e-ISSN: 3062-7389	**Journal of Composite Social Humanisme** **Volume 3 Number 5 (2026), pp. 282-291** **https://ojs.shahida.or.id/index.php/composite**

Analisis motivasi kerja dalam meningkatkan kinerja *team creative* pada *Podcast Somestory*

Ona Joice Lolkary[1*] & Yesy Kusumawati[2]

Program Studi Manajemen, Universitas Kahuripan Kediri[1,2]

itsonajoice@gmail.com[1] & yesykusumawati75@kahuripan.ac.id[2]

*Coresponding Author

Submit: 28 Agustus 2026; revisi: 02 September 2026; diterima: 08 September 2026

ABSTRAK

Motivasi kerja adalah bagian penting yang mempengaruhi kinerja tim kreatif di industri *podcast* yang membutuhkan ide inovatif dan kerja sama yang erat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh motivasi kerja pada *Team Creative Podcast Somestory* dan menemukan faktor-faktor yang memengaruhinya. Menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa motivasi dipengaruhi faktor intrinsik (kebutuhan aktualisasi diri, apresiasi, kebebasan berekspresi) serta faktor ekstrinsik (lingkungan kerja suportif, kepemimpinan partisipatif). Tingkat motivasi tinggi dapat meningkatkan produktivitas dan kreativitas. Sebaliknya, tekanan tenggat waktu, minimnya umpan balik, dan ketidakseimbangan tugas menjadi penghambat utama. Penelitian merekomendasikan sistem penghargaan, evaluasi berkala, pelatihan, dan pembagian tugas yang adil guna mengoptimalkan kinerja tim.

Kata kunci: Motivasi kerja; kinerja; Team Creative; podcast; Somestory

ABSTRACT

Work motivation is an important part that affects the performance of creative teams in the podcast industry that requires innovative ideas and close cooperation. This study aims to analyze the influence of work motivation on the Somestory Creative Podcast Team and find the factors that influence it. Using qualitative methods with in-depth interview, observation, and documentation techniques. The results of the study show that motivation is influenced by intrinsic factors (need for self-actualization, appreciation, freedom of expression) and extrinsic factors (supportive work environment, participatory leadership). High levels of motivation can increase productivity and creativity. On the other hand, deadline pressures, lack of feedback, and task imbalances are the main obstacles. The study recommends a system of rewards, periodic evaluations, training, and fair division of tasks to optimize team performance.

***Keywords**: Work motivation; performance; Team Creative; podcast, Somestory*

Copyright © 2026 The Author(s)
This is an open access article under the CC BY-SA license

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam industri media, termasuk munculnya platform baru seperti podcast. Saat ini, podcast telah menjadi media alternatif yang sangat digemari oleh berbagai kalangan karena fleksibilitasnya dalam menyampaikan informasi maupun hiburan. Salah satu *podcast* yang berhasil menarik perhatian pendengar adalah "*Somestory*", yang dikenal dengan konsistensi sajian konten kreatif dan inovatifnya. Keberhasilan produksi Somestory tentu tidak terlepas dari peran krusial *Team Creative* yang berada di balik layar. Tim ini bertanggung jawab penuh dalam menyuarakan ide, merancang konsep, menulis naskah, serta memastikan kelancaran proses hingga setiap episode memiliki kualitas yang relevan dengan ekspektasi pendengar. Dalam menjalankan tugas-tugas kompleks tersebut, motivasi kerja menjadi faktor penentu yang sangat memengaruhi produktivitas, kreativitas, dan kolaborasi kinerja tim dalam menghasilkan konten yang menarik. Dalam industri kreatif yang dinamis, mempertahankan dan meningkatkan motivasi kerja tim bukanlah hal yang mudah. Tingkat motivasi pekerja kreatif rentan mengalami fluktuasi akibat berbagai tantangan, seperti tingginya beban kerja, kurangnya apresiasi, kondisi lingkungan kerja, tenggat waktu yang ketat, serta tekanan konstan untuk selalu melahirkan ide-ide segar. Hasil pengamatan awal pada produksi Podcast Somestory menunjukkan adanya beberapa hambatan empiris yang berpotensi menurunkan motivasi kerja tim. Pertama, adanya tekanan waktu dan tenggat yang ketat kerap menimbulkan beban psikologis, terutama ketika koordinasi antardivisi tidak berjalan lancar. Kedua, minimnya evaluasi dan umpan balik yang konstruktif dari pihak manajerial menyebabkan tim merasa kurang mendapat arahan yang jelas. Ketiga, terdapat ketidakseimbangan dalam pembagian tugas yang memicu beban kerja tidak merata antaranggota. Ketika kondisi tersebut dibiarkan dan motivasi menurun, pekerjaan cenderung dilakukan secara tidak maksimal, ide kreatif mengalami kebuntuan, dan komunikasi internal tim menjadi pasif. (Brown & Wyatt, 2010)

Pentingnya motivasi kerja terhadap peningkatan kinerja telah dibuktikan oleh beberapa kajian literatur terdahulu di berbagai sektor industri. (Selfiana & Widjajanti, 2023). (Oktavia & Anshori, 2022) menemukan bahwa promosi, penghargaan, dan lingkungan kerja yang suportif terbukti mampu meningkatkan kreativitas serta kinerja karyawan di industri manufaktur. Sejalan dengan hal tersebut, (Christy & Rahadi, 2020) mengemukakan bahwa motivasi, baik yang bersifat finansial maupun non-finansial, merupakan instrumen strategis dalam mendorong terciptanya inovasi dan peningkatan kinerja organisasi. Secara lebih spesifik pada industri media, (Putri, 2021) dalam penelitiannya pada program televisi mengungkapkan bahwa kolaborasi yang baik, apresiasi, dan pembagian peran yang jelas menjadi fondasi utama keberhasilan sebuah tim kreatif.

Meskipun penelitian mengenai motivasi kerja telah banyak dilakukan, masih sangat sedikit literatur yang secara spesifik menyoroti hubungan antara motivasi kerja dan kinerja tim kreatif dalam ekosistem industri podcast. Padahal, podcast memiliki karakteristik unik yang membedakannya secara signifikan dari industri televisi maupun manufaktur, baik dari segi teknis produksi, budaya kerja, maupun dinamika timnya. Kesenjangan literatur *(research gap)* inilah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Fokus penelitian dibatasi pada aspek motivasi yang berhubungan langsung dengan kinerja *Team Creative* dalam memproduksi konten, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta dampaknya terhadap hasil produksi di Podcast Somestory.

Berdasarkan rasionalisasi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi motivasi kerja *Team Creative* dalam produksi konten *podcast,* menganalisis hubungan antara motivasi kerja terhadap kinerja tim, serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan motivasi kerja mereka. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan keilmuan manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait pengelolaan motivasi di sektor industri kreatif digital. Secara praktis, luaran dari kajian ini diharapkan dapat menjadi rujukan evaluatif bagi manajemen *Podcast Somestory* dalam mengelola *Team Creative* agar dapat bekerja lebih optimal, produktif, dan inovatif.

Motivasi kerja merupakan dorongan psikologis individu untuk melakukan integritas kerja untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan bergerak cepat dan adaptif atas perubahan menjadi aspek fundamental dalam membentuk etos kerja yang kuat dan produktivitas yang berkelanjutan

serta sebagai penentu konsistensi dan kualitas pelaksanaan tugas yang berdampak pada pencapaian visi misi organisasi. Robbins dan Judge menyatakan bahwa "*Motivation is the processes that account for an individual's intensity, direction, and persistence of effort toward attaining a goal*." yang maksudnya motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha individu dalam mencapai tujuan. (Robbins & Judge, 2019) Hasibuan (2018) menambahkan bahwa motivasi kerja adalah dorongan yang timbul secara sadar maupun tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Selain itu, Hasibuan mengartikan motivasi kerja sebagai "dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu." (Hasibuan, 2018) Artinya, motivasi tidak hanya terbentuk karena keinginan sadar untuk mencapai sesuatu, tetapi juga dapat muncul dari kebiasaan, nilai-nilai yang tertanam sejak lama, serta pengalaman kerja sebelumnya (Kotler & Keller, 2012)

Deci & Ryanm (2000) melalui *Self-Determination Theory* menekankan bahwa motivasi intrinsik muncul ketika individu merasakan aktivitas yang dilakukan menyenangkan, bermakna, dan sesuai dengan kebutuhan akan otonomi, kompetensi, serta keterhubungan sosial. Herzberg (1966) dalam *Two-Factor Theory* membedakan faktor motivasi menjadi *hygiene factors* (gaji, kebijakan perusahaan, kondisi kerja) dan motivator factors (pencapaian, pengakuan, tanggung jawab). Motivasi intrinsik terbukti lebih berkelanjutan karena lahir dari dorongan internal seperti kepuasan pribadi dan rasa tanggung jawab, sedangkan motivasi ekstrinsik lebih bergantung pada faktor luar seperti penghargaan atau insentif. Oleh karena itu, organisasi yang efektif harus mampu menyeimbangkan kedua jenis motivasi agar kinerja tetap optimal. (Herzberg, 1966)

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi kerja menurut (Wibowo, 2016), yakni faktor individu yang berasal dari dan dimiliki setiap masing – masing tim, faktor pekerjaan yang berkaitan bentuk maupun karakteristik pekerjaan seperti tugas, variasi pekerjaan atau kebebasan dan selanjutnya adalah faktor organisasi yang mencakup gaya kepemimpinan, budaya dan lingkungan kerja, serta system penghargaan yang ada dalam organisasi.

Kinerja kerja merupakan indikator utama kontribusi individu terhadap pencapaian tujuan organisasi. Mangkunegara (2017) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. (Mangkunegara, 2017) Robbins dan Judge (2019) menekankan bahwa kinerja adalah sejauh mana seorang karyawan mampu menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawabnya. (Robbins & Judge, 2019)

Dimensi kinerja meliputi efektivitas, efisiensi, ketepatan waktu, inovasi, serta kerja sama tim. Kinerja yang tinggi ditandai dengan konsistensi pencapaian, inisiatif, serta kemampuan mengelola beban kerja (Wibowo, 2016). Sebaliknya, kinerja yang rendah dapat menjadi indikator adanya hambatan internal seperti kurangnya motivasi, keterampilan, atau masalah dalam sistem organisasi. (Wibowo, 2016)

Menurut (Amabile T. M., 1996), *"A creative team is a group of individuals with complementary skills and shared commitment to generate novel and useful ideas that contribute to organizational goals."* Pernyataan ini menekankan dua aspek penting, yaitu keberagaman keterampilan anggota tim serta komitmen kolektif untuk menciptakan ide-ide yang tidak hanya baru, tetapi juga relevan dengan visi organisasi. *Team creative* bukan hanya sekumpulan individu yang bekerja sendiri-sendiri, tetapi merupakan unit kerja yang bersinergi dan saling melengkapi. Sementara itu, (Sawyer, 2012) menegaskan bahwa "*Creative collaboration occurs when teams combine diverse perspectives and expertise to produce something that could not have been created by an individsual alone*." Ini menunjukkan bahwa proses kolaboratif adalah inti dari *team creative*. Kolaborasi yang terjadi tidak bersifat linier, melainkan saling membangun ide, memperkaya gagasan, dan membuka ruang improvisasi yang konstruktif. Hal ini memungkinkan tim menciptakan hasil yang melampaui kemampuan individu secara tunggal. Dalam industri kreatif, khususnya podcast, tim kreatif berperan sebagai penggerak utama ide, konsep, dan produksi konten. Mereka bertanggung jawab atas naskah, koordinasi produksi, serta menjaga kualitas episode agar sesuai dengan ekspektasi pendengar. (Putri, 2021) menegaskan bahwa

keberhasilan tim kreatif di media hiburan dipengaruhi oleh kolaborasi, apresiasi, dan pembagian peran yang jelas. *Podcast* memiliki karakteristik unik dibanding televisi atau media tradisional, karena lebih fleksibel, berbasis digital, dan sering kali melibatkan tim kecil dengan beban kerja yang dinamis. Hal ini membuat motivasi kerja menjadi

faktor yang sangat menentukan keberhasilan produksi.

Macam – macam *team creative* ada beragam struktur dalam organisasi tidak hanya menunjukkan variasi bentuk, juga mencerminkan strategi adaptif organisasi dalam mengelola proses kreatif, semua mempunyai keunggulan dan tantangan yang berbeda tergantung kebutuhan proyek dan sumber daya organisasi, diantaranya, yakni:

a. *Team Creative* Internal ialah tim permanen organisasi yang terdiri dari profesional seperti desainer, penulis, dan spesialis media sosial untuk memproduksi konten harian yang selaras dengan visi lembaga. Menurut penelitian (Brown & Wyatt, 2010) keunggulan utama tim ini adalah kemampuan menjaga konsistensi merek (*brand consistency*) dan menyusun perencanaan jangka panjang (*long-term planning*) karena mereka memahami mendalam budaya serta ritme kerja organisasi.
b. *Team Creative* Proyek ialah tim fleksibel lintas divisi yang dibentuk khusus untuk menyelesaikan proyek tertentu, seperti peluncuran produk atau kampanye spesifik. Menurut (Tushman & O'Reilly, 1997), keberagaman latar belakang anggota tim ini menciptakan sinergi lintas fungsi (*cross-functional synergy*) yang membuat kerja kolaboratif menjadi lebih inovatif dan efisien dalam lingkungan dinamis. Keberhasilan tim ini sangat bergantung pada kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan serta membangun kohesi kerja dalam waktu singkat. (McClelland, 1987)
c. *Team Creative* Eksternal ialah pihak luar seperti agensi, *freelancer*, atau *production house* yang dikontrak untuk mengatasi keterbatasan sumber daya internal atau menghadirkan pendekatan baru yang inovatif. Penelitian (Belch & Belch, 2018) menunjukkan bahwa meskipun berada di luar zona nyaman membuat tim eksternal lebih inovatif, mereka memerlukan waktu lebih lama untuk memahami identitas merek organisasi secara mendalam. Klasifikasi ini membantu organisasi dalam memilih jenis tim kreatif yang paling relevan dengan kebutuhan strategis jangka pendek maupun jangka panjang mereka.

Kinerja *team creative* sangat dipengaruhi oleh dinamika internal dan eksternal yang memberikan ruang ekspresi serta suasana kondusif untuk eksplorasi ide. Menurut (Katzenbach & Smith, 1993) keberhasilan tim ini ditentukan oleh lima elemen utama, yakni tujuan yang jelas sebagai penyatu energi kolektif, dan keterampilan yang saling melengkapi agar tim lebih adaptif menghadapi tantangan, hal ini sejalan dengan pendapat (Salas, Sims, & Burke, 2005) tim dengan keterampilan pelengkap lebih adaptif dalam menghadapi dinamika dan tantangan kerja kreatif. Selain itu, diperlukan komunikasi terbuka tanpa hierarki untuk memicu inovasi, kepemimpinan partisipatif yang bertindak sebagai fasilitator demokratis, Menurut (Goleman, 2000), gaya kepemimpinan demokratik mendorong motivasi intrinsik anggota tim, terutama pada lingkungan yang mengharuskan adanya kreativitas yang tinggi dan secara fisik maupun psikologis. (Amabile & Kramer, 2011) menyatakan lingkungan yang memberi ruang untuk berkreasi, yang menerima sebuah gagal sebagai proses belajar, serta memberi pengakuan terhadap kontribusi unik tiap anggota, sangat efektif dalam meningkatkan kinerja kreatif. Kombinasi faktor ini memastikan keberhasilan tim kreatif tidak hanya diukur dari hasil konten, tetapi juga dari proses kolaboratif yang mendukung pertumbuhan profesional anggotanya. (Gibson, J.M., & Konopaske, 2012)

Dalam industri yang sangat kompetitif seperti hiburan, media atau pemasaran *team creative* berperan sangat penting dengan tujuan menghasilkan ide – ide segar dan juga menjadi bagian integral dalam membentuk nilai tambah dan identitas organisasi. Adapun tujuan utamanya ialah utuk menghasilkan ide yang inovatif, (Robbins & Coulter, 2016) menuturkan inovasi adalah penerapan gagasan baru yang dapat memperbaiki produk, layanan, atau proses kerja. Selain itu juga sebagai identitas dan branding organisasi untuk bisa disampaikan ke publik, meningkatkan daya saing organisasi dengan kreativitas sebagai pembeda utama, menurut (Kotler & Keller, 2012) diferensiasi produk melalui pendekatan kreatif adalah salah satu strategi dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Dan tujuan *team creative* juga untuk mendukung strategi komunikasi dan promosi. (Fill, 2009)

Kolaborasi dalam *team creative* memberikan keuntungan besar bagi organisasi melalui kemampuan berpikir nonkonvensional yang menghasilkan solusi inovatif. Menurut (Osborn, 1953), kerja sama semacam ini sangat krusial dalam menciptakan solusi kreatif yang tidak dapat ditemukan secara individual. Interaksi yang intens dan iklim kerja yang terbuka turut terbentuk melalui proses eksplorasi yang dilakukan oleh tim. Seperti yang ditegaskan oleh Hargadon & Bechky (2006), situasi ini memfasilitasi terjadinya pertukaran pemikiran serta pembelajaran sosial yang berdampak positif pada kekayaan hasil kerja. (Vroom, 1964) Kebebasan berkreasi ini menjadikan tim sebagai motor penggerak inovasi berkelanjutan yang adaptif terhadap perubahan teknologi maupun tren pasar, sebuah fleksibilitas yang sangat vital dalam industri dinamis seperti media digital (*podcast*).

Di sisi lain, tim kreatif menghadapi tantangan internal berupa potensi konflik akibat perbedaan ide dan ego anggota. Merujuk pada pandangan Jehn, benturan ini dapat berupa *task conflict* yang sehat atau *relationship conflict* yang justru kontraproduktif bagi organisasi. (Jehn, 1995) Selain itu, sifat kerja yang diskursif dan mengutamakan dialog sering kali memperpanjang proses pengambilan keputusan, sehingga produktivitas dapat terhambat jika tidak dikelola dengan batasan waktu yang jelas. Aktivitas kreatif juga menuntut manajemen waktu dan sumber daya yang cermat agar tidak berbenturan dengan efisiensi target produksi. Terakhir, tekanan konstan untuk selalu berinovasi di bawah tenggat waktu yang ketat menciptakan risiko *burnout* tinggi. Kondisi kelelahan mental ini, seperti yang dinyatakan oleh (Maslach & Leiter, 1997), sering terjadi ketika tuntutan inovasi yang intens tidak diimbangi dengan dukungan emosional serta penghargaan yang memadai

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis secara mendalam motivasi kerja dan dampaknya terhadap kinerja *Team Creative Podcast* Somestory. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi fenomena kerja kolaboratif secara kontekstual melalui pemahaman subjektif dan naratif dari pengalaman partisipan. Penelitian dilaksanakan secara daring selama kurun waktu Januari hingga Juli 2025. Pemilihan metode daring didasarkan pada karakteristik objek penelitian yang mayoritas aktivitas produksinya berbasis digital, serta rekam jejak Somestory yang konsisten memproduksi konten sejak tahun 2020 dengan melibatkan jumlah anggota tim yang cukup besar.

Penentuan subjek atau informan penelitian dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2019), dengan penetapan kriteria spesifik guna memastikan data yang diperoleh benar-benar relevan dan autentik. Kriteria partisipan meliputi:

1. anggota aktif *Team Creative Podcast* Somestory
2. terlibat langsung dalam proses kreatif seperti pengembangan ide, penulisan naskah, penyuntingan, atau visualisasi promosi
3. memiliki pengalaman kerja minimal tiga bulan dalam proyek *podcast* dan
4. bersedia memberikan informasi secara terbuka.

Pengumpulan data melibatkan sumber primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui dua instrumen utama, yaitu wawancara tertulis dan observasi daring. Wawancara tertulis dilakukan menggunakan instrumen kuesioner dengan pertanyaan terbuka (*open-ended questions*) yang disebarkan melalui *Google Form*. Penggunaan platform ini dipilih karena memberikan fleksibilitas waktu bagi responden untuk memberikan refleksi yang lebih mendalam terkait motivasi internal, eksternal, maupun hambatan kerja. Selanjutnya, observasi daring dilakukan untuk memantau dinamika interaksi tim, proses curah gagasan (*brainstorming*), dan aktivitas produksi yang terekam pada media sosial maupun platform distribusi *podcast*. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari arsip internal produksi, rekaman episode, dan literatur yang relevan.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi metode, yakni dengan membandingkan dan memverifikasi hasil wawancara tertulis terhadap temuan observasi daring guna meminimalkan bias subjektif peneliti. Setelah data diverifikasi, proses analisis dilakukan menggunakan teknik analisis tematik model interaktif. Prosedur analisis ini mencakup

tahapan reduksi data untuk menyaring informasi yang berfokus pada motivasi kerja, kategorisasi tema berdasarkan jenis dorongan dan hambatan kolaborasi, penyajian data dalam bentuk narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

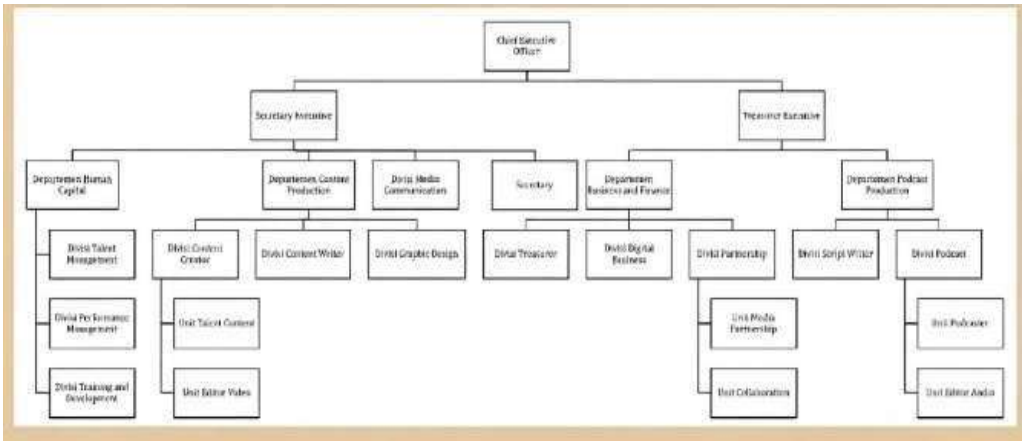
Hasil

Profil dan Struktur Organisasi Podcast Somestory

Podcast Somestory didirikan pada tahun 2020 oleh sekelompok anak muda berlatar belakang media dan publikasi. Berlokasi di Tangerang Selatan, *podcast* ini berfokus membagikan kisah-kisah inspiratif mengenai dinamika kehidupan sehari-hari. *Podcast* Somestory memiliki visi menjadi *"Media No. 1 yang Menginspirasi di Indonesia"*. Hingga Juli 2025, *Podcast* Somestory telah mempublikasikan lebih dari 250 episode di Spotify dan 46 episode di YouTube, serta hadir di platform lain seperti Noice dan Instagram. Berdasarkan data internal per akhir tahun 2024, *podcast* ini telah mengumpulkan lebih dari 500.000 total pendengar dengan rata-rata 20.000 pendengar per episode (Dokumentasi Internal Somestory, 2024).

Secara manajerial, *Podcast* Somestory dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yang membawahi *Secretary Executive* dan *Treasurer Executive*. Operasional produksi berada di bawah Departemen *Podcast Production*, yang terdiri dari dua divisi utama:

1. Divisi *Scriptwriter*, yakni bertanggung jawab atas riset, *brainstorming* ide, dan penyusunan naskah episode.
2. Divisi *Podcast,* yakni terdiri dari unit *Podcaster* (sebagai *host*) dan unit *Editor Audio* (bertanggung jawab atas pascaproduksi dan penyuntingan suara).



Gambar 1 Struktur Organisasi

Secara keseluruhan, *Podcast* Somestory dikelola oleh 98 anggota aktif, dengan 5 orang di antaranya bertindak sebagai *Team Creative* inti. Selain kegiatan produksi rutin, tim juga menyelenggarakan acara tahunan *SomeFest* sebagai ajang apresiasi dan interaksi langsung dengan pendengar. Seluruh koordinasi tim dilakukan secara fleksibel dan berbasis digital menggunakan aplikasi *Google Meet*, *Zoom*, *Google Docs*, *Google Sheets*, serta *WhatsApp Group*. Motivasi kerja adalah fondasi utama bagi Team Creative untuk menjaga produktivitas dan konsistensi inovasi di tengah tingginya tekanan kerja. Di era digital, semangat pekerja kreatif muda sangat bergantung pada lingkungan kerja yang fleksibel dan memberikan ruang berekspresi (Marthalia, 2023) Konsep inilah yang diterapkan dalam budaya kerja Somestory, yaitu menyeimbangkan antara tuntutan produktivitas dengan kebebasan berekspresi.

Hasil Wawancara Tertulis

Pengumpulan data melalui wawancara tertulis (*Google Form*) dilakukan kepada 15 anggota Departemen *Podcast Production* (terdiri dari *Scriptwriter*, *Podcaster*, *Editor Audio*, serta *Creative Lead*). Hasil wawancara menunjukkan bahwa motivasi awal anggota bergabung adalah untuk mengembangkan potensi media kreatif, memperluas jaringan, serta menyalurkan ekspresi diri. Melalui triangulasi data wawancara, observasi daring, dan dokumentasi internal, teridentifikasi

beberapa faktor utama yang memengaruhi motivasi kerja tim:

1. Faktor Pendorong Motivasi Kerja
   a) Apresiasi dan Pengakuan Tim, yaitu dengan pujian, dukungan moral, serta pengakuan atas gagasan dari rekan kerja terbukti meningkatkan semangat kerja secara signifikan.
   b) Kebebasan Berekspresi dan Ruang Kreatif, yaitu fleksibilitas sistem kerja yang tidak kaku memberikan kebebasan bagi penulis naskah, desainer visual, dan *host* untuk mengeksplorasi ide secara terbuka.
   c) Lingkungan Tim yang Suportif dan Egaliter, yaitu budaya kerja yang terbuka tanpa batasan hierarki yang kaku membuat anggota merasa aman dan percaya diri dalam menyampaikan pandangan.
2. Faktor Penghambat Motivasi Kerja
   a) Tekanan Tenggat Waktu (*Deadline*), yakni hambatan ini paling dirasakan oleh tim teknis dan editor audio. Ketidakselarasan jadwal serta lemahnya koordinasi antardivisi menyebabkan penumpukan beban kerja di akhir proses produksi.
   b) Minimnya Evaluasi dan Umpan Balik Konstruktif, yakni kurangnya arahan serta evaluasi berkala dari tingkat manajerial (*Creative Lead* atau Kepala Divisi) membuat anggota kesulitan mengukur kualitas hasil kerjanya.
   c) Ketidakseimbangan Pembagian Tugas, yakni tidak meratanya beban kerja antaranggota memicu kejenuhan (*burnout*) pada beberapa individu tertentu.
3. Dampak Motivasi Kerja terhadap Kinerja Tim

Motivasi kerja terbukti berbanding lurus dengan kinerja operasional tim. Saat motivasi tinggi, anggota tim bekerja lebih produktif, aktif berdiskusi, proaktif membantu rekan kerja, dan berani bereksperimen dalam gaya penulisan maupun desain. Sebaliknya, penurunan motivasi berdampak pada penurunan kualitas hasil kerja, meningkatnya kecenderungan menunda pekerjaan (*procrastination*), serta komunikasi tim yang menjadi pasif.

Temuan Observasi Daring (Online)

Observasi daring terhadap rapat virtual (*Zoom* dan *Google Meet*) serta aktivitas grup komunikasi mendukung temuan wawancara tertulis. Beberapa poin penting dari observasi daring meliputi:

1. Interaksi Terbuka dalam Sesi *Brainstorming*, yaitu anggota tim secara aktif menyampaikan gagasan tanpa rasa takut dihakimi, di mana ide-ide sederhana saling melengkapi menjadi konsep episode yang matang.
2. Etos Kerja Adaptif, yaitu tim menunjukkan kemandirian dan efisiensi kerja yang baik melalui pemanfaatan instrumen digital kolaboratif (*Google Docs* dan *Google Sheets*).

Gaya Kepemimpinan Partisipatif, yaitu *Creative Lead* berperan sebagai fasilitator yang suportif, memberikan ruang yang seimbang bagi setiap anggota untuk bersuara tanpa adanya tekanan autoritarian deskriptif, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian.

Pembahasan

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Motivasi Kerja

Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja *Team Creative* Somestory didorong oleh faktor internal maupun ekstrinsik. Tingginya pengaruh apresiasi dan pengakuan dari tim sejalan dengan Teori Dua Faktor (Herzberg, 1966) (*Motivation-Hygiene Theory*), yang menempatkan penghargaan (*recognition*) sebagai faktor pendorong utama (*motivator*) kepuasan kerja. Selain itu, kebebasan berekspresi dan ruang kreatif merefleksikan pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri dalam Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, yang mendorong individu mengoptimalkan potensi kreativitasnya.

Sisi hubungan sosial yang suportif juga mengonfirmasi pentingnya kebutuhan rasa memiliki (*social needs*). Sebaliknya, hambatan berupa tekanan tenggat waktu, minimnya umpan balik, dan pembagian tugas yang tidak merata berpotensi menjadi faktor *hygiene* yang memicu ketidakpuasan kerja apabila tidak dikelola dengan baik. Kurangnya evaluasi berkala membatasi ruang tumbuh anggota tim, yang dalam jangka panjang dapat menurunkan efikasi diri.

Hubungan Motivasi Kerja dengan Kinerja Team Creative

Hubungan positif antara motivasi dan kinerja pada *Team Creative* Somestory mendukung *Expectancy Theory* (Teori Harapan) dari (Vroom, 1964). Ketika anggota tim meyakini bahwa usaha kreatif mereka dihargai dan menghasilkan karya yang berdampak, ekspektasi tersebut mendorong usaha dan produktivitas yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketika motivasi merosot akibat hambatan koordinasi, kualitas konten dan ketepatan waktu produksi ikut menurun.

Hasil observasi daring mempertegas bahwa kepemimpinan partisipatif dari *Creative Lead* mampu menjaga tingkat keterlibatan (*engagement*) anggota. Lingkungan kerja digital yang inklusif dan transparan terbukti dapat meminimalisasi hambatan jarak fisik serta mempertahankan motivasi intrinsik dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi secara konsisten (Selfiana & Widjajanti, 2023)

Strategi Peningkatan Motivasi Kerja

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan tinjauan teoritis, disusun beberapa langkah strategis untuk mengoptimalkan motivasi dan kinerja *Team Creative Podcast* Somestory:

1. Peningkatan Sistem Penghargaan dan Apresiasi, yakni dengan memberikan pengakuan berkala atas kontribusi anggota tim secara konkret. Strategi ini sejalan dengan temuan (Oktavia & Anshori, 2022) yang menyatakan bahwa bentuk apresiasi dan pengakuan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan motivasi serta dorongan berinovasi.
2. Komunikasi Terbuka dan Evaluasi Berkala, yakni dengan menyediakan sesi *feedback* yang konstruktif setelah penyelesaian episode atau proyek. (Putri, 2021) mengemukakan bahwa komunikasi dua arah dan evaluasi rutin merupakan kunci utama efektivitas manajemen tim kreatif.
3. Pengembangan Kapasitas dan Pelatihan, yakni dengan mengagendakan pelatihan kreatif dan *mentoring* internal untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri anggota, sebagaimana ditekankan oleh (Christy & Rahadi, 2020) bahwa investasi motivasi non-finansial sangat penting untuk retensi dan performa tim jangka panjang.
4. Pengaturan Pembagian Kerja yang Transparan, yakni dengan melakukan pemetaan beban kerja secara adil guna mencegah *burnout*. Hal ini sesuai dengan konsep kebutuhan afiliasi (McClelland, 1987) serta temuan (Sari, Mahmud, & Irwansyah, 2024) mengenai pentingnya pembagian kerja yang proporsional dalam menjaga kohesi dan produktivitas tim.

Mempertahankan Budaya Kerja Fleksibel dan Suportif, yakni dengan menjaga kebebasan berekspresi dan pola kerja adaptif di ruang digital. Sebagaimana dijelaskan oleh (T. Tilawah & Zebua, 2023) serta (Marthalia, 2023), budaya organisasi yang fleksibel merupakan faktor determinan dalam memicu kreativitas serta kinerja optimal generasi muda di industri kreatif

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembatasan, motivasi kerja pada *Team creative Podcast Somestory* dipengaruhi dengan kombinasi faktor intrinsik yang mencakup kebutuhan aktualisasi diri dan kepuasan berkarya serta faktor ekstrinsik yang didorong dengan lingkungan kerja suportif, apresisasi teman kerja, fleksibilitas pola kerja digital dan kebebasan dalam berekspresi. Adapun hambatan utama diidentifikasi meliputi tekanan tenggat waktu yang ketat *(deadline),* umpan balik dari manajerial yang minim, serta distribusi tugas yang tidak seimbang. Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi kerja mempunyai hubungan yang positif signifikan terhada kinerja tim. Motivasi yang tinggi terbukti dapat mempengaruhi peningkatan kreativitas, produktivitas dan kolaborasi interaktif, sedangkan penurunannya mempengaruhi secara langsung pada stagnasi ide dan penurunan kualitas hasil produksi konten.

Guna menjaga motivasi kerja secara berkelanjutan, strategi peningkatan yang disarankan ialah dengan formulasi sistem penghargaan yang rutin, evaluasi berkala atas penguatan komunikasi terbuka, program pengembangan kapasitas tim, transparansi pembagian kerja, dan pemeliharaan budaya yang adaptif. Keberhasilan konten yang diproduksi *podcast* tidak hanya ditentukan dengan keterampilan Teknik saja, tetapi juga dengan efektivitas pengelolaa sumber daya manusia dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan kolaboratif.

DAFTAR PUSTAKA

Amabile, T. M. (1996). Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity. Boulder: CO: Westview Press.

Amabile, T. M., & Kramer, S. J. (2011). The Progress Principle: Using Small Wins to Ignite Joy, Engagement, and Creativity at Work,. Boston: MA: Harvard Business Review Press.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. New York: McGraw-Hill Education.

Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. Stanford Social Innovation Review,.

Christy, C., & Rahadi, D. R. (2020). Studi Literatur:Hubungan Dan Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *2*, pp. 107-116. doi:https://doi.org/10.37403/mjm.v6i2.177

Deci, E., & Ryan, R. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. American Psychologist. *1*(55), 68–78.

Fill, C. (2009). *Marketing Communications: Interactivity, Communities and Content* (5 ed., Vol. 5). Harlow: Pearson Education.

Gibson, J. I., J.M., D. J., & Konopaske, R. (2012). Organizations: Behavior, Structure, Processes. . New York: McGraw-Hill.

Goleman, D. (2000). Leadership That Gets Results. *2*, hal. 78-90.

Hasibuan, M. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara. hal. 56.

Herzberg, F. (1966). Work and the Nature of Man. New York: World Publishing.

Jehn, K. A. (1995). *A Multimethod Examination of the Benefits and Detriments of Intragroup Conflict* (2 ed., Vol. 40). Administrative Science Quarterly. Diambil kembali dari ResearchGate+2JSTOR+2Massachusetts Institute of Technology+2

Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (1993). The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization. Boston: MA: Harvard Business School Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. Dalam 15 (Penyunt.). Upper Saddle River: NJ: Pearson Education.

Mangkunegara, A. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Marthalia, L. (2023). Strategi Pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia pada Kinerja Karyawan dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *4*, hal. 2429–2436. doi:https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.481

Maslach, C., & Leiter, M. P. (1997). *The Truth About Burnout: How Organizations Cause Personal Stress and What to Do About It,.* San Francisco: Jossey-Bass Harvard Weblogs.

McClelland, D. C. (1987). Human Motivation. Cambridge. MA: Cambridge University Press.

Oktavia, R. D., & Anshori, M. I. (2022). Perilaku Kreatif Karyawan dalam Mempertahankan Kinerja pada Masa New Normal di PTPN X Pabrik Gula Tjoekir. *2*.

Osborn, A. F. (1953). *Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Problem-Solving.* New York: Charles Scribner's Sons. Diambil kembali dari Open Library+2Idea Sandbox+2Internet Archive+2

Putri, A. D. (2021). Manajemen Kerja Team creative pada Program 'Ujian Cinta' Trans TV Jakarta.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management.* (13, Penyunt.) Boston: Pearson.

Robbins, S., & Judge, T. (2019). Organizational Behavior (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Salas, E., Sims, D. E., & Burke, C. A. (2005). "Is There a 'Big Five' in Teamwork? Small Group Research.

Sari, D. P., Mahmud, & Irwansyah. (2024). Analisis Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT. Kinarya Selaras Solusi Cabang Dompu. *1*, hal. 127-136. Diambil kembali dari https://ejurnal.mmnesia.id/index.php/JMEB/ar

Sawyer, R. K. (2012). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation* (2 ed.). Oxford: Oxford University Press.

Selfiana, R. (2023). Pengaruh Pemberian Penghargaan terhadap Motivasi Kerja Karyawan. . *2*, hal.

45–52.
Selfiana, R., & Widjajanti, K. (2023). Peranan Motivasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Pt. Sango Ceramics Indonesia. *3*(21), 229. doi:10.26623/slsi.v21i3.6331
T. Tilawah, L. A., & Zebua, M. (2023). Analisis Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan CV. Sumber Jaya Springs Gresik. *1*.
Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (1997). Winning Through Innovation: A Practical Guide to Leading Organizational Change and Renewal. Boston: Harvard Business School Press.
Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation.* New York: John Wiley & Sons