

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Tinjauan Teori

Berikut merupakan beberapa teori serta konsep-konsep yang mendukung penelitian terkait dengan variabel-variabel yang digunakan pada penelitian akademik ini.

2.1.1. Industri Kreatif dan Generasi Z

Industri kreatif adalah sektor ekonomi yang berkaitan dengan produksi, pengolahan, dan distribusi karya-karya kreatif seperti film, musik, seni, periklanan, desain, permainan video, dan media digital. Sebagai sektor ekonomi yang berkembang pesat, industri kreatif memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Industri kreatif merupakan sektor ekonomi yang memproduksi, mengolah, dan mendistribusikan karya-karya yang bernilai kreatif dan intelektual. Industri kreatif meliputi berbagai bidang seperti seni dan budaya, media dan hiburan, desain, arsitektur, periklanan, permainan video, dan *software*.

Merdeka (2021) memberikan definisi industri kreatif merupakan suatu proses di mana suatu karya dihasilkan dari ide yang timbul berkat keberanian dan kreativitas individu atau kelompok. Artikel ini juga menjelaskan bahwa industri kreatif mencakup subsektor seperti kuliner, *fashion*, dan kriya, dengan tujuan menghasilkan karya kreatif yang bernilai ekonomi tinggi.

Industri kreatif memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Menurut data dari World Trade Organization (2019), ekspor barang dan jasa kreatif mencapai nilai sebesar 642 miliar USD dan menciptakan lapangan kerja untuk sekitar 29,5 juta orang di seluruh dunia. Selain itu, studi dari Uddin (2022) menunjukkan bahwa industri kreatif di Indonesia terus mengalami perkembangan yang positif seiring berjalannya waktu. Data dari OPUS Ekonomi menunjukkan bahwa industri kreatif

merupakan bagian integral dari ekonomi kreatif yang telah lama menjadi fokus pemerintah, terutama dengan adanya Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025. Industri kreatif memainkan peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan peluang pekerjaan, meningkatkan pendapatan nasional, dan memperkuat daya saing suatu negara di tingkat internasional.

Inovasi dan kreativitas adalah faktor penting dalam pengembangan industri kreatif. Industri kreatif memiliki potensi untuk menghasilkan produk dan layanan yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Musta'in et al. (2022) membahas menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perkembangan industri kreatif dan merangsang inovasi di sektor kreatif dengan nilai tambah dan daya saing.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kreatif antara lain: a) ketersediaan sumber daya manusia yang kreatif dan terampil, b) dukungan kebijakan pemerintah yang mendorong inovasi dan kreativitas, c) perkembangan teknologi dan digitalisasi, dan d) adanya pasar yang besar dan beragam (UNCTAD, 2018). Untuk mengembangkan industri kreatif, beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain: a) memperkuat kualitas dan daya saing produk kreatif, b) meningkatkan akses pasar dan memperluas jaringan distribusi, c) memberikan dukungan finansial dan teknis kepada pelaku industri kreatif.

Teknologi memainkan peran penting dalam pengembangan industri kreatif. Teknologi memberikan kemudahan dalam produksi, pengolahan, dan distribusi karya-karya kreatif. Industri kreatif juga merupakan sektor yang sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi, terutama teknologi digital. Jenkins (2019) dalam artikel *The Future of Work: How Gen Z Will Transform the Workplace* menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan untuk mengejar pekerjaan yang kreatif dan fleksibel, dan industri kreatif menjadi salah satu opsi karir yang menawarkan prospek yang cerah bagi mereka

Sesuai dengan yang telah dibahas sebelumnya, Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997-2012 dan mereka tumbuh di era digital sehingga sering dijuluki sebagai "*digital natives*". Generasi ini juga dikenal sebagai generasi yang cerdas, kreatif, dan dinamis. Menurut studi yang dilakukan oleh Seemiller & Grace

(2016), Generasi Z cenderung lebih pragmatis, kritis, dan cerdas secara teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Generasi Z tumbuh di era teknologi yang maju dan cenderung menghabiskan banyak waktu mereka di perangkat teknologi. Studi yang dilakukan oleh Maharani et al. (2023) membahas pentingnya pendidikan karakter pada Generasi Z di era digital. Penelitian ini menyoroti bagaimana teknologi yang terus berkembang dapat mempengaruhi karakter Generasi Z dan perlunya landasan pendidikan karakter bagi mereka. Lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi karakteristik generasi Z.

Generasi Z memiliki pengaruh yang besar dalam pengambilan keputusan dan perilaku konsumen. Generasi Z mulai memasuki pasar kerja dan memiliki pengaruh yang signifikan pada dunia kerja. Menurut Putri (2023) dalam PPM Manajemen menyoroti bahwa Generasi Z cenderung mencari pekerjaan yang sesuai dengan karakter mereka, memberi kesempatan pengembangan diri, dan memiliki nilai-nilai sosial dan lingkungan yang sejalan dengan mereka.

2.1.2. Minat Bertahan (Intention to Stay)

Berbagai faktor dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk tetap bekerja di suatu organisasi. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Septony (2020), menyajikan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepuasan di tempat kerja, keadilan organisasional, dan pemberdayaan karyawan memiliki dampak yang signifikan pada tingkat komitmen terhadap organisasi.

Dalam konteks keinginan karyawan untuk tetap bekerja, penelitian oleh Antini (2012) menunjukkan bahwa mentoring atasan dapat meningkatkan komitmen afektif dan menurunkan intensi meninggalkan pekerjaan pada karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan dan bimbingan dari atasan dapat mempengaruhi keinginan karyawan untuk tetap tinggal dalam organisasi.

Selain itu, studi yang mengeksplorasi dampak keadilan organisasional terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasional karyawan juga memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keinginan karyawan untuk tetap bertahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keadilan

organisasional berpengaruh pada kepuasan kerja dan komitmen organisasional karyawan, yang merupakan faktor penting dalam memahami minat bertahan karyawan (Praditya & Putra, 2016).

Dengan demikian, tinjauan teori mengenai minat bertahan karyawan perlu mempertimbangkan kontribusi industri kreatif terhadap ekonomi, pengaruh mentoring atasan, keadilan organisasional, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional sebagai prediktor yang signifikan terhadap keinginan untuk menetap bagi karyawan. Dengan memahami faktor-faktor ini, organisasi dapat mengembangkan strategi untuk mempertahankan karyawan yang berpotensi meningkatkan kinerja dan kontribusi mereka dalam lingkungan kerja.

2.1.3. Digital Mindset

Digital mindset dapat diartikan sebagai sikap dan perilaku yang dimiliki individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan pribadi. GreatNusa (2023) menjelaskan bahwa *digital mindset* adalah pola pikir untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital yang tersedia. Seseorang yang memiliki *digital mindset* mampu mengenali peluang bisnis baru yang muncul dari teknologi digital dan menyesuaikan strategi bisnis untuk mengambil keuntungan dari peluang tersebut. Konsep ini bisa diterapkan pada tataran individu atau organisasi. Individu dengan *digital mindset* cenderung terbuka terhadap perubahan dan inovasi teknologi. *Digital mindset* tidak semata-mata mencakup keahlian individu dalam menggunakan teknologi digital, melainkan sebuah *mindset* untuk menggunakan teknologi digital sehingga memungkinkannya menemukan mencari peluang. Sebagai sebuah mental, *digital mindset* bisa dilatih dan dikembangkan (Neeley & Leonardi, 2022).

1) Karakteristik *Digital Mindset*

Beberapa karakteristik yang terdapat pada individu atau organisasi dengan *digital mindset*, antara lain:

- a) Berorientasi pada pelanggan: Individu atau organisasi dengan *digital mindset* fokus pada kebutuhan pelanggan dan menggunakan teknologi digital untuk memberikan solusi yang tepat.

- b) Terbuka terhadap perubahan: Individu atau organisasi dengan *digital mindset* siap untuk mengubah cara kerja dan memperkenalkan inovasi baru yang lebih efektif dan efisien.
- c) Berpikir kreatif dan inovatif: Individu atau organisasi dengan *digital mindset* cenderung mencari solusi baru dan inovatif untuk masalah yang dihadapi dengan menggunakan teknologi digital.
- d) Memiliki kemampuan teknologi: Individu atau organisasi dengan *digital mindset* memiliki pengetahuan dan keterampilan teknologi yang cukup untuk mengimplementasikan teknologi digital dalam pekerjaan sehari-hari.
- e) Berpikir jangka panjang: Individu atau organisasi dengan *digital mindset* mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari keputusan yang diambil dalam penggunaan teknologi digital.

2) Pentingnya *Digital Mindset*

Digital mindset menjadi semakin penting di era digital karena teknologi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Individu atau organisasi yang memiliki *digital mindset* cenderung lebih adaptif dan mampu mengambil keuntungan dari teknologi digital untuk mencapai tujuan bisnis atau pribadi. Sebuah penelitian oleh Ummah (2023) menyoroti bahwa *digital mindset* menjadi dasar bagi karyawan untuk dapat mendorong perubahan agar perusahaan dapat terus bertahan dan eksis di era digital.

3) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Digital Mindset*

Berikut adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *digital mindset*:

- a) Budaya organisasi: Budaya organisasi yang mendukung penggunaan teknologi digital dapat mempengaruhi *digital mindset* individu di dalam organisasi.
- b) Lingkungan belajar: Individu yang terus belajar dan mengembangkan keterampilan teknologi cenderung memiliki *digital mindset* yang lebih baik.

2.1.4. Perceived Organizational Support

Perceived Organizational Support (POS) adalah persepsi karyawan tentang sejauh mana organisasi memberikan dukungan terhadap kepentingan, kebutuhan, dan kesejahteraan karyawan. Dukungan ini dapat berupa dukungan finansial, dukungan emosional, dukungan informasional, dukungan karir, dan dukungan sosial. Menurut penelitian oleh Rhoades & Eisenberger (2002), POS dianggap sebagai indikator penting dari keterikatan karyawan terhadap organisasi.

1) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Organizational Support*

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi POS antara lain:

- a) Keadilan organisasi: Keadilan dalam perlakuan dan pengambilan keputusan organisasi dapat mempengaruhi POS karyawan. Sebuah penelitian oleh Murniasih & Sudarma (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi dukungan organisasi dan kompetensi pada kinerja karyawan.
- b) Kepemimpinan: Gaya kepemimpinan dan perilaku atasan dapat mempengaruhi POS karyawan. Sebuah penelitian oleh Kristanti et al. (2020) menemukan bahwa pandangan terhadap dukungan organisasi dan kapabilitas organisasi memiliki dampak positif pada performa karyawan.
- c) Kebijakan dan program organisasi: Kebijakan dan program yang mendukung kebutuhan dan kesejahteraan karyawan dapat mempengaruhi POS karyawan. Sebuah penelitian oleh Pratiwi et al. (2019) mengemukakan bahwa program kesejahteraan pegawai dan ketertiban kerja memiliki dampak positif dan signifikan pada peningkatan produktivitas kerja karyawan.

2) Konsekuensi *Perceived Organizational Support*

POS memiliki konsekuensi positif bagi karyawan dan organisasi, antara lain:

- a) Keterikatan karyawan: Karyawan yang merasa didukung oleh organisasi cenderung lebih keterikatan pada organisasi dan

berkomitmen untuk tinggal lebih lama. Sebuah penelitian oleh Rhoades & Eisenberger (2002) menemukan bahwa POS memiliki pengaruh positif terhadap keterikatan karyawan pada organisasi.

b) Kinerja karyawan: Karyawan yang merasa didukung oleh organisasi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Sebuah penelitian oleh Rhoades & Eisenberger (2002) menemukan bahwa POS memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

c) Kesejahteraan karyawan: Karyawan yang merasa didukung oleh organisasi cenderung lebih bahagia dan puas dengan pekerjaannya.

3) Pengukuran *Perceived Organizational Support*

POS dapat diukur menggunakan berbagai instrument, antara lain:

a) Instrumen *Perceived Organizational Support Scale (POS Scale)*: Instrumen ini terdiri dari 8 item yang mengukur persepsi karyawan tentang dukungan organisasi, seperti "Organisasi memperlakukan saya dengan adil" dan "Organisasi memperlakukan saya dengan hormat". Instrumen ini telah digunakan dalam berbagai penelitian dan dianggap sebagai instrumen yang reliabel dan valid untuk mengukur POS.

b) Instrumen *Perceived Support for Training Scale (PSTS)*: Instrumen *Perceived Support for Training Scale (PSTS)* digunakan untuk mengukur persepsi karyawan tentang dukungan organisasi terhadap pelatihan dan pengembangan, seperti "Organisasi memberikan dukungan finansial untuk pelatihan" dan "Organisasi memberikan dukungan informasional untuk pelatihan". Instrumen ini telah digunakan dalam berbagai penelitian dan dianggap sebagai instrumen yang reliabel dan valid untuk mengukur POS dalam konteks pelatihan dan pengembangan.

c) Instrumen *Perceived Supervisor Support Scale (PSSS)*: Instrumen *Perceived Supervisor Support Scale (PSSS)* digunakan untuk mengukur persepsi karyawan tentang dukungan atasan, seperti "Atasan saya memperlakukan saya dengan adil" dan "Atasan saya

memperlakukan saya dengan hormat". Instrumen ini telah digunakan dalam berbagai penelitian dan dianggap sebagai instrumen yang reliabel dan valid untuk mengukur POS dalam konteks dukungan atasan.

2.1.5. Intrinsic Motivation

Intrinsic motivation adalah konsep psikologis yang telah dipelajari secara luas di bidang motivasi dan psikologi. Menurut teori penentuan nasib sendiri (SDT), *intrinsic motivation* mengacu pada dorongan dan minat yang melekat yang dimiliki individu dalam terlibat dalam aktivitas untuk kepentingan mereka sendiri, didorong oleh kepuasan dan kenikmatan internal daripada penghargaan atau tekanan eksternal (Ryan & Deci, 2000). SDT mengemukakan bahwa manusia memiliki tiga kebutuhan psikologis dasar yang mendasari *intrinsic motivation* seperti otonomi, kompetensi, dan keterkaitan. Otonomi mencerminkan kebutuhan untuk memiliki kontrol dan pilihan atas tindakan seseorang, kompetensi berkaitan dengan keinginan untuk menguasai tugas dan mengalami rasa pencapaian, dan keterkaitan melibatkan kebutuhan untuk terhubung dan berhubungan dengan orang lain dengan cara yang lebih memiliki makna.

Penelitian telah secara konsisten menunjukkan efek positif *intrinsic motivation* pada berbagai aspek kehidupan individu, termasuk prestasi kerja, kreativitas, dan kesejahteraan. Zhao et al. (2018) melakukan studi kasus pada *intrinsic motivation* di tempat kerja, menyoroti pentingnya *intrinsic motivation* untuk mendorong kreativitas dan inovasi. Studi tersebut menemukan bahwa orang personal yang dari dalam termotivasi untuk terlibat dalam tugas pekerjaan menunjukkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi dan menghasilkan lebih banyak ide inovatif dibandingkan dengan mereka yang termotivasi secara ekstrinsik.

Selain itu, *intrinsic motivation* telah dikaitkan dengan kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Widyaputra & Dewi (2017) mengeksplorasi hubungan antara *intrinsic motivation* dan kepuasan kerja dan menemukan hubungan positif yang kuat antara keduanya. Mereka mengamati bahwa individu yang termotivasi secara intrinsik mengalami tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi disebabkan oleh

kegembiraan dan kepuasan yang berasal dari keterlibatan dalam tugas pekerjaan mereka. *Intrinsic motivation* juga dikaitkan dengan tingkat kesejahteraan dan kesehatan psikologis yang lebih tinggi, membahas dampak *intrinsic motivation* pada kesejahteraan. Mereka menekankan bahwa aktivitas yang secara intrinsik memotivasi berkontribusi pada kesejahteraan psikologis individu secara keseluruhan, menumbuhkan rasa vitalitas, kebahagiaan, dan pertumbuhan pribadi.

Studi tentang *intrinsic motivation* telah memberikan wawasan yang berharga untuk memahami motivasi dan perilaku manusia. Hal ini memainkan peran penting dalam mendorong keterlibatan individu, kreativitas, kepuasan kerja, dan kesejahteraan. Dengan mengenali dan menumbuhkan *intrinsic motivation*, organisasi dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kebutuhan psikologis individu dan meningkatkan perkembangan mereka secara keseluruhan.

2.1.6. Learning Culture

Learning culture mengacu pada nilai-nilai kolektif, keyakinan, dan praktik dalam suatu organisasi yang mempromosikan pembelajaran berkelanjutan, berbagi pengetahuan, dan pengembangan keterampilan di antara para anggotanya. *Learning culture* adalah komponen penting dalam mengembangkan lingkungan kerja yang mendukung dan berorientasi pada pertumbuhan. Menurut Groele et al. (2019), *learning culture* ditandai dengan keterbukaan, eksperimentasi, kolaborasi, dan komitmen terhadap pembelajaran individu dan organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *learning culture* mempunyai pengaruh yang positif terhadap pekerjaan dalam suatu organisasi.

Penelitian telah menunjukkan efek positif dari *learning culture* pada berbagai hasil organisasi. Menurut Garvin et al. (2008), menunjukkan bahwa *learning culture* tidak hanya mendukung pertumbuhan individu tetapi juga berkontribusi terhadap efektivitas organisasi secara keseluruhan. Salah satu cara untuk menciptakan *learning culture* dapat dilakukan dengan membentuk lingkungan yang mendukung dan mendorong perkembangan pembelajaran baik di tingkat individu maupun organisasi, dan menekankan pentingnya nilai dan penghargaan terhadap proses pembelajaran.

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat komponen penting dalam menciptakan *learning culture*, yaitu menarik dan mengembangkan pemimpin yang tangkas, menciptakan lingkungan yang aman secara psikologis, mendorong percakapan yang lebih baik dan umpan balik yang jujur, serta memprioritaskan pembelajaran di seluruh organisasi (Trovas, 2022).

Learning culture yang kuat telah dikaitkan dengan peningkatan keterlibatan karyawan dan kepuasan kerja. Dalam sebuah studi tentang *learning culture* dan kepuasan kerja, Wisnu (2023) menunjukkan bahwa ketika para pekerja merasa bahwa perusahaan mereka menghargai upaya pembelajaran dan memberikan peluang untuk pertumbuhan, mereka akan lebih puas dan terlibat dalam pekerjaan mereka. Singkatnya, *learning culture* memainkan peran penting dalam mempromosikan pembelajaran berkelanjutan, keterlibatan karyawan, dan kemampuan beradaptasi organisasi. Dengan menumbuhkan budaya yang menghargai dan mendukung pembelajaran, organisasi dapat menciptakan lingkungan di mana individu didorong untuk mengembangkan keterampilan mereka, berbagi pengetahuan, dan berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan organisasi secara keseluruhan.

Beberapa poin penting yang terkait dengan *learning culture* dan kepuasan kerja meliputi:

- 1) Mendorong pertumbuhan dan kemampuan pribadi: *Learning culture* mendorong karyawan untuk mengembangkan pengetahuan dan kompetensi mereka, serta berbagi pengetahuan dan berpartisipasi dalam proses pembelajaran.
- 2) Mempercayai pada sistem pembelajaran: Karyawan yang merasa bahwa organisasi mereka menghargai pembelajaran dan memberikan kesempatan untuk berkembang, akan lebih loyal terhadap perusahaan.
- 3) Membangun budaya belajar yang kuat: *Learning culture* yang baik memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan kemampuan beradaptasi dan berkembang dengan cepat, serta menghadapi tantangan yang muncul dengan cepat.

- 4) Meningkatkan produktivitas dan kualitas pekerjaan: Saat karyawan merasa mendapat dukungan dalam usaha mereka untuk belajar dan berkembang, mereka menjadi lebih termotivasi dan antusias dalam menjalankan tugasnya, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas dan kualitas pekerjaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Untuk menjelaskan konteks dan bagaimana metodologi penelitian dipilih dan dilakukan, peneliti menggunakan beberapa penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai referensi untuk penelitian saat ini. Penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis / Judul / Nama Jurnal	Temuan
1	Anwar (2018) <i>The Influence of Job Satisfaction on Intention to Stay: A Study of Generation Z Employees in Creative Industry in Indonesia</i> International Journal of Business and Management Invention	Hasil studi menunjukkan bahwa kepuasan kerja berdampak positif dan signifikan terhadap niat bertahan karyawan Generasi Z di sektor kreatif Indonesia. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan kerja karyawan Generasi Z, semakin besar niat mereka untuk tetap bekerja di perusahaan tersebut.
2	Yonatha dan Suryani (2020) <i>The Effect of Employee Empowerment and Organizational Culture on Intention to Stay of Gen Z Employees in Creative Industry in Bandung City</i> Journal of Management and Business Review	Temuan dari studi menunjukkan bahwa pemberdayaan tenaga kerja dan kebudayaan organisasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di sektor kreatif di Kota Bandung. Semakin tinggi tingkat pemberdayaan karyawan dan semakin kokoh budaya organisasi yang diterapkan di perusahaan, semakin tinggi pula keinginan karyawan Generasi Z untuk tetap bekerja di perusahaan tersebut.
3	Wu dan Chang (2019) <i>Factors Affecting the Intention to Stay of Generation Z in the Creative Industry in Taiwan</i>	Penelitian ini mencerminkan bahwa kepuasan kerja, komitmen terhadap organisasi, dan keseimbangan antara kehidupan kerja berperan sebagai faktor-faktor yang berdampak positif dan signifikan terhadap keinginan

	International Journal of Business and Society	untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di sektor kreatif di Taiwan. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti usia dan jenis kelamin karyawan Generasi Z tidak memiliki pengaruh terhadap keinginan mereka untuk bertahan di perusahaan.
4	Kou dan Chou (2020) <i>The Impact of Job Satisfaction on Turnover Intentions among Generation Z in the Creative Industry</i> Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap niat untuk beralih pekerjaan pada karyawan Generasi Z di sektor kreatif di Taiwan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan Generasi Z, semakin rendah niat mereka untuk pindah pekerjaan. Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga menyoroti bahwa jenis kelamin karyawan Generasi Z tidak memiliki pengaruh pada korelasi antara kepuasan kerja dan niat untuk beralih pekerjaan.
5	Thumrongyong dan Promsri (2020) <i>The Influence of Work-Life Balance and Compensation on Intention to Stay of Generation Z Employees in Creative Industry in Thailand</i> International Journal of Innovation, Creativity and Change	Temuan dari studi menunjukkan bahwa keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di sektor kreatif di Thailand. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan bahwa kompensasi memengaruhi positif dan signifikan tingkat kepuasan kerja dan keinginan untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di industri kreatif di Thailand. Dengan kata lain, semakin baik keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan serta semakin tinggi tingkat kompensasi yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat kepuasan kerja dan semakin besar keinginan untuk tetap bekerja dari karyawan Generasi Z.
6	Sari dan Rachmawati (2020)	Temuan dari penelitian mengindikasikan bahwa dukungan dari organisasi memiliki dampak positif dan

	<p><i>The Effect of Organizational Support on Intention to Stay of Generation Z Employees in Creative Industry</i></p> <p>Journal of Management and Business Review</p>	<p>signifikan terhadap keinginan untuk tetap bekerja pada karyawan Generasi Z di sektor kreatif. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan kerja dapat memperkuat pengaruh positif dukungan organisasional terhadap keinginan untuk tetap bekerja. Dengan kata lain, semakin besar dukungan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi keinginan untuk tetap bekerja yang dimiliki oleh karyawan Generasi Z di sektor kreatif.</p>
7	<p>Sutanto dan Kristina (2019)</p> <p><i>The Effect of Work Environment on Intention to Stay of Generation Z Employees in Creative Industry in Indonesia</i></p> <p>International Journal of Innovation, Creativity and Change</p>	<p>Temuan dari studi mencerminkan bahwa niat untuk tetap bekerja pada karyawan Generasi Z di sektor kreatif dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kondisi lingkungan kerja. Semakin membaik lingkungan kerja yang disediakan oleh perusahaan, semakin meningkat pula keinginan karyawan Generasi Z untuk tetap bekerja di industri kreatif tersebut.</p>
8	<p>Chang dan Ng (2018)</p> <p><i>The Role of Career Development and Job Security in Affecting Intention to Stay of Generation Z Employees in Creative Industry in Malaysia</i></p> <p>Journal of Human Resources Management Research</p>	<p>Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa upaya pengembangan karir dan jaminan keamanan pekerjaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di sektor kreatif di Malaysia. Semakin optimal pengembangan karir dan keamanan kerja yang disediakan oleh perusahaan, semakin tinggi pula keinginan karyawan Generasi Z untuk mempertahankan pekerjaan mereka di industri kreatif tersebut.</p>
9	<p>Vu (2018)</p> <p><i>The Influence of Training and Development on Intention to Stay of Generation Z Employees in Creative Industry in Vietnam</i></p> <p>International Journal of Business and Management</p>	<p>Temuan dari penelitian mencerminkan bahwa pelatihan dan pengembangan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keinginan untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di sektor kreatif di Vietnam. Semakin optimal pelatihan dan pengembangan yang diselenggarakan oleh perusahaan, semakin besar keinginan karyawan</p>

		Generasi Z untuk mempertahankan posisi mereka di industri kreatif tersebut.
10	Lin dan Wang (2019) <i>The Impact of Leadership Style and Communication on Intention to Stay of Generation Z Employees in Creative Industry in China</i> Journal of Business and Management	Temuan dari studi mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan transformasional dan komunikasi organisasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat untuk tetap bekerja bagi karyawan Generasi Z di sektor kreatif di China.

Sumber: Diolah Penulis (2023)

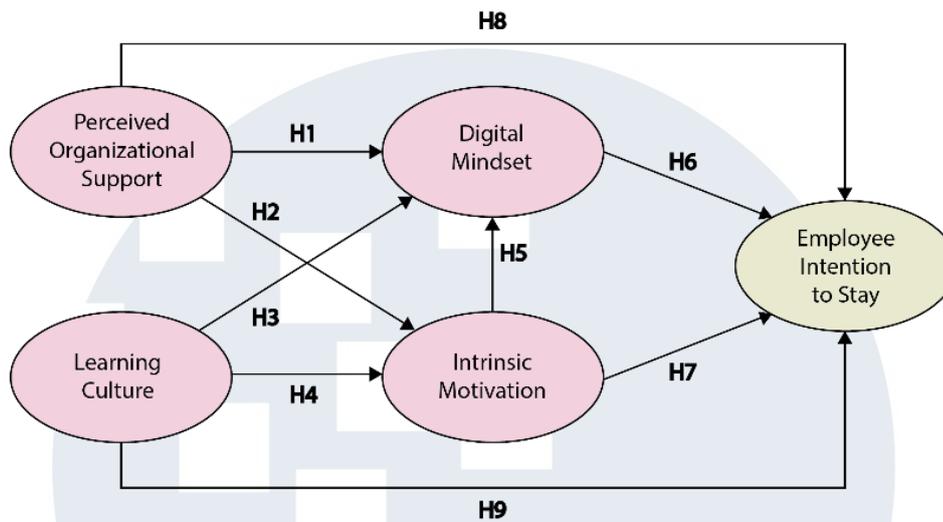
2.3. Kesenjangan Penelitian

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penggunaan variabel *digital mindset* sebagai salah satu anteseden utama, baik untuk memprediksi *perceived organizational support* dan *employee intention to stay*. Sepanjang penelusuran peneliti, riset sejenis ini masih sangat jarang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan yang belum dibahas pada penelitian sebelumnya.

2.4. Kerangka Konseptual

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian yang disampaikan pada bagian sebelumnya, penelitian ini mengkaji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *employee intention to stay* Generasi Z di industri kreatif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber: Diolah Penulis (2023)

2.5. Hipotesis

Terdapat beberapa hipotesis pada penelitian akademik ini yaitu:

1) Hubungan antara Perceived Organizational Support dan Digital Mindset di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Fatia (2019) menunjukkan bahwa pandangan individu terhadap dukungan organisasi dapat mempengaruhi pengembangan dan penerapan pemikiran digital di dalam kerangka industri kreatif. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Almutaqin (2018) menunjukkan bahwa perceived organizational support berperan penting dalam mempengaruhi penerimaan teknologi dan kesiapan individu dalam mengadopsi inovasi digital. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H1: *Perceived organizational support* mempunyai pengaruh positif terhadap *digital mindset* di industri kreatif.

2) Hubungan antara Perceived Organizational Support dan Intrinsic Motivation di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Fahrizal & Utama (2017) menunjukkan bahwa dukungan organisasi yang dirasakan oleh karyawan dapat meningkatkan tingkat *intrinsic motivation* mereka dalam industri kreatif. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan adanya hubungan positif antara *perceived organizational support* dan *intrinsic motivation* di sektor perhotelan, yang dapat diterapkan juga pada industri kreatif. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H2: *Perceived organizational support* mempunyai pengaruh positif terhadap *intrinsic motivation* di industri kreatif.

3) Hubungan antara Learning Culture dan Digital Mindset di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Roikhah et al. (2023) menemukan bahwa adanya *learning culture* yang kuat di organisasi dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi digital. Selain itu, penelitian juga mengindikasikan bahwa *learning culture* yang mendorong eksplorasi dan inovasi berhubungan positif dengan pengembangan *digital mindset* dalam konteks industri kreatif. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H3: *Learning culture* mempunyai pengaruh positif terhadap *digital mindset* di industri kreatif.

4) Hubungan antara Learning Culture dan Intrinsic Motivation di Industri Kreatif

Penelitian oleh Yahya (2015) menunjukkan bahwa organisasi dengan *learning culture* yang kuat mampu mempengaruhi *intrinsic motivation* individu di dalam industri kreatif. Penelitian ini membahas pengaruh dari *organizational learning culture* dan kepuasan kerja terhadap *motivation to transfer learning*. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari *organizational learning*

culture dan kepuasan kerja terhadap *motivation to transfer learning*.

Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H4: *Learning culture* mempunyai pengaruh positif terhadap *intrinsic motivation* di industri kreatif.

5) Hubungan antara Intrinsic Motivation dan Digital Mindset di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Sufi & Suharti (2021) menemukan bahwa *intrinsic motivation* individu dapat mempengaruhi adopsi dan pemanfaatan teknologi informasi dengan sikap yang positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi intrinsik dan pengetahuan digital berpengaruh positif secara signifikan terhadap ke siapan digitalisasi, juga menunjukkan bahwa tingkat *intrinsic motivation* yang tinggi berhubungan dengan kecenderungan individu untuk menggunakan dan mengembangkan pemahaman digital. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H5: *Intrinsic motivation* mempunyai pengaruh positif terhadap *digital mindset* di industri kreatif.

6) Hubungan antara Digital Mindset dan Employee Intention to Stay di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Hak (2015) menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki tingkat digital mindset yang tinggi cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk bertahan di organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan penerimaan terhadap teknologi digital berhubungan positif dengan niat karyawan untuk tetap berada dalam organisasi. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H6: *Digital mindset* mempunyai pengaruh positif terhadap *employee intention to stay* di industri kreatif.

7) Hubungan antara Intrinsic Motivation dan Employee Intention to Stay di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Hantono et al. (2023) menunjukkan bahwa *intrinsic motivation* memiliki hubungan positif dengan niat

karyawan untuk bertahan di organisasi. Penelitian ini membahas pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap niat untuk menggunakan sistem dengan kinerja sebagai variabel moderasi. Penelitian ini penting karena penilaian terhadap teknologi akan membentuk sikap dan niat individu terhadap penggunaan teknologi. Ketika individu merasakan kepuasan intrinsik dalam pekerjaan mereka, mereka cenderung memiliki motivasi yang tinggi untuk tetap tinggal dan berkontribusi dalam organisasi. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H7: *Intrinsic motivation* mempunyai pengaruh positif terhadap *employee intention to stay* di industri kreatif.

8) Hubungan antara Perceived Organizational Support dan Employee Intention to Stay di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Andra et al. (2022) menunjukkan bahwa *perceived organizational support* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *employee intention to stay* di industri kreatif. Penelitian ini membahas pengaruh dari *perceived organizational support* dan *organizational culture* terhadap *work-life balance* karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan organisasi yang dirasakan oleh karyawan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keseimbangan kehidupan kerja. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

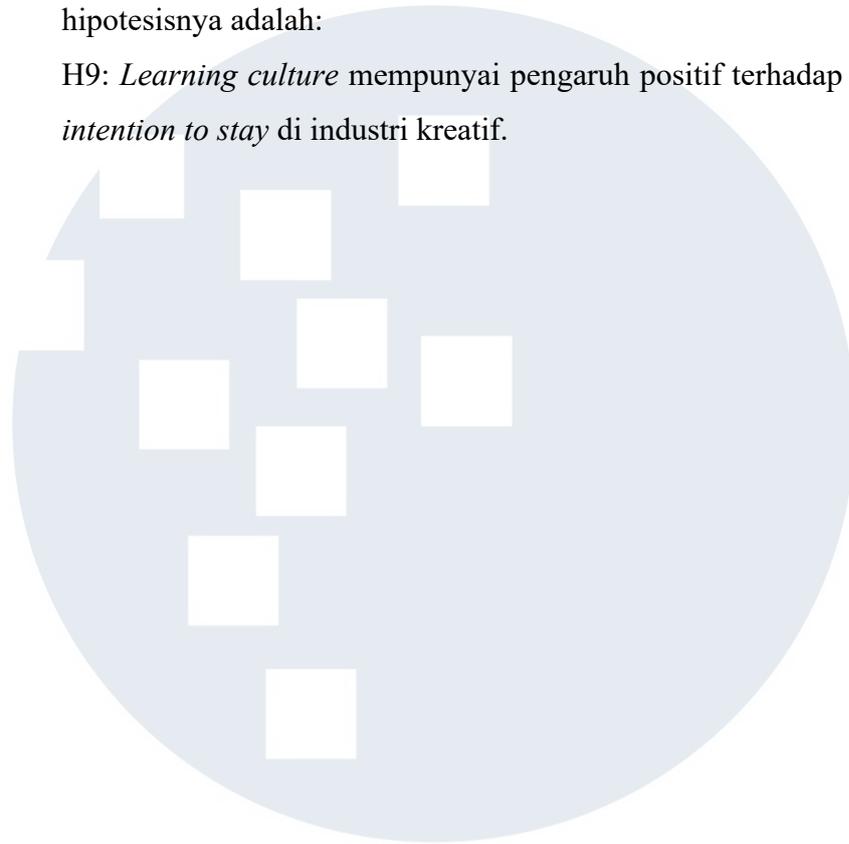
H8: *Perceived organizational support* mempunyai pengaruh positif terhadap *employee intention to stay* di industri kreatif.

9) Hubungan antara Learning Culture dan Employee Intention to Stay di Industri Kreatif

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarto (2012) menunjukkan bahwa *learning culture* yang kuat dalam organisasi berhubungan dengan kepuasan kerja dan niat karyawan untuk tetap bertahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *learning culture* yang mendorong pengembangan kompetensi dan pertumbuhan individu berhubungan positif dengan niat

karyawan untuk tetap berada dalam organisasi. Oleh karena itu, hipotesisnya adalah:

H9: *Learning culture* mempunyai pengaruh positif terhadap *employee intention to stay* di industri kreatif.



U M M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A