk menilai produktivitas karyawan antara lain adalah pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan sikap.

Pengetahuan berkaitan dengan kecerdasan dan pemahaman yang dimiliki seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan, sementara keterampilan mencakup kemampuan teknis yang diperlukan dalam pekerjaan tertentu. Kemampuan mencakup berbagai kompetensi yang lebih luas, termasuk kemauan dan tekad untuk bekerja, sedangkan sikap berkaitan dengan kebiasaan dan perilaku yang mendukung efektivitas kerja karyawan. Meningkatkan produktivitas karyawan perusahaan dapat melakukan beberapa upaya yang sesuai dengan pandangan (Siagian, 2009). Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah perbaikan terus-menerus dalam semua aspek organisasi, yang mencakup strategi, pemanfaatan teknologi, serta kebijakan yang diambil. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan mutu hasil pekerjaan dengan memperhatikan setiap komponen yang terlibat dalam organisasi. Pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) juga merupakan upaya yang sangat penting, karena SDM adalah aset yang paling strategis dalam organisasi. Dengan memberdayakan SDM, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif baik dalam bentuk tulisan atau lisan yang menggambarkan perilaku dan fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan naturalistik, yakni mengamati objek penelitian dalam kondisi alaminya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi, yakni penggabungan beberapa metode pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan komprehensif. Menurut (Sugiyono, 2014), penelitian kualitatif ini mengutamakan pemahaman mendalam terhadap permasalahan yang ada, serta menekankan pada makna dan konteks dari data yang diperoleh. Sebagai tambahan,

penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematik dan akurat fakta dan karakteristik dari bidang yang diteliti. (Ibrahim, 2015) juga mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dianggap selesai ketika hasil yang diperoleh bisa dijelaskan secara naratif, rinci, dan mendalam, yang pada akhirnya mempermudah pemahaman mengenai fenomena yang diteliti.

Pemilihan informan dalam penelitian kualitatif sangat penting karena mereka berperan sebagai sumber informasi yang akurat tentang permasalahan yang sedang diteliti. (Moleong, 2000) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan dilakukan secara selektif berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai konteks penelitian. Penelitian ini informan yang dipilih adalah pemilik Monsia Creative, seorang videografer, fotografer, dan editor yang semuanya memiliki pengalaman langsung di industri kreatif digital. Lokasi penelitian dilakukan di kantor Monsia Creative di Kediri, Jawa Timur, pada bulan November 2024, dengan waktu yang tidak ditentukan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi studi kepustakaan, wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi, yang semuanya bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai peran Generasi Z dalam meningkatkan produktivitas di industri kreatif digital.

Data yang diperoleh melalui penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan analisis data kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2012), analisis data adalah proses untuk menyusun data yang telah dikumpulkan secara sistematis sehingga dapat dipahami dengan mudah. Proses analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. (Miles dan Huberman, 1994) menyebutkan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berulang, serta melibatkan pengkodean dan pengelompokan data untuk menemukan pola atau tema. Validitas dan reliabilitas data dalam penelitian kualitatif juga penting untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh dapat dipercaya. Keabsahan data diperiksa melalui beberapa uji, seperti uji ketekunan pengamatan, triangulasi, dan uji transferability untuk memastikan bahwa temuan penelitian dapat diterima dan digunakan dalam konteks yang lebih luas.

Hasil dan Pembahasan

1. Potensi Sumber Daya Manusia Generasi Z di Industri Kreatif Digital pada Monsia Creative

Industri kreatif digital menggabungkan elemen-elemen kreativitas, teknologi, dan inovasi untuk menghasilkan produk atau layanan dengan nilai ekonomi. Di dalamnya terdapat berbagai sektor seperti desain grafis, produksi film pendek, pengembangan aplikasi, pemasaran digital, dan media sosial. Sebagai sektor yang berkembang pesat, industri ini berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global karena meningkatnya permintaan terhadap konten kreatif dan solusi digital. Generasi Z memiliki peran penting dalam industri ini, terutama dalam mengembangkan konten yang relevan dan menarik bagi audiens digital. Mereka sangat mahir memanfaatkan platform digital seperti media sosial untuk mengembangkan kampanye yang efektif, sekaligus menciptakan hubungan lebih mendalam dengan audiens, yang membantu meningkatkan citra perusahaan seperti Monsia Creative. Kepakaan mereka terhadap isu sosial dan budaya modern juga memberikan nilai lebih bagi merek yang ingin menunjukkan komitmennya terhadap isu-isu tersebut. Generasi Z di Monsia Creative menunjukkan kemampuan luar biasa dalam mendukung perkembangan industri kreatif digital. Sebagai generasi yang tumbuh dengan kemajuan teknologi, mereka memiliki keahlian dalam berbagai perangkat digital, seperti software desain grafis dan pengeditan video, serta platform kolaborasi online. Keahlian ini memungkinkan mereka bekerja secara lebih efisien dan inovatif, yang pada gilirannya membantu perusahaan tetap kompetitif di pasar yang sangat dinamis. Selain keterampilan teknis, mereka juga sangat peka terhadap tren digital, yang memungkinkan mereka menciptakan konten yang tidak hanya kreatif tetapi juga sesuai dengan preferensi audiens. Kemampuan generasi Z untuk cepat beradaptasi dengan perubahan tren membuat karya mereka selalu relevan dan segar di mata konsumen. Fleksibilitas dalam bekerja, yang memberi mereka kebebasan untuk bekerja sesuai dengan waktu dan tempat yang nyaman, juga meningkatkan kreativitas dan produktivitas mereka.

Perusahaan seperti Monsia Creative perlu memberikan dukungan yang sesuai, seperti pelatihan dan kesempatan untuk belajar hal baru. Ini penting untuk memastikan mereka terus termotivasi dan mampu beradaptasi dengan perubahan dunia digital yang cepat. Pemberian pengakuan atas pencapaian mereka juga merupakan faktor penting dalam mempertahankan semangat dan kinerja tinggi mereka. Dalam hal ini, teori Self Determination Theory (SDT) yang dikembangkan oleh (Ryan, 1985) relevan, karena menekankan pentingnya otonomi dalam pekerjaan untuk meningkatkan motivasi intrinsik individu. Fleksibilitas yang diberikan memungkinkan generasi Z untuk merasa lebih berdaya dalam pekerjaannya, yang pada gilirannya memperkuat komitmen dan motivasi mereka untuk memberikan hasil yang terbaik. Selain itu, pendekatan seperti Technological Determinism yang dikemukakan oleh (Marshall McLuhan, 1964) menunjukkan bagaimana teknologi mempengaruhi pola pikir dan perilaku generasi Z. Mereka yang tumbuh dalam lingkungan digital mampu memanfaatkan teknologi untuk menciptakan solusi kreatif dan bekerja secara lebih efisien. Dengan dukungan yang tepat, seperti fleksibilitas, pengakuan, dan kesempatan belajar, generasi Z dapat berkembang lebih maksimal dan berkontribusi besar pada kesuksesan perusahaan di masa depan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Generasi Z di Industri Kreatif Digital pada Monsia Creative

Generasi Z telah menjadi kekuatan utama dalam mendorong inovasi dan kreativitas di berbagai sektor, termasuk industri kreatif digital. Di Monsia Creative, kinerja karyawan generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang mencerminkan karakteristik unik mereka yang tumbuh dalam lingkungan teknologi. Mereka tidak hanya dihadapkan pada tantangan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tetapi juga dituntut untuk menggabungkan kreativitas dan efisiensi dalam menciptakan konten digital yang menarik. Salah satu faktor utama yang memengaruhi semangat kerja mereka adalah keseimbangan antara gaji yang adil dan tunjangan seperti fleksibilitas kerja, bonus,

serta penghargaan. Menurut teori motivasi (Herzberg, 1959), faktor-faktor higienis seperti gaji dan tunjangan berperan penting dalam menciptakan kepuasan kerja. Dalam hal ini, generasi Z merasa lebih dihargai dan termotivasi untuk memberikan hasil yang optimal ketika gaji mereka sesuai dengan kontribusi yang diberikan.

Selain itu, lingkungan kerja yang positif dan mendukung menjadi faktor penting dalam memotivasi generasi Z. Menurut videografer Monsia Creative (Hafis), suasana kerja yang nyaman dapat meningkatkan kreativitas dan efisiensi kerja. Teori *Social Exchange* dari (Blau, 1964) menjelaskan bahwa karyawan cenderung memberikan kinerja yang lebih baik ketika mereka merasa perusahaan menciptakan lingkungan yang mendukung. Di Monsia Creative, suasana kerja yang santai namun profesional memungkinkan generasi Z untuk tetap fokus dan produktif. Fleksibilitas kerja juga menjadi elemen yang mempengaruhi kinerja mereka, karena mereka merasa lebih termotivasi saat dapat mengatur waktu dan tempat kerja sesuai dengan kebutuhan mereka, yang memungkinkan mereka bekerja dengan cara yang lebih kreatif. Pengakuan atas kinerja juga memainkan peran penting dalam motivasi generasi Z. Seperti yang dijelaskan oleh editor (Ady), umpan balik dan apresiasi dari manajemen meningkatkan rasa percaya diri dan mendorong mereka untuk bekerja lebih baik. Hal ini sesuai dengan penelitian (Robbins dan Judge, 2017) yang menyatakan bahwa umpan balik positif dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan. Kepemimpinan yang kolaboratif dan terbuka di Monsia Creative juga menciptakan hubungan yang kuat antara manajemen dan karyawan, yang mendukung efisiensi kerja. Teori Path Goal dari House (1971) menegaskan bahwa pemimpin yang memberikan dukungan dan arahan yang jelas dapat meningkatkan kepercayaan diri karyawan. Selain itu, pengembangan keterampilan melalui pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan, sesuai dengan teori Continuous Learning (Eraut, 2004), membantu generasi Z untuk terus beradaptasi dengan teknologi terbaru dan mempertahankan daya saing di industri kreatif digital.

3. Kinerja Sumber Daya Manusia Generasi Z sebagai Upaya Meningkatkan Produktivitas di Industri Kreatif Digital pada Monsia Creative

Generasi Z di Monsia Creative berperan penting dalam meningkatkan produktivitas perusahaan industri kreatif digital. Sebagai *digital natives* (Prensky, 2001), mereka memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi terbaru, memungkinkan mereka menguasai alat dan platform digital dengan cepat. Keunggulan ini meningkatkan kualitas karya yang dihasilkan serta mempercepat proses produksi. Selain itu, mereka memiliki semangat kerja yang tinggi dan keterampilan multitasking yang efektif, sehingga mampu menyelesaikan proyek dengan cepat meskipun menghadapi tenggat waktu ketat. Teori *Task Performance and Time Pressure* (Cohen & Wills, 2019) mendukung bahwa generasi muda yang terbiasa dengan teknologi dapat bekerja lebih produktif dalam kondisi tekanan waktu karena kemampuan mereka dalam pengambilan keputusan secara digital.

Selain kualitas dan efisiensi waktu, generasi Z juga berkontribusi dalam efisiensi biaya perusahaan. Dengan memanfaatkan teknologi secara optimal, mereka dapat mengurangi ketergantungan pada sumber daya tambahan, sehingga menekan biaya produksi (Hersterly, 2023). Efisiensi ini diperkuat oleh kemampuan mereka dalam mengelola workflow secara efektif, menghasilkan output dalam jumlah besar dengan tetap mempertahankan standar kualitas tinggi. Di sisi lain, hubungan kerja yang terbuka dan kolaboratif menjadi faktor penting dalam mendukung kreativitas dan inovasi. Generasi Z di Monsia Creative menunjukkan keterampilan komunikasi yang baik melalui platform digital, memfasilitasi kerja sama tim yang lebih efektif dalam menyelesaikan proyek.

Dinamika kerja yang inklusif dan kolaboratif ini sesuai dengan teori Social Learning (Wood & Bandura, 2022), yang menjelaskan bahwa individu berkembang melalui interaksi sosial dan observasi. Lingkungan kerja yang mendukung tidak hanya meningkatkan produktivitas individu, tetapi juga memperkuat keberhasilan tim dalam mencapai tujuan bersama. Dengan pengelolaan yang tepat, potensi generasi Z di Monsia Creative dapat terus dioptimalkan untuk meningkatkan

daya saing perusahaan dalam industri kreatif digital yang terus berkembang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Kinerja Sumber Daya Manusia Generasi Z dalam Meningkatkan Produktivitas di Industri Kreatif Digital pada Monsia Creative, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Potensi generasi Z di Monsia Creative terlihat dari kemampuan mereka beradaptasi dengan teknologi dan berpikir kritis, sejalan dengan tren digital terkini. Fleksibilitas kerja yang diberikan memperkuat motivasi dan produktivitas, memungkinkan mereka berinovasi dan menghasilkan karya berkualitas. Dukungan dalam bentuk proyek besar dan pengakuan terhadap kontribusi mereka terus meningkatkan peran generasi Z dalam kesuksesan perusahaan. Pendekatan yang didasarkan pada pelatihan berkelanjutan, serta teori *Self Determination* dan *Technological Determinism*, membantu mengoptimalkan potensi mereka sebagai aset berharga di industri kreatif digital.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja generasi Z di Monsia Creative meliputi upah yang adil, tunjangan, lingkungan kerja yang mendukung, fleksibilitas, apresiasi, keamanan kerja, dan peluang pengembangan keterampilan. Upah dan tunjangan yang sesuai menciptakan rasa dihargai, sejalan dengan teori motivasi Herzberg, sementara suasana kerja yang positif dan fleksibilitas waktu meningkatkan motivasi dan kreativitas, sesuai dengan teori *Self Determination*. Apresiasi dari manajemen memperkuat rasa percaya diri, dan keamanan kerja memberikan ruang untuk kolaborasi tanpa tekanan. Pelatihan yang relevan, sesuai dengan teori *Continuous Learning*, membantu generasi Z tetap kompetitif, menjadikan mereka aset penting bagi keberhasilan perusahaan di industri kreatif digital.
3. Kinerja generasi Z di Monsia Creative berkontribusi besar terhadap produktivitas perusahaan melalui keterlibatan aktif, pelatihan berbasis teknologi, lingkungan kerja fleksibel, penghargaan, dan keamanan kerja.

Keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan dan pelatihan yang relevan meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan mereka. Lingkungan yang mendukung, fleksibilitas waktu, serta apresiasi yang memadai menciptakan motivasi intrinsik, sesuai dengan teori *Self Determination* dan Herzberg. Suasana kerja yang aman dan apresiasi memperkuat loyalitas dan kreativitas, sementara pendekatan holistik dengan teori manajemen seperti *Path Goal*, *Continuous Learning*, dan *Social Exchange Theory* membantu Monsia Creative mengelola potensi generasi Z untuk mempertahankan daya saing di industri kreatif digital.

Daftar Pustaka

- Armstrong, G., Kotler, P., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* Eight European Edition. UK : Pearson
- Blau, P. M. (1964). *Exchange & power in social life*. New York, NY: John Wiley & Sons
- Burhanuddin, Y. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Busro, M. (2018). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Cohen, S., & Wills, T. A. (2019). *Stress, social support, and the buffering hypothesis*. *Psychological bulletin*, 98(2), 310.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer Science & Business Media.
- Dessler, Gary. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kesepuluh. Jilid Satu Jakarta Barat : PT. Indeks
- Ginting, R. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish. ISBN: 978-623-021-463-4.
- Harto, B. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Herzberg, 1959. *The Motivation to Work*. New York: John Wiley and Sons

- Ibrahim (2015) 'Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitaif', *Journal Equilibrium*, p. 28
- Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers, (2013)
- Kandou, E. E. (2013). *Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan* (Studi Pada PT. Air Manado). *Acta diurna komunikasi*, 2(3).
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Lexy. J. Moleong, (2020) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Posdayakarya.
- Mangkunegaran, A. A. Anwar Prabu. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- McLuhan Marshall. 1964 . *Understanding Media: The Extension of man*. The MIT Press.
- Miles, Mathew B., dan A. Michael Huberman. 1994. An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis. London: Sage Publications.
- Pasha , dkk. (2021). *UPAYA MENGATASI KRISIS IDENTITAS NASIONAL GENERASI Z DI MASA PANDEMI*. *Jurnal Kewarganegaraan* : Institut Teknologi Bandung.
- Rofaida, Rofi. Suryana, (2019). "Strategi Inovasi Pada Industri Kreatif Digital", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 8, No. 3
- Sakitri, G. (2020). " Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi! " 1995(2018), 1–10.
- Saleh, A. R., & Utomo, H. (2018). *Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi di PT. Inko Java Semarang*. Among Makarti, 11(1).
- Schroth, Holly. (2019). *Are You Ready for Gen Z in the Workplace?*. California Management Review 1–14. Berkeley Haas.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. New York: Jossey-Bass.
- ²⁵ Siagian, S P.(2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Simanjuntak. (2005). *Manajemen Dan Evaluasi Kinerja*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- ²⁷ Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z :Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja. Edisi ketiga*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Prasada
- Wood R, Bandura A. (2022). *Social cognitive theory of organizational management*. Academy of Management Review. 1989; 14(2): 361-384