

DETERMINAN KREATIVITAS KONTEN DIGITAL: BUDAYA, KEPEMIMPINAN, DAN KOMUNIKASI PADA WOKO CHANNEL KEDIRI

Lina Kartika Sari^{*1}, Subagyo², Edy Djoko Soeprajitno³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
linakarsari2@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study aims to analyze the influence of organizational culture, leadership style, and interpersonal communication on the digital content creativity of the WOKO CHANNEL Team in Kediri Regency. This study used a quantitative approach with a survey method. The study population consisted of 30 WOKO CHANNEL Team members, and the entire population was sampled using a saturated sampling technique. Data collection was conducted using a questionnaire, while data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS Version 23. The results showed that partially, organizational culture and interpersonal communication had a positive and significant effect on digital content creativity, while leadership style had no significant effect. Simultaneously, organizational culture, leadership style, and interpersonal communication had a significant effect on digital content creativity. The novelty of this study lies in examining these three variables in the context of the digital creative industry, specially the WOKO CHANNEL Team in Kediri Regency, a study that has been limited in previous research.

Keywords: Organizational Culture, Leadership Style, Interpersonal Communication, Digital Content Creativity

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal terhadap kreativitas konten digital Tim WOKO CHANNEL Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 30 anggota Tim WOKO CHANNEL dan seluruh populasi dijadikan sampel melalui teknik sampel jenuh. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, sementara analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS Versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, budaya organisasi dan komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas konten digital sedangkan gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian ketiga variabel tersebut dalam konteks industri kreatif digital, khususnya pada Tim WOKO CHANNEL Kabupaten Kediri yang masih terbatas diteliti pada penelitian sebelumnya.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Interpersonal, Kreativitas Konten Digital

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, platform media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Eksistensi media sosial YouTube mempunyai peran penting bagi masyarakat, khususnya generasi muda [1]. Perkembangan media sosial dan platform berbagi video telah menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara para *content creator*. Setiap kanal dituntut untuk terus menghasilkan konten yang tidak hanya menghibur dan informatif, tetapi juga inovatif, orisinal, dan relevan dengan preferensi audiens yang dinamis. Dalam konteks ini, kreativitas konten digital menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan, di mana kreativitas dipahami sebagai proses mental untuk menghasilkan ide-ide baru, orisinal, dan bernilai guna melalui pola berpikir *divergen* [2].

Kreativitas konten digital, bagaimanapun tidak lahir dari ruang hampa. Kreativitas konten digital merupakan buah dari pengelolaan tim yang efektif, lingkungan kerja yang kondusif, dan sinergi antar anggota tim [3]. WOKO CHANNEL, salah satu kanal yang bergerak dalam produksi konten komedi berbahasa Jawa, juga sedang menghadapi tantangan tersebut. Mereka harus mampu membaca tren lokal dan nasional, memadukan nilai estetika, serta mempertahankan orisinalitas di tengah tekanan waktu produksi dan keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, aspek-aspek manajerial seperti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal menjadi faktor strategis yang krusial dalam menentukan arah perkembangan dan keberhasilan sebuah kanal digital.

Budaya organisasi diartikan sebagai serangkaian nilai, konvensi, keyakinan, dan praktik bersama yang memengaruhi cara orang berinteraksi dan bekerja. Budaya ini memberi organisasi karakter yang berbeda dan menentukan bagaimana orang-orangnya berperilaku dan membuat pilihan [4]. Budaya menjalankan sejumlah fungsi dalam organisasi, berikut lima fungsi budaya pada organisasi: Budaya mempunyai peran menetapkan tapal batas, budaya menciptakan pembedaan yang jelas antara satu organisasi dan lain; Budaya memberikan rasa identitas ke anggota-anggota organisasi; Budaya mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan diri pribadi seseorang; Budaya itu meningkatkan kemantapan sistem sosial. Budaya merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi itu dengan memberikan standar-standar yang tepat mengenai apa yang harus dikatakan dan dilakukan oleh para karyawan; Budaya berfungsi sebagai mekanisme pembuat makna dan mekanisme pengendali yang memandu dan membentuk sikap serta karyawan [5].

Gaya kepemimpinan merupakan suatu cara pemimpin untuk mempengaruhi bawahannya yang dinyatakan dalam bentuk pola tingkah laku atau kepribadian. Seorang pemimpin merupakan seseorang yang memiliki suatu program dan yang berperilaku secara bersama-sama dengan anggota kelompok dengan mempergunakan cara atau gaya tertentu, sehingga kepemimpinan mempunyai peranan sebagai kekuatan dinamik yang mendorong, memotivasi dan mengkoordinasikan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan [6]. Secara relatif, terdapat tiga macam gaya kepemimpinan yang berbeda, yaitu gaya kepemimpinan otokratis (*Authoritarian*), gaya kepemimpinan demokratis, (*Democratic*), dan gaya kepemimpinan kebebasan (*Laissez-Faire*) [6].

Komunikasi interpersonal adalah suatu proses yang ditandai dengan terwujudnya saling pengertian, kesenangan, saling pengaruh, hubungan sosial yang baik, serta tindakan nyata sebagai umpan balik antara komunikator dan komunikan. Konsep ini memperlakukan semua bentuk komunikasi sebagai substansi yang digunakan dalam proses berkomunikasi dengan orang lain [7]. Terdapat berbagai ciri komunikasi interpersonal, yaitu pesan dikirim dan diterima secara simultan dan spontan, relatif kurang terstruktur, umpan balik segera (*immediately feedback*), komunikasi berlangsung secara sirkuler, kedudukan keduanya adalah setara (*dialogis*), dan mempunyai efek yang paling kuat dibanding konteks komunikasi lainnya [8].

Telah banyak penelitian terdahulu yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kreativitas. Sebagai contoh, budaya organisasi yang positif dan mendukung mampu meningkatkan kreativitas karyawan di berbagai sektor, termasuk pendidikan dan perusahaan teknologi [9,10]. Sementara itu, gaya kepemimpinan transformasional dan visioner juga diidentifikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kreativitas, terutama dalam memotivasi tim untuk berpikir inovatif [11,12]. Kemudian, gaya kepemimpinan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, di mana seorang pemimpin yang mampu memengaruhi perilaku bawahan secara kolaboratif akan mendorong pencapaian tujuan organisasi [13]. Selain itu, komunikasi interpersonal yang efektif, yang ditandai dengan keterbukaan dan empati, menjadi fondasi penting dalam pertukaran ide dan kolaborasi tim [14]. Kemudian penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al (2025) dan Shabrina et al (2024) menegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang baik dapat secara signifikan meningkatkan kreativitas dalam konteks organisasi pendidikan [5,15].

Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih terfokus pada industri tradisional atau pendidikan, dan belum secara spesifik menyelami dinamika produksi konten digital di platform seperti YouTube. Terdapat *research gap* yang signifikan, di mana model hubungan sebab-akibat antara budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal terhadap kreativitas konten digital jarang diuji secara empiris dalam konteks industri kreatif digital yang sangat dinamis [16]. Minimnya kajian yang secara simultan menganalisis ketiga variabel tersebut pada objek spesifik, seperti WOKO CHANNEL menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan penelitian kontekstual yang mencerminkan praktik lokal dan karakteristik unik industri kreatif digital. Kesenjangan ini menjadi urgensi utama pada penelitian ini, mengingat transformasi ekosistem media digital menuntut pemahaman baru tentang bagaimana faktor-faktor organisasi memfasilitasi atau menghambat inovasi konten.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan identifikasi *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal terhadap kreativitas konten digital pada Tim WOKO CHANNEL Kabupaten Kediri. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam

industri kreatif digital, serta memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen WOKO CHANNEL dan pelaku industri sejenis dalam upaya meningkatkan kapasitas inovatif tim mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research yang bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh antar variabel. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini mengacu pada metodologi yang dikembangkan oleh Muchson et al (2024) dalam studinya tentang pengukuran kinerja UMKM Indonesia, di mana analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hubungan kausal antar variabel [17]. Metode ini melibatkan pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuesioner dan analisis data numerik untuk mengidentifikasi hubungan kausal antar variabel.

Penelitian ini dilakukan pada Tim WOKO CHANNEL Kabupaten Kediri dengan populasi sebanyak 30 orang yang merupakan seluruh anggota tim. Dikarenakan jumlah populasi relatif kecil, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai responden penelitian [18]. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Sementara itu, uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan) dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics Versi 23*.

Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan ke 30 responden, masing-masing item pertanyaan baik variabel budaya organisasi (X_1), gaya kepemimpinan (X_2), komunikasi interpersonal (X_3), dan kreativitas konten digital (Y) memperoleh nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,361, yaitu antara 0,558 hingga 0,880. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara statistik masing-masing indikator pertanyaan valid dan layak untuk digunakan sebagai data penelitian. Selain itu, berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh variabel budaya organisasi (X_1) adalah 0,905, gaya kepemimpinan (X_2) adalah 0,852, komunikasi interpersonal (X_3) sebesar 0,907 dan kreativitas konten digital (Y) sebesar 0,939. Semua variabel memiliki nilai yang lebih besar dari nilai kriteria *Cronbach's alpha* 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel dan layak digunakan sebagai data penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Variabel

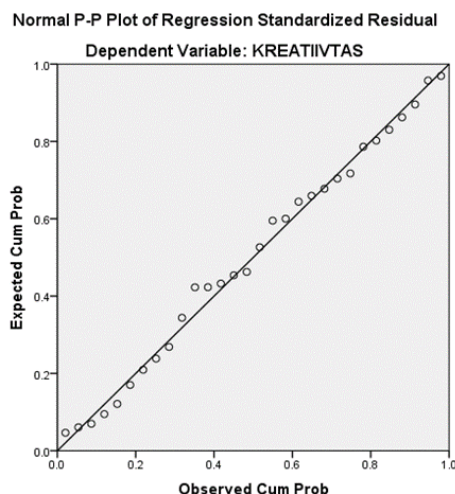
Berdasarkan analisis deskriptif terhadap 30 responden, variabel budaya organisasi (X_1) memperoleh total mean sebesar 3,929. Berdasarkan kategori skala, nilai tersebut termasuk dalam kategori "Baik". Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi dalam tim sudah berjalan dengan baik dan relatif kuat dalam mendukung aktivitas kerja. Mayoritas responden menunjukkan persepsi yang sangat positif, terutama pada pernyataan "Saya merasa tim memberikan ruang untuk mengemukakan gagasan kreatif" ($X_{1.10}$) yang disetujui oleh 40% responden.

Variabel gaya kepemimpinan (X_2) memperoleh total mean sebesar 2,799. Berdasarkan kategori skala, nilai tersebut termasuk dalam kategori "Sedang". Hal ini mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan dalam tim sudah cukup baik, namun belum optimal. Mayoritas responden (40%) menjawab netral bahwa pemimpin mampu mendorong anggota tim untuk mencapai hasil kerja yang terbaik, meskipun 36,67% responden menyatakan tidak setuju bahwa pemimpin mampu menumbuhkan semangat kerja.

Variabel komunikasi interpersonal (X_3) memperoleh total mean sebesar 3,969. Berdasarkan kategori skala, nilai tersebut termasuk dalam kategori "Baik". Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi yang terjalin antar anggota tim sudah efektif dan mampu mendukung kelancaran koordinasi kerja. Hal ini dinilai sangat baik, dengan 46,67% responden sangat setuju bahwa setiap anggota tim berkomunikasi secara aktif pada tahap persiapan produksi konten.

Pada variabel kreativitas konten digital (Y), diperoleh total mean sebesar 3,989. Berdasarkan kategori skala, nilai tersebut termasuk dalam kategori "Baik". Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kreativitas tim dalam menghasilkan konten digital sudah baik dan mampu menarik perhatian audiens. Tanggapan tertinggi adalah pada pernyataan mengenai bahwa konten digital yang dihasilkan memiliki pesan yang menarik bagi audiens (Y_8) di mana 60% responden menyatakan sangat setuju.

Analisis Statistik Inferensial Uji Normalitas



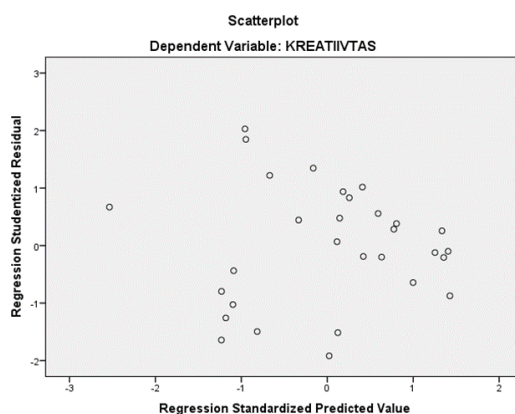
Gambar 1. Hasil Uji Normalitas *Probability Plots*
Sumber: *Output* SPSS Versi 23

Uji normalitas data dilakukan dengan dua metode, yaitu uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik P-P Plot. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi (*Asym. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Kesimpulan ini diperkuat oleh hasil P-P Plot, di mana titik-titik data terlihat menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independent dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil analisis menunjukkan nilai *Tolerance* untuk variabel budaya organisasi (X_1) adalah 0,950, untuk variabel gaya kepemimpinan (X_2) adalah 0,993, dan untuk variabel komunikasi interpersonal (X_3) sebesar 0,957. Semua nilai VIF < 10, yaitu 1,052, 1,007, dan 1,045, maka disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: *Output* SPSS Versi 23

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan analisis grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada gambar 2, titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, seperti bergelombang atau menyempit. Titik-titik tersebut juga tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada

sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.410	12.417		-.758	.455
	BudOrgan	.450	.183	.382	2.453	.021
	GayaKep	.169	.199	.130	.851	.403
	KomInter	.676	.186	.564	3.630	.001

a. Dependent Variabel: KREATIVITAS

Sumber: Output SPSS versi 23

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$\hat{Y} = -9,410 + 0,450X_1 + 0,169X_2 + 0,676X_3 + e$. Nilai konstanta (a) sebesar -9,410 menunjukkan jika dalam penelitian ini semua variabel independen yaitu budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal dianggap nol atau dengan kata lain tidak terdapat budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal, maka kreativitas konten digital akan negatif sebesar -9,410 satuan. Koefisien regresi untuk budaya organisasi (X_1) adalah 0,450, yang berarti setiap penambahan satu satuan budaya organisasi (X_1), maka akan meningkatkan variabel kreativitas konten digital (Y) sebesar 0,450 satuan dengan asumsi variabel gaya kepemimpinan (X_2) dan komunikasi interpersonal (X_3) tetap atau tidak berubah. Koefisien regresi untuk gaya kepemimpinan (X_2) adalah 0,169, yang mengindikasikan setiap penambahan satu satuan gaya kepemimpinan (X_2), maka akan meningkatkan variabel kreativitas konten digital (Y) sebesar 0,169 satuan dengan asumsi variabel budaya organisasi (X_1) dan komunikasi interpersonal (X_3) tetap atau tidak berubah. Kemudian, koefisien regresi untuk komunikasi interpersonal (X_3) adalah 0,676, yang berarti setiap penambahan satu satuan komunikasi interpersonal (X_3) maka akan meningkatkan variabel kreativitas konten digital (Y) sebesar 0,676 satuan dengan asumsi variabel budaya organisasi (X_1) dan gaya kepemimpinan (X_2) tetap atau tidak berubah.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,056. Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 1, menunjukkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel budaya organisasi (X_1) mempunyai nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,453 > t_{tabel} 2,056$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya budaya organisasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital pada tim WOKO CHANNEL.
2. Berdasarkan hasil uji t, variabel gaya kepemimpinan (X_2) mempunyai nilai signifikansi $0,403 > 0,05$ dan $t_{hitung} 0,851 < t_{tabel} 2,056$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya gaya kepemimpinan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital pada tim WOKO CHANNEL.
3. Berdasarkan hasil uji t, variabel komunikasi interpersonal (X_3) mempunyai nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ dan $t_{hitung} 3,630 > t_{tabel} 2,056$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya komunikasi interpersonal (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital pada tim WOKO CHANNEL.

Uji F (Simultan)

Tabel 2. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	886.319	3	295.440	5.765	.004 ^b
	Residual	1332.381	26	51.245		
	Total	2218.700	29			

a. Dependent Variabel: KREATIVITAS

b. Predictors: (Constant), KOMIN, GAYAKEP, BUDOR

Sumber: Output SPSS versi 23

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal, secara bersama-sama terhadap variabel dependen, kreativitas konten digital. Dari hasil analisis diketahui bahwa $f_{hitung} 5,765 > 3,369 f_{tabel}$ dengan diketahui signifikansi $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti bahwa budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital tim WOKO CHANNEL.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,330. Hal tersebut berarti bahwa 33% budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal memengaruhi kreativitas konten digital dan sisanya sebesar 67% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kreativitas Konten Digital

Berdasarkan hasil uji hipotesis H_1 telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara budaya organisasi terhadap kreativitas konten digital. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini memperoleh nilai signifikansi 0,021 yang mana lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} 2,453$ yang mana lebih besar dari $t_{tabel} 2,056$. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa budaya organisasi secara signifikan berpengaruh terhadap kreativitas konten digital.

Hal tersebut berarti bahwa nilai, norma, serta kebiasaan kerja yang dianut bersama oleh tim dapat mendorong anggota tim untuk berinovasi, berani mencoba hal baru, dan berkolaborasi secara efektif. Budaya organisasi yang mendukung keterbukaan, kepercayaan, dan penghargaan terhadap ide juga berperan dalam meningkatkan motivasi anggota tim untuk menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas. Dengan demikian, semakin baik budaya organisasi yang diterapkan maka semakin tinggi pula tingkat kreativitas konten digital yang dihasilkan oleh Tim WOKO CHANNEL.

Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa budaya organisasi yang baik, akan menghasilkan persepsi bersama untuk mencapai tujuan organisasi secara bersama yang dapat meningkatkan produktivitas [19]. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital [10,20]. Hal tersebut mengindikasikan bahwa budaya organisasi yang kuat mampu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi munculnya ide-ide kreatif dalam pengembangan konten digital.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kreativitas Konten Digital

Berdasarkan hasil uji hipotesis H_2 telah membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara gaya kepemimpinan terhadap kreativitas konten digital. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi 0,403 yang mana lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} 0,851$ yang mana lebih kecil dari $t_{tabel} 2,056$. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa gaya kepemimpinan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kreativitas konten digital.

Dalam hal ini, tidak signifikannya pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kreativitas konten digital mengindikasikan bahwa kreativitas tim mayoritas dipengaruhi oleh faktor internal individu maupun dinamika kerja tim dibandingkan dengan peran langsung seorang pemimpin. Anggota tim kemungkinan memiliki tingkat

kemandirian yang tinggi dalam mengembangkan ide dan mengeksekusi konten, sehingga tidak terlalu bergantung terhadap arahan atau gaya kepemimpinan tertentu. Selain itu, perbedaan persepsi terhadap gaya kepemimpinan yang diterapkan juga dapat menyebabkan pengaruhnya tidak terasa secara merata di antara anggota tim.

Secara teoritis, hasil ini tidak sepenuhnya sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa gaya kepemimpinan seorang pemimpin akan sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai dan pencapaian tujuan [21]. Berbagai penelitian terdahulu juga tidak sejalan dengan hasil penelitian pada Tim WOKO CHANNEL, dimana menyatakan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital [11,12]. Dalam kasus ini, anggota tim kemungkinan memiliki tingkat kemandirian yang tinggi dalam mengembangkan ide dan mengeksekusi konten, sehingga tidak terlalu bergantung terhadap arahan atau gaya kepemimpinan tertentu.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kreativitas Konten Digital

Berdasarkan hasil uji hipotesis H_3 telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap kreativitas konten digital. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} 3,630 yang mana lebih besar dari t_{tabel} 2,056. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa komunikasi interpersonal secara signifikan berpengaruh terhadap kreativitas konten digital.

Dari hasil penelitian di atas menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital Tim WOKO CHANNEL. Komunikasi yang baik dapat meminimalkan kesalahpahaman dan meningkatkan koordinasi dalam produksi konten. Selain itu, adanya hubungan interpersonal yang harmonis dapat menciptakan suasana kerja yang nyaman sehingga anggota tim lebih leluasa dalam mengekspresikan kreativitasnya. Dengan demikian, semakin baik komunikasi interpersonal dalam tim, maka semakin tinggi pula kreativitas konten digital yang dihasilkan oleh Tim WOKO CHANNEL.

Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan tindakan yang berorientasi pada tujuan [22]. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital [15,23]

Pengaruh Simultan Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan, dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kreativitas Konten Digital

Berdasarkan hasil uji hipotesis H_4 telah menunjukkan bahwa budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital. Berdasarkan tabel 4.12 di atas diperoleh bahwa f_{hitung} 5,765 lebih besar dari f_{tabel} 3,369 dengan nilai signifikansi 0,004 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5% sehingga dapat diartikan bahwa budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal secara simultan berpengaruh terhadap kreativitas konten digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa faktor pendukung kreativitas, antara lain lingkungan kerja, kepemimpinan, dan kultur organisasi [24]. Hasil ini juga diperkuat oleh berbagai penelitian terdahulu yang menekankan bahwa kreativitas dipengaruhi oleh budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal [5]. Selain itu, budaya organisasi yang kuat berpengaruh signifikan terhadap inovasi [25]. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk lingkungan kerja yang produktif dan inovatif. Oleh karena itu, ketika ketiga variabel tersebut berjalan secara optimal dan selaras, maka akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kreativitas konten digital pada Tim WOKO CHANNEL secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, serta pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, budaya organisasi dan komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas konten digital pada Tim WOKO CHANNEL Kabupaten Kediri. Temuan ini menegaskan bahwa nilai-nilai budaya yang kuat, kerja sama tim yang solid, serta komunikasi yang terbuka dan empatik menjadi fondasi utama dalam mendorong lahirnya ide-ide kreatif dan inovatif dalam produksi konten digital. Sementara itu, secara parsial, gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital pada Tim WOKO CHANNEL Kabupaten Kediri. Namun, secara simultan, budaya organisasi, gaya kepemimpinan, dan komunikasi interpersonal terbukti berpengaruh signifikan terhadap kreativitas konten digital.

Hal tersebut berarti sinergi dari ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi peningkatan kreativitas konten digital pada tim.

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian manajemen sumber daya manusia, khususnya dalam konteks industri kreatif digital, dengan membuktikan bahwa model pengaruh budaya organisasi dan komunikasi interpersonal lebih dominan dibandingkan gaya kepemimpinan dalam memengaruhi kreativitas konten digital pada tim. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi Tim WOKO CHANNEL untuk terus memperkuat budaya organisasi yang positif, meningkatkan intensitas dan kualitas komunikasi interpersonal. Meskipun gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan, pemimpin tetap disarankan untuk meningkatkan kemampuan dalam memberikan motivasi dan dukungan guna menciptakan suasana kerja yang lebih kolaboratif.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak tim kreatif digital atau komunitas konten kreator lainnya agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, peneliti mendatang juga disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang kemungkinan memengaruhi kreativitas konten digital, seperti pemanfaatan teknologi digital (kecerdasan buatan atau AI), kompetensi individu, maupun kepuasan kerja, mengingat nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini hanya sebesar 33%, sehingga masih terdapat 67% faktor lain yang belum dijelaskan dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tukiyyat, Makhsun, Hindasyah A. Membangun Kreativitas Melalui Pelatihan Media Sosial Youtube Bagi Pengurus Anak Cabang Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Setu Kota Tangerang. *J Pengabdian Kpd Masyarakat* 2024;5:1314–21.
- [2] Martinez OL, Garrido AJL, Jara MI de V. Indikator pemikiran kreatif verbal : hasil panel Delphi. *Front Psychol* 2024;1:1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1397861>.
- [3] Ridwan SS, Sari WP. Analisis Proses Kreatif dalam Pembuatan Konten Interaktif di Media Sosial Instagram Majalah Sunday. *J Prologia* 2022;7:62–70.
- [4] Faisal A, Yuntina L, Rachman S, Dharmanto A, Pahrudin C. Analisa Budaya Organisasi, Pelatihan dan Motivasi terhadap Kinerja Staf Manajerial Dimediasi oleh Keterikatan Karyawan. *J Ilmu Manaj Terap* 2024;6:18–35. <https://doi.org/10.38035/jimt.v6i1.2733>.
- [5] Dewi IA, Rubini B, Wulandari F. Peningkatan Kreativitas Guru Melalui Penguatan Budaya Sekolah, Kepemimpinan Pendidikan Dan Komunikasi Interpersonal. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)* 2025;9:432. <https://doi.org/10.30998/sap.v9i3.27903>.
- [6] Hasnawati, Sapiri M, Ruslan M. Gaya Kepemimpinan dan Peningkatan Kinerja. Gowa: Pusaka Alimada; 2021.
- [7] Khairunnisa AN, Amanda DM, Fakhira F, Radia S, Febrianto AS. Analisis Pola Komunikasi Interpersonal dalam Proses Belajar Mengajar Menggunakan Hukum Prinsip Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble. *J Pendidik Manaj Perkantoran* 2023;8:249–58. <https://doi.org/10.17509/jpm.v8i2.53806>.
- [8] Roem ER, Sarmiati. Komunikasi Interpersonal. Cetakan I. Malang: CV. IRDH (International Research & Development For Human Beings); 2019.
- [9] Ilham FA, Oktaviani D, Saleh MZ. Pengaruh Budaya Perusahaan Terhadap Kinerja Dan Kreativitas Karyawan Pada PT Surya Nusantara Sentosa. *JBEM J Bus Econ Manag* 2025;01:1248–51.
- [10] Novandra Y. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kreativitas Tenaga Kependidikan dan Pendidik di Madrasah Tsanawiyah Idris Bintan. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022.
- [11] Dezar S, Yuniawan A. Pengaruh Kepemimpinan Transformational Dan Dukungan Organisasi Terhadap Kreativitas Karyawan Melalui Berbagi Pengetahuan Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro J Manag* 2023;12:1–14.
- [12] Simamora IK, Afrianty TW, Prasetya A. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kreativitas Karyawan Melalui Pemberdayaan Psikologis Karyawan (Survei Pada Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (Persero) Kantor Cabang Malang Kawi Jawa Timur). *J Adm Bisnis* 2021;15:51–61.
- [13] Rosalinda NA, Subagyo, B SWS. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Organization Citizenship Behavior (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Kediri. *Semin Nas Manajemen, Ekon Dan Akunt* 2022;7:876–83.
- [14] Kustiawan W, Sabilla S, Lubis SZ, Parkha AA, Djuniardi R, Marsanda SA, et al. Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Kinerja Tim: Kajian Literatur Komunikasi Organisasi. *J Penelit*

- Multidisiplin Terpadu 2024;8:29–35.
- [15] Shabrina AN, Irfana TB, Supriyanto, Thamrin D, Siahaan M. Pengaruh Lingkungan Sekolah Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kreativitas Guru PNS Di SDN Teluk Pucung Bekasi Utara. *J Penelit Ekon Dan Bisnis* 2024;3:212–26.
 - [16] Apriyani N, Hegiarto AS. Peran Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi dengan Kinerja Karyawan di CV . Zinnia Indonesia. *J Ilm Manajemen, Ekon Bisnis, Kewirausahaan* 2024;12:551–62.
 - [17] Mochklas M, Subagyo, Muchson M, Forijati, Rinawati SH. The Role of Work-Life Balance and Supervisor Support on Job Satisfaction: An Empirical Study in Indonesian SMES. *J Res Adm Soc Res Adm* 2024;6:2513–26.
 - [18] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi Ke 2. Bandung: ALFABETA BANDUNG; 2023.
 - [19] Hakimah Y, Suprani Y, Said M. Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Dimediasi Motivasi Pegawai PDAM Unit Kertapati Palembang. *J Ekombis Rev J Ilm Ekon Dan Bisnis* 2023;11:515–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3107>.
 - [20] Piliang A, Nuraini, Wirdayani, Tinaria L. Dampak Budaya Organisasi, Berbagi Pengetahuan Dan Turbulensi Teknologi Dalam Meningkatkan Performance: Industri Kreatif Di Indonesia. *J Daya Saing* 2024;X:2541–4356.
 - [21] Asmar AH, Kamase J, Dewi R. Pengaruh Gaya kepemimpinan, Fasilitas Kerja, Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Pinrang. *J Account Financ* 2021;2:133–45.
 - [22] Adiningrat KG, Naryoso A, Nabila NL. Analisis Pola Komunikasi Interpersonal Pemimpin : Studi Interaksi dalam Organisasi Mahasiswa. *Dataimaji Inf Public Relations J* 2025;1:47–54.
 - [23] Ruviatun. Pengaruh Komunikasi Terhadap Efisiensi dan Kreativitas Pada Organisasi Karang Taruna di Desa Bandungrejo. *J Entrep Digit* 2025;2:92–100. <https://doi.org/10.36774/jed.v2i2.1784>.
 - [24] Kato I, Ainun WON, Wulyatiningsih TWAT, Pasuhuk L, Koyongian SPY, Alodia AY, et al. *Manajemen Perilaku Organisasi Modern*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis; 2025.
 - [25] Al Qusaeri MA, Sunarni, Khasanah M, Khasbulloh MW, Mesra R. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Inovasi Pada Perusahaan Teknologi: Studi Deskriptif Pada Startup XYZ Di Kota Bandung. *J Sanskara Manaj Dan Bisnis* 2023;01:114–23. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.220>.