

BAB 1

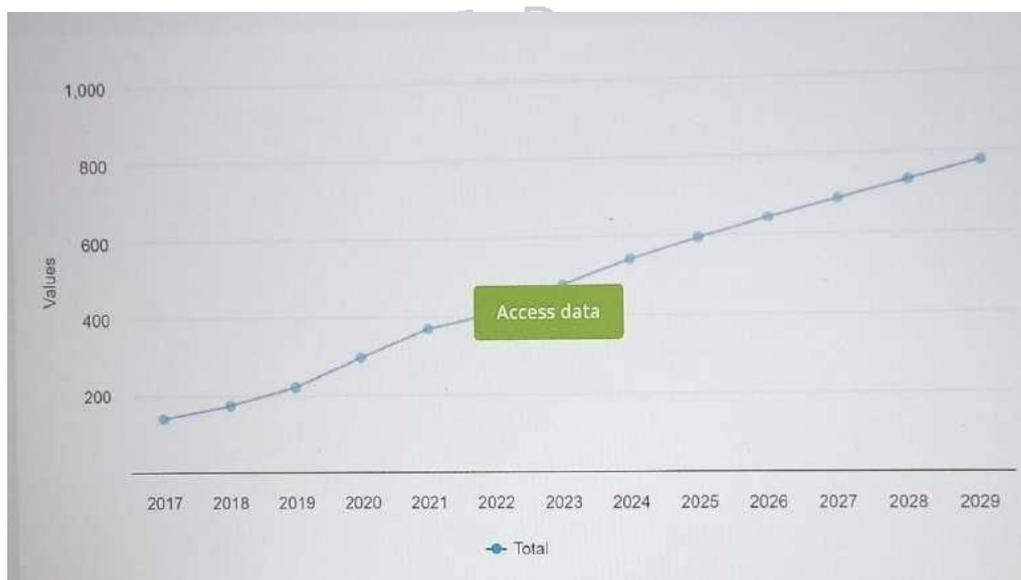
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan semakin kokohnya ekosistem digital di kancah global, terjadi transformasi yang mendalam dalam lanskap produksi dan distribusi konten. Munculnya platform seperti TikTok dan Instagram telah membuka panggung baru bagi para kreator konten independen, yang kini mampu menjangkau audiens global dengan jumlah jutaan. Kesuksesan para kreator ini tidak hanya menantang model bisnis media konvensional, tetapi juga memicu inovasi dalam format konten yang cenderung lebih ringkas, mengedepankan interaktivitas, serta dipersonalisasi sesuai dengan preferensi pengguna (IAB, 2023). Lebih jauh lagi, integrasi teknologi mutakhir seperti kecerdasan buatan (AI) dan realitas virtual (VR) ke dalam industri video streaming mulai membuka babak baru dalam pengalaman menonton, menjanjikan sensasi yang lebih imersif dan adaptif terhadap selera individu (PwC, 2022). Menurut catatan dari Statista pada tahun 2024, pertumbuhan pasar video streaming dalam beberapa tahun belakangan ini sangat signifikan. Hal ini didorong oleh semakin luasnya jangkauan internet dan meningkatnya penggunaan perangkat seluler. Peristiwa ini tidak sekadar mengubah bagaimana masyarakat menikmati media, melainkan juga menciptakan kesempatan baru bagi para pembuat konten serta perusahaan media untuk menjangkau khalayak di seluruh dunia (Statista, 2024).

Laporan dari Statista (2024) memproyeksikan bahwa pendapatan pasar video streaming global akan mencapai US\$116,80 miliar pada tahun 2024, sebuah indikasi kuat dari pertumbuhan eksponensial sektor ini. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan ketersediaan konten berkualitas tinggi, peningkatan kecepatan internet, dan adopsi perangkat seluler yang semakin luas. Selain itu, platform streaming juga menawarkan fleksibilitas dan kenyamanan yang tidak dapat ditawarkan oleh media tradisional, contohnya keleluasaan untuk menikmati tontonan tanpa terikat waktu dan lokasi. Hal ini telah menyebabkan pergeseran signifikan dalam preferensi konsumen, dengan semakin banyak orang yang memilih untuk menonton film, acara TV, dan video lainnya secara daring. Transformasi ini juga berdampak pada model bisnis industri media dan hiburan.

Perusahaan media tradisional harus beradaptasi dengan perubahan ini dengan mengembangkan platform streaming mereka sendiri atau bermitra dengan platform yang sudah ada. Selain itu, munculnya kreator konten independen telah menciptakan lanskap media yang lebih beragam dan kompetitif. Kreator konten ini memanfaatkan platform seperti YouTube dan TikTok untuk menjangkau audiens global dan menghasilkan pendapatan melalui iklan, sponsor, dan penjualan merchandise. Dengan demikian, industri media dan hiburan digital terus berkembang dan berinovasi, menciptakan peluang baru bagi kreator konten, perusahaan media, dan konsumen.



Gambar 1.1 Revenue in the Video Streaming (SVoD) market worldwide is projected to reach (Statista Market Insights 2025)

Munculnya platform seperti YouTube dan TikTok telah memberdayakan individu untuk menjadi pencipta konten, mengubah lanskap media secara signifikan (Liputan6. com, 2023). Konten buatan pengguna kini menjadi sumber hiburan dan informasi yang signifikan, menantang dominasi media tradisional. Liputan6. com (2023) menyatakan, "YouTube telah menjadi platform global untuk ekspresi diri dan kreativitas, memungkinkan individu untuk berbagi cerita, bakat, dan ide mereka dengan dunia". Hal ini menandai pergeseran fundamental dalam distribusi dan konsumsi media, di mana individu melampaui peran konsumen pasif dan kini berperan sebagai produsen konten digital yang aktif. Perlu dicatat bahwa YouTube kini telah menjelma menjadi salah satu platform digital terkemuka dan paling

banyak digunakan di seluruh dunia. Diperkirakan platform ini memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif setiap bulannya dan mengalamirata-rata 500 jam konten video yang diunggah setiap menitnya. Popularitasnya terus tumbuh secara eksponensial. Angka-angka luar biasa ini menunjukkan di mana YouTube bukan sekadar tempat untuk berbagi video, tetapi juga menjadi ekosistem yang dinamis yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian global. Dengan jangkauan yang sangat luas dan beragam, YouTube telah membuka pintu bagi banyak individu dan perusahaan untuk berpartisipasi dalam ekonomi kreatif yang berkembang pesat. Fenomena ini telah menciptakan lapangan kerja baru, mendorong inovasi, dan memfasilitasi pertukaran budaya global. Dampak dari kepopuleran YouTube sangat besar, bukan hanya bagi para pembuat konten, tetapi juga bagi perusahaan yang mencari cara inovatif untuk memasarkan produk mereka.

Platform ini telah memberikan peluang emas bagi banyak merek untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan strategi pemasaran yang lebih terintegrasi. Perusahaan-perusahaan kini menyadari potensi YouTube sebagai alat pemasaran yang efektif, dengan memanfaatkan video untuk membangun merek, meningkatkan kesadaran produk, dan mendorong penjualan. Selain itu, YouTube juga telah menjadi platform penting untuk pendidikan dan pembelajaran, dengan banyak guru dan instruktur yang menggunakan video untuk menyampaikan materi pelajaran dan berbagi pengetahuan. Hasilnya, YouTube telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital kita, yang berdampak besar pada cara kita berkomunikasi, belajar, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

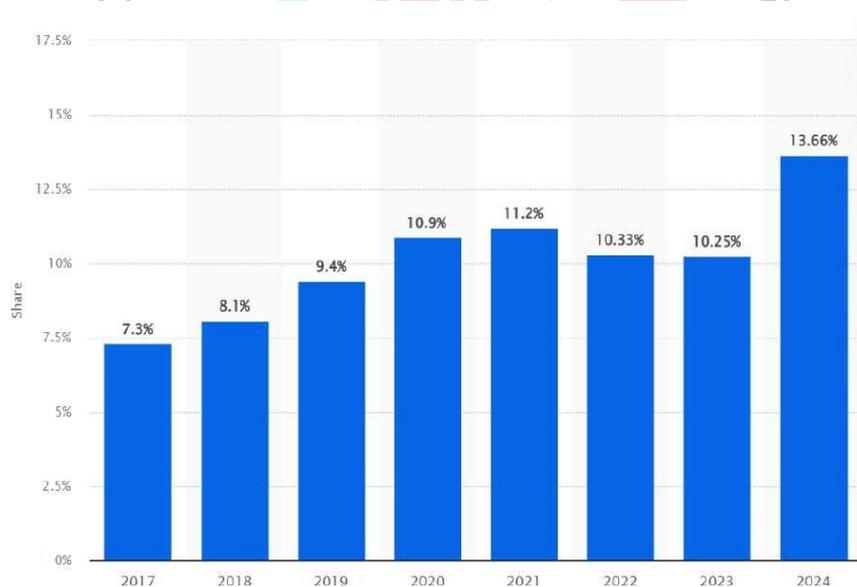
Year	YouTube Monthly Active Users
2024	2.50 billion
2023	2.70 billion
2022	2.68 billion
2021	2.5 billion
2020	2.3 billion
2019	2 billion
2018	1.8 billion
2017	1.6 billion
2016	1.5 billion
2015	1.3 billion
2014	1.1 billion
2013	1 billion
2012	700 million
2011	500 million
2010	200 million

Gambar 1.2 *Youtube User* (Youtube Statistik)

Di tahun 2024, YouTube mencatatkan kontribusi signifikan terhadap pendapatan Google, di mana sekitar 13,66 persen dari total pendapatan raksasa teknologi tersebut berasal dari iklan yang ditayangkan di platform video mereka. Angka ini mencerminkan pertumbuhan pesat, dengan pendapatan iklan tahunan YouTube mencapai 36,1 miliar dolar US, melonjak dari 31,5 miliar dolar US pada tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bagaimana YouTube, melalui peran pembuat kontennya, telah menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan perekonomian kreatif global. Fenomena ini tidak hanya memperkuat posisi YouTube sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai kekuatan ekonomi yang signifikan, di mana para pembuat konten berperan sebagai penggerak utama dalam ekosistem digital. Pendekatan pemasaran yang memanfaatkan keahlian dan pengaruh pembuat konten di YouTube bertujuan untuk menciptakan resonansi yang lebih mendalam dengan audiens.

Menurut Mukarrom (2025), “konten video yang dihasilkan oleh pengguna memiliki dampak yang lebih besar dalam membangun persepsi positif terhadap merek dibandingkan dengan konten iklan tradisional”. Hal ini menekankan bahwa reputasi dan daya tarik yang dimiliki YouTube sebagai platform bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kredibilitas dan pemahaman konsumen terhadap produk. Melalui kolaborasi yang strategis antara merek dan pembuat konten, pesan pemasaran dapat disampaikan dengan cara yang lebih autentik dan

relevan, memperkuat ikatan dengan audiens. Dengan terus melahirkan dan memfasilitasi interaksi antara pembuat konten dan merek, YouTube tak pelak lagi berperan sebagai salah satu pilar penting dalam ekosistem pemasaran modern dan kontribusi terhadap ekonomi digital semakin tak terbantahkan. Secara keseluruhan, kepopuleran YouTube bukan hanya sebuah fenomena hiburan, tetapi juga fenomena bisnis yang membawa dampak luas terhadap perekonomian global. Kolaborasi antara merek dan pembuat konten di platform ini memfasilitasi pertumbuhan sektor kreatif, menciptakan lapangan kerja baru, dan mengubah tata cara orang berbisnis di era digital ini. YouTube telah menjadi katalisator bagi inovasi pemasaran, memungkinkan merek untuk bereksperimen dengan format konten baru dan menjangkau audiens melalui cara yang tadinya tidak terpikirkan. Tak hanya itu, platform ini juga telah memberdayakan individu untuk menjadi pengusaha digital, mengubah hobi dan bakat mereka menjadi sumber pendapatan yang signifikan. Dengan demikian, YouTube tidak hanya mengubah cara kita mengonsumsi media, tetapi juga cara kita berpartisipasi dalam ekonomi global.



Gambar 1.3 Pendapatan iklan YouTube sebagai persentase pendapatan global Google (statitista 2025)

DNA Creative Agency, sebagai entitas yang bergerak di garis depan industri media digital, khususnya dalam produksi konten untuk platform YouTube, merupakan representasi nyata dari dinamika dan potensi ekonomi. Industri media digital yang terus berkembang pesat, dengan YouTube sebagai pemain kunci yang

mendominasi lanskap konsumsi video daring (Murray, et al. , 2024), menciptakan ekosistem kerja yang unik dan menuntut. Karyawan di DNA Creative Agency dituntut untuk terus berinovasi, menghasilkan konten yang menarik dan relevan dalam lingkungan digital yang berubah dengan cepat, serta beradaptasi dengan tren dan algoritma platform YouTube yang dinamis. Kesuksesan perusahaan sangat bergantung pada kinerja dan kreativitas sumber daya manusianya, yang secara langsung berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital melalui produksi konten, penarikan audiens, dan potensi monetisasi.

Dalam konteks operasional DNA Creative Agency, performa karyawan menjadi fondasi utama keberhasilan perusahaan di tengah persaingan industri yang ketat. Namun, observasi awal menunjukkan adanya indikasi penurunan kinerja karyawan, sebuah fenomena yang perlu diinvestigasi secara mendalam. Mengingat sifat industri media digital yang sangat kolaboratif dan kreatif, peran kepemimpinan (*leadership*) diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap bagaimana karyawan merasa termotivasi, terlibat, dan pada akhirnya, bagaimana mereka berkinerja. Kepemimpinan yang efektif diharapkan mampu menciptakan visi yang jelas, memberikan dukungan yang dibutuhkan, memfasilitasi komunikasi yang baik, dan membangun budaya kerja yang positif, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kinerja karyawan.

Pemilihan *leadership* sebagai variabel independen dalam penelitian ini didasarkan pada asumsi teoritis dan observasi praktis bahwa gaya kepemimpinan yang diterapkan dalam organisasi memiliki dampak langsung terhadap perilaku dan hasil kerja karyawan (Mukmin & Prasetyo, 2021). Dalam industri kreatif seperti produksi konten YouTube, di mana inovasi, kolaborasi tim, dan kemampuan beradaptasi sangat dihargai, peran seorang pemimpin dalam memotivasi, menginspirasi, dan mengarahkan tim menjadi krusial. Gaya kepemimpinan yang suportif dan transformasional, misalnya, dapat memberdayakan karyawan untuk mengeluarkan potensi kreatif mereka dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Sebaliknya, gaya kepemimpinan yang kurang efektif atau tidak sesuai dengan kebutuhan tim kreatif justru dapat menghambat kinerja dan menurunkan motivasi. Dugaan kuat bahwa *leadership* menjadi salah satu faktor kunci yang berkontribusi terhadap penurunan kinerja karyawan di DNA Creative Agency muncul dari

kemungkinan adanya misalignment antara gaya kepemimpinan yang diterapkan dengan kebutuhan dan harapan tim kreatif. Misalnya, kurangnya arahan yang jelas, komunikasi yang buruk, kurangnya pengakuan atas kontribusi, atau gaya kepemimpinan yang terlalu otoriter dapat menciptakan lingkungan kerja yang tidak kondusif, yang pada akhirnya berdampak negatif pada kepuasan kerja (job satisfaction) dan kinerja karyawan. Job satisfaction, sebagai variabel intervening, diyakini memainkan peran penting dalam menghubungkan *leadership* dengan employee performance. Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan mereka, termasuk dalam hal bagaimana mereka dipimpin, cenderung lebih termotivasi, produktif, dan memiliki kinerja yang lebih baik (Ramadhani & Barus, 2024).

Kinerja karyawan atau employee performance mengacu pada hasil kerja karyawan yang luar biasa, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diemban (Suryani & Sarmawa, 2021). Capaian kerja karyawan adalah sebuah aspek krusial dalam keberhasilan sebuah organisasi. Pasalnya, ini merefleksikan seberapa jauh karyawan mampu mewujudkan target kinerja yang telah ditentukan oleh organisasi. Capaian kerja seorang pekerja tidak hanya ditentukan oleh potensi dirinya, melainkan juga oleh elemen-elemen di luar dirinya yang dapat memengaruhi efisiensi kerjanya. Salah satu determinan utama dari elemen eksternal ini adalah kepemimpinan dalam perusahaan (Suryani & Sarmawa, 2021).

Gaya kepemimpinan memiliki dampak yang substansial pada kinerja karyawan, terutama ketika beradaptasi dengan perubahan lingkungan kerja yang dinamis (Purwanto et al. , 2020). Kinerja karyawan dapat ditilik dari beberapa kriteria, termasuk mutu pekerjaan, output kerja, efisiensi waktu, dan keberdayagunaan dalam penggunaan sumber daya organisasi (Wijaya & Susanti, 2023). Terdapat korelasi positif antara kepemimpinan transformasional dan peningkatan kinerja karyawan. Pemimpin yang dapat membangun ide dan semangat karyawan berpotensi menghasilkan performa karyawan yang lebih unggul (Rahman et al. , 2022).

Sangat penting memahami kinerja karyawan sebagai hasil dari interaksi kompleks antara berbagai elemen organisasi (Pratama & Aima, 2021). Mereka mengungkapkan bahwa “Kepemimpinan yang efektif bukan sekadar memengaruhi performa individu, akan tetapi juga memberikan sumbangsih pada penciptaan lingkungan kerja yang mendukung peningkatan produktivitas secara keseluruhan.”

Pemimpin yang juga dapat mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi dalam proses kerja, sambil tetap menjaga nilai-nilai humanis dalam kepemimpinannya, cenderung lebih berhasil dalam mendorong peningkatan kinerja karyawan di era digital (Hidayat & Nugroho, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pemimpin tidak hanya harus fokus pada pengaruh interpersonal, tetapi juga harus mampu memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas tim. Dengan demikian, kinerja karyawan adalah hasil dari interaksi kompleks antara kemampuan individu, gaya kepemimpinan, serta kepuasan kerja dan budaya organisasi yang ada.

Kepemimpinan adalah proses yang sangat penting dalam memengaruhi dan memandu perilaku orang lain untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan, melalui komunikasi, motivasi, dan pemberian arahan (Purwanto et al. , 2020). Dalam konteks ini, kepemimpinan memainkan peran vital dalam membentuk dan mengarahkan kinerja karyawan. Seorang pemimpin yang efektif memiliki kemampuan untuk memengaruhi dan membimbing karyawannya, sehingga mereka dapat berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan organisasi. Pemimpin yang mampu menginspirasi dan memberdayakan karyawan tidak hanya menciptakan tim yang produktif, tetapi juga mendorong inovasi dan kreativitas di lingkungan kerja.

Melalui komunikasi yang jelas, motivasi yang tepat, dan pemberian arahan yang konstruktif, pemimpin dapat menciptakan atmosfer kerja yang mendukung peningkatan kinerja (Bass & Riggio, 2020). Lebih jauh lagi, kepemimpinan yang baik memiliki dampak besar dalam membangun kepuasan kerja di antara karyawan. Kepuasan kerja, yang merupakan keadaan emosional positif yang dihasilkan dari penilaian individu terhadap pekerjaannya, sangat dipengaruhi oleh gaya dan kualitas kepemimpinan dalam organisasi. Pemimpin yang menghargai kontribusi karyawan dan memberikan umpan balik yang konstruktif dapat meningkatkan kepuasan kerja dan loyalitas karyawan (Hidayat & Nugroho, 2021). Pemimpin yang berkomitmen untuk mendukung pengembangan karier karyawan akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan produktif (Hidayat & Nugroho, 2021).

Kepemimpinan transformatif yang mengedepankan komunikasi dan kolaborasi mampu menciptakan kepuasan kerja yang lebih tinggi di kalangan karyawan dan mengurangi tingkat turnover. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas hubungan antara pemimpin dan karyawan berpengaruh signifikan terhadap

suasana kerja dan motivasi tim (Rasli et al. , 2023). Dalam era yang semakin kompleks ini, kemampuan pemimpin untuk membangun hubungan yang kuat, memberikan dukungan, dan menciptakan ruang untuk pengembangan individu menjadi kunci utama dalam mencapai kinerja organisasi yang tinggi. Dengan menciptakan lingkungan yang positif dan mendukung, kepemimpinan yang efektif dapat memotivasi karyawan untuk berusaha lebih keras dan berkontribusi lebih banyak, yang pada gilirannya akan mendukung pencapaian tujuan strategis organisasi.

Tinjauan mengenai kinerja pegawai dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang memengaruhi. Salah satu temuan penting dari penelitian yang dilakukan oleh Makalew et al. (2021) menunjukkan bahwa kepemimpinan memiliki dampak positif terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepemimpinan tidak hanya berpengaruh positif tetapi juga signifikan terhadap kinerja pegawai. Gaya kepemimpinan yang diterapkan seorang pimpinan mencerminkan keyakinannya terhadap kemampuan anggotanya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebaliknya, gaya kepemimpinan yang kurang memperhatikan kesejahteraan anggota dapat mengakibatkan penurunan produktivitas kerja. Dengan demikian, penting bagi gaya kepemimpinan untuk mampu memotivasi serta mengubah sikap, tindakan, dan perilaku anggota agar sejalan dengan tujuan dan kepentingan organisasi.

Sementara pada penelitian lainnya dapat dijumpai pernyataan yang berbeda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwipayana & Farida Ferine (2023), dapat diketahui bahwasanya kepemimpinan tidak memengaruhi kinerja pegawai. Pada dasarnya terdapat beragam model kepemimpinan yang diterapkan dalam sebuah organisasi, namun tidak seluruhnya dapat berjalan secara efektif dalam meningkatkan kinerja pegawai. Selain itu, alasan penolakan didasarkan pada fakta bahwa setiap lembaga atau perusahaan dilengkapi dengan prosedur operasi standar (standard operating procedure/SOP) yang jelas dan pembagian tugas dan tanggung jawab yang berbeda, sehingga memastikan berfungsinya sistem kerja secara efektif tanpa perlu adanya pengawasan yang ketat dari pimpinan. Akibatnya, kepemimpinan memberikan pengaruh yang minimal terhadap kinerja karyawan, dan model kepemimpinan dengan jenis apa pun tidak memainkan peranan yang terlalu krusial

(Sari & Martha, 2022).

Kepuasan kerja (job satisfaction) adalah ketika seseorang merasa senang dengan pekerjaannya. Ini adalah saat seseorang merasa senang dengan pekerjaannya dan hal-hal yang menyertainya. Hal ini mencakup hal-hal seperti berapa banyak seseorang dibayar, kondisi tempatnya bekerja, orang-orang yang bekerja dengannya, dan peluang yang dia miliki untuk berkembang dalam kariernya. Orang yang puas dengan pekerjaannya cenderung bekerja lebih baik karena mereka lebih bersemangat untuk melakukan yang terbaik dalam setiap tugas yang mereka kerjakan (Wijaya & Firdaus, 2022). Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya cenderung menunjukkan kinerja yang lebih baik karena mereka lebih termotivasi untuk memberikan usaha terbaik dalam setiap tugas yang diemban. Kepuasan kerja yang tinggi merupakan bahan bakar bagi karyawan untuk berinovasi dan berkontribusi secara aktif terhadap tujuan organisasi (Singh & Gupta, 2023). Tenaga kerja yang merasa diperhitungkan dan dihargai akan lebih cenderung memberikan kinerja yang optimal, menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif dan harmonis. Sebaliknya, kinerja yang baik juga memiliki dampak positif terhadap kepuasan kerja.

Job satisfaction sendiri membawakan respons yang beragam terhadap kinerja karyawan dalam suatu perusahaan, seperti yang diutarakan oleh Puspitawati & Atmaja (2021) yang menyatakan bahwasanya kepuasan dalam bekerja pada dasarnya tidak membawakan dampak yang signifikan terhadap kinerja dari pegawai. Kecenderungan kinerja yang baik dari perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang dinilai lebih komprehensif seperti dari sisi pendapatan maupun stres kerja akibat beban kerja yang diterima. Tidak jarang ditemukan ketika pekerja terlalu nyaman dengan pekerjaannya, justru terjadi penurunan kinerja akibat dari adanya potensi mengesampingkan pekerjaan yang dibebankan dan lebih memilih bersantai akibat dari kondisi dan lingkungan kerja yang terlalu nyaman (Thalia et al. , 2024).

Sementara hasil yang berbeda dinyatakan oleh Kristian & Ferijani (2020) dalam penelitiannya yang mengutarakan bahwasanya job satisfaction membawakan efek menguntungkan dan krusial terhadap capaian kerja karyawan. Salah satu aspek mendasar yang memengaruhi seberapa baik dan banyak karyawan bekerja adalah tingkat kesejahteraan mereka di tempat kerja. Lingkungan kerja yang nyaman

memiliki andil signifikan dalam membentuk performa karyawan. Hal-hal krusial seperti fasilitas yang lengkap, desain ruangan kerja yang ergonomis, dan pembagian ruangan pribadi serta ruang kerja bersama perlu dipertimbangkan. Karyawan yang merasa nyaman cenderung lebih termotivasi dan berdedikasi pada pekerjaannya. Secara garis besar, keamanan, kenyamanan, dan kesehatan lingkungan kerja bersama-sama menciptakan dasar yang kuat untuk kinerja karyawan. Fokus perusahaan pada keamanan, kenyamanan, dan lingkungan kerja yang kondusif berdampak ganda, yaitu meningkatkan kesehatan karyawan sekaligus memperkuat loyalitas dan citra perusahaan di hadapan publik (Abdillah et al. , 2024).

Ketika karyawan dapat mencapai tujuan dan merasa sukses dalam pekerjaannya, mereka cenderung merasa dihargai. Ada korelasi dua arah antara performa karyawan dan tingkat kepuasan mereka dalam bekerja. Karyawan yang berprestasi cenderung merasa lebih puas, sementara mereka yang merasa puas juga sering menunjukkan performa yang lebih baik (Rahman et al. , 2021). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan, kepemimpinan, dan kepuasan kerja membentuk suatu siklus yang saling memengaruhi dan memperkuat. Kepemimpinan yang efektif berperan dalam meningkatkan kedua aspek tersebut. Kepemimpinan yang prima dapat meningkatkan kinerja karyawan maupun kepuasan kerja. Pemimpin yang mampu membangun lingkungan kerja yang positif dan mendukung berkontribusi pada peningkatan kepuasan kerja di antara karyawan, yang pada gilirannya menghasilkan kinerja yang lebih tinggi (Hidayat & Nugroho, 2024).

Kepuasan kerja yang tinggi, pada gilirannya, mendorong kinerja yang lebih baik. Ketika karyawan merasa bahwa mereka mendapatkan dukungan yang diperlukan dari pemimpin, mereka akan lebih termotivasi untuk mencapai kebijakan organisasi. Selain itu, kinerja yang baik dapat meningkatkan kepuasan kerja dan memperkuat efektivitas kepemimpinan. Oleh karena itu, organisasi yang ingin meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan perlu memperhatikan dan mengelola ketiga aspek ini secara holistik dan berkesinambungan. Memahami bahwa kepuasan kerja dan kinerja saling berkaitan akan membantu manajemen untuk menciptakan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan produktivitas dan well-being karyawan. Mengelola kepuasan kerja sebagai faktor yang mendukung kinerja adalah langkah strategis bagi organisasi untuk meningkatkan daya saing di pasar yang

semakin kompetitif (Yulianti et al. , 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan, kepemimpinan, dan kepuasan kerja saling memengaruhi dan memainkan peran penting dalam keberhasilan organisasi. Sebagai faktor penentu utama, kinerja karyawan mencerminkan sejauh mana mereka melaksanakan tanggung jawab dan berkontribusi terhadap tujuan organisasi, sebagaimana diungkapkan oleh Suryani & Sarmawa (2021). Gaya kepemimpinan memiliki dampak signifikan terhadap kinerja karyawan. Pemimpin yang efektif dapat mendorong karyawan untuk mencapai hasil yang lebih baik, terutama dalam menghadapi perubahan di lingkungan kerja (Purwanto et al. , 2020). Penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja karyawan (Rahman et al. , 2022). Kepemimpinan yang baik dapat secara langsung meningkatkan kinerja individu dan tim (Bass & Riggio, 2020). Selain peran kepemimpinan, faktor lain yang juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan adalah kepuasan kerja. Pada penelitian terdahulu dinyatakan kepuasan kerja berperan penting dalam memotivasi karyawan untuk mencapai kinerja yang lebih tinggi (Singh & Gupta, 2023).

Dengan mengelola kepuasan kerja secara efektif, organisasi dapat meningkatkan produktivitas dan loyalitas karyawan, yang sangat berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang (Yulianti et al. , 2022). Namun, Pratama & Aima (2021) menekankan pentingnya memahami bagaimana kinerja dibentuk oleh interaksi yang rumit antara kepemimpinan, budaya organisasi, dan sistem manajemen kinerja. Dalam konteks yang lebih baru, Hidayat & Nugroho (2024) menggambarkan pentingnya teknologi dalam hubungan antara kepemimpinan dan kinerja. Mereka menyoroti bahwa pemimpin yang mampu mengadopsi teknologi cenderung lebih efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan di era digital. Secara keseluruhan, penelitian- penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan saling memengaruhi. Oleh karena itu, organisasi harus mengelola ketiga aspek ini secara holistik untuk mencapai peningkatan kinerja yang berkelanjutan. Pada penelitian-penelitian terdahulu ditemukan hasil serta variasi dalam metode analisis data yang digunakan. Pada penelitian-penelitian terdahulu ditemukan hasil serta variasi dalam metode analisis data yang digunakan.

Penelitian ini dilakukan di DNA Creative Agency, sebuah perusahaan yang

bergerak di industri kreatif digital. Subjek yang diambil oleh peneliti dalam hal ini adalah karyawan DNA Creative Agency. Fenomena yang terjadi adalah menurunnya kinerja karyawan, yang dapat dilihat dari tidak tercapainya target yang diharapkan oleh perusahaan. Adapun data penurunan kinerja karyawan pada DNA Creative Agency ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1.1 Hasil Penilaian Kinerja Karyawan DNA Creative Agency

TIM	TARGET			REALISASI		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
TIM A	2 jt viewers	4 jt viewers	5 jt viewers	1 jt viewers	3 jt viewers	2 jt viewers
TIM B	2 jt viewers	2 jt viewers	3 jt viewers	2 jt viewers	1 jt viewers	2 jt viewers
TIM C	1 jt viewers	3 jt viewers	3 jt viewers	500rb viewers	1 jt viewers	1 jt viewers

Dari data tersebut terlihat bahwa pada tahun 2020, realisasi viewing tidak memenuhi target secara keseluruhan. Meskipun satu kategori berhasil mencapai target 2 juta viewers, ada dua kategori lainnya yang jauh di bawah target. Namun, tahun 2021 menunjukkan sedikit peningkatan untuk kategori yang menargetkan 4 juta viewers, di mana berhasil mencapai 3 juta viewers. Meskipun demikian, ada beberapa kategori yang masih tidak memenuhi target, terutama kategori dengan target 2 juta viewers. Pada tahun 2022, tampak jelas bahwa realisasi terus menurun dari tahun sebelumnya, terutama untuk kategori dengan target yang lebih tinggi. Tidak ada kategori yang memenuhi target 5 juta viewers. Kategori dengan target 3 juta hanya mencapai 2 juta, dan kategori dengan target 2 juta juga tidak memenuhi ekspektasi. Secara keseluruhan, terdapat tren penurunan dalam pencapaian target viewers dari tahun ke tahun, terutama pada realisasi tahun 2022 yang menunjukkan ketidakpuasan dalam mencapai target yang telah ditentukan.

Berlandaskan latar belakang isu ini, peneliti akan menguji dan menganalisis risalah ilmiah dalam bentuk makalah berjudul “PENGARUH LEADERSHIP TERHADAP EMPLOYEE PERFORMANCE DENGAN JOB SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING” (Studi kasus terhadap karyawan di DNA

Creative Agency).

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Leadership berdampak positif terhadap Employee Performance karyawan DNA CREATIVE AGENCY ?
2. Apakah Leadership berdampak positif dan signifikan terhadap Job Satisfaction karyawan DNA CREATIVE AGENCY?
3. Apakah Job Satisfaction berdampak positif dan signifikan kepada Employee Performance karyawan DNA CREATIVE AGENCY ?
4. Apakah Leadership berdampak positif dan signifikan terhadap Employee Performance karyawan DNA CREATIVE AGENCY melalui JOB SATISFACTION sebagai Variabel Intervening ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh LEADERSHIP terhadap Employee Performance pada karyawan DNA CREATIVE AGENCY
2. Mengetahui pengaruh LEADERSHIP terhadap Job Satisfaction pada karyawan DNA CREATIVE AGENCY
3. Mengetahui pengaruh Job Satisfaction terhadap Employee Performance pada karyawan DNA CREATIVE AGENCY
4. Mengetahui pengaruh LEADERSHIP terhadap Employee Performance pada karyawan DNA CREATIVE AGENCY melalui Job Satisfaction Sebagai Variabel Intervening

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi untuk penelitian- penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *leadership*, dan job satisfaction, terhadap kinerja karyawan

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini berpotensi untuk menyumbangkan pemahaman kepada karyawan tentang bagaimana kepemimpinan dan kepuasan kerja mempengaruhi performa mereka.
- b. Studi ini bertujuan untuk memberikan kepada perusahaan manfaat dan kontribusi yang dapat mengarahkan kebijakan manajemen dalam upaya meningkatkan pengaruh *leadership* dan *job satisfaction* pada kinerja karyawan.
- c. Studi ini diharapkan dapat menjadi rujukan informasi bagi peneliti selanjutnya dalam menyusun dan mengembangkan riset yang relevan mengenai hubungan antar kepemimpinan, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan.

