

**PENGARUH *CORE SELF-EVALUATION* DAN PERILAKU
CYBERLOAFING TERHADAP PERILAKU KERJA
INOVATIF PADA KARYAWAN INDUSTRI
KREATIF DI INDONESIA**

(Skripsi)

Oleh

ADINDA NABELA PUTRI

2111011038



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH *CORE SELF-EVALUATION* DAN PERILAKU *CYBERLOAFING* TERHADAP PERILAKU KERJA INOVATIF PADA KARYAWAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

Oleh

ADINDA NABELA PUTRI

Industri kreatif di Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan dalam perekonomian negara sehingga dibutuhkan perilaku kerja inovatif untuk dapat mempertahankan dan membangun industri kreatif demi menyesuaikan diri dengan perubahan atau perkembangan pesaingnya. Banyak faktor yang memengaruhi perilaku kerja inovatif, diantaranya adalah *core self-evaluation* dan perilaku *cyberloafing*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *core self-evaluation* dan perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif karyawan industri kreatif di Indonesia. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan diperoleh 165 karyawan perusahaan penerbit dan studio animasi di Indonesia sebagai responden. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan alat analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 30. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan, yaitu *core self-evaluation* dan perilaku *cyberloafing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif. Saran dari peneliti adalah diharapkan perusahaan dapat berupaya menurunkan tingkat stres karyawan serta meningkatkan motivasi karyawan. Selain itu, perusahaan diharuskan untuk mengelola penggunaan aplikasi pesan instan dengan baik agar tidak mengganggu produktivitas dan karyawan diharapkan meningkatkan kontrol diri agar *cyberloafing* yang dilakukan masih dalam batasan yang wajar dan tidak merugikan perusahaan. Terakhir, berikan dukungan serta pelatihan dan pengembangan inovasi atau melakukan sesi *brainstorming* untuk mendorong karyawan dalam menciptakan dan menerapkan inovasi baru.

Kata Kunci : *core self-evaluation*, perilaku *cyberloafing*, dan perilaku kerja inovatif

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CORE SELF-EVALUATION AND CYBERLOAFING BEHAVIOR ON INNOVATIVE WORK BEHAVIOR IN CREATIVE INDUSTRY EMPLOYEES IN INDONESIA

By

ADINDA NABELA PUTRI

The creative industry in Indonesia has a significant contribution to the country's economy, so innovative work behavior is needed to be able to maintain and build the creative industry in order to adapt to changes or developments in its competitors. Many factors influence innovative work behavior, including core self-evaluation and cyberloafing behavior. This study aims to examine the influence of core self-evaluation and cyberloafing behavior on the innovative work behavior of creative industry employees in Indonesia. The data that has been collected will be analyzed using multiple linear regression analysis tools with the help of the SPSS 30 application. The results of this study support the proposed hypothesis, namely that core self-evaluation and cyberloafing behavior have a positive and significant effect on innovative work behavior. The researcher's suggestion is that companies are expected to try to reduce employee stress levels and increase employee motivation. In addition, companies are required to manage the use of instant messaging applications properly so as not to interfere with productivity and employees are expected to increase self-control so that cyberloafing is still within reasonable limits and does not harm the company. Finally, provide support and training and innovation development or conduct brainstorming sessions to encourage employees to create and implement new innovations.

Keywords: core self-evaluation, cyberloafing behavior, and innovative work behavior

**PENGARUH *CORE SELF-EVALUATION* DAN PERILAKU
CYBERLOAFING TERHADAP PERILAKU KERJA
INOVATIF PADA KARYAWAN INDUSTRI
KREATIF DI INDONESIA**

Oleh

ADINDA NABELA PUTRI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA MANAJEMEN**

Pada

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

: PENGARUH CORE SELF-EVALUATION DAN PERILAKU CYBERLOAFING TERHADAP PERILAKU KERJA INOVATIF PADA KARYAWAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

Nama Mahasiswa

: Adinda Nabela Putri

Nomor Pokok Mahasiswa

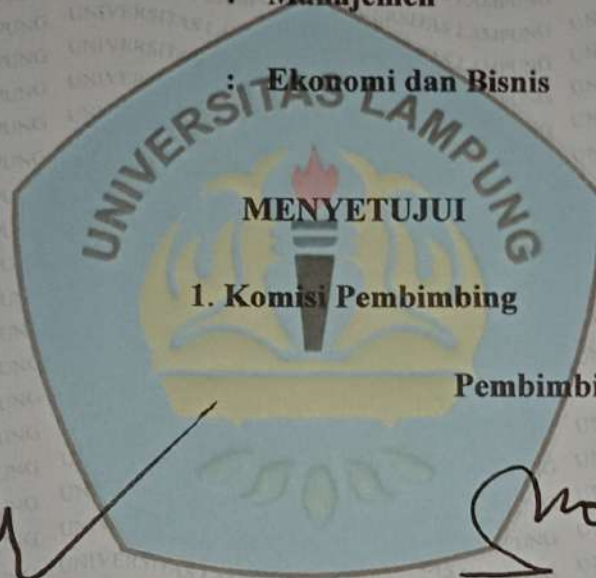
: 2111011038

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hapibullah Jimad, S.E., M.Si.
NIP. 19711121 199512 1 001

Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.
NIP. 19701106 199802 2 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

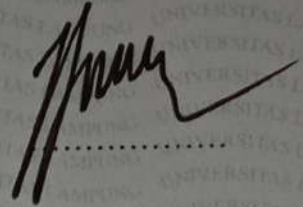
Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
NIP. 19680708 200212 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

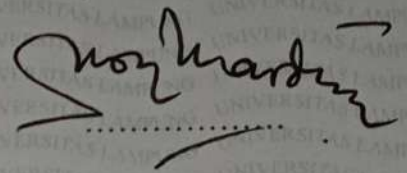
Ketua

: **Dr. Habibullah Jimad, S.E., M.Si.**



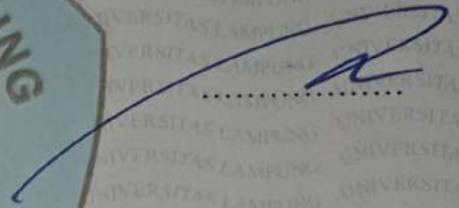
Sekretaris

: **Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M.**



Penguji Utama

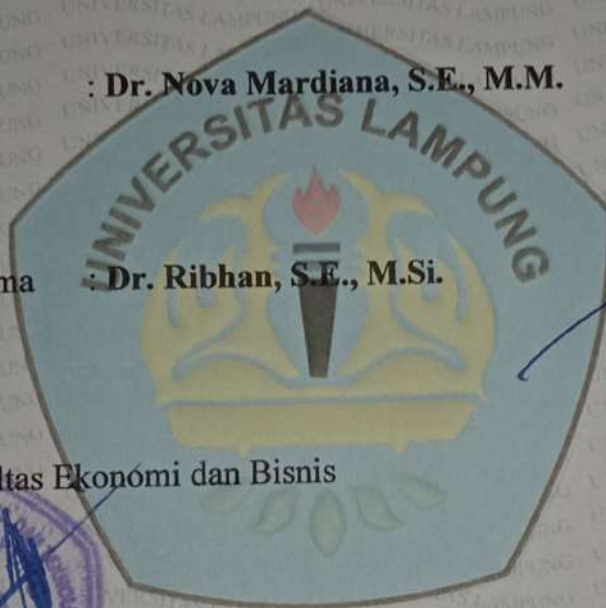
: **Dr. Ribhan, S.E., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **17 Juni 2025**



PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Nama : Adinda Nabela Putri
Nomor Pokok Mahasiswa : 2111011038
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Core Self-Evaluation* dan Perilaku *Cyberloafing* Terhadap Perilaku Kerja Inovatif Pada Karyawan Industri Kreatif di Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri, dan dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian dari orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran dari peneliti lain tanpa pengakuan peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 26 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Adinda Nabela Putri
2111011038

RIWAYAT HIDUP



Adinda Nabela Putri, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 19 Juni 2003 dan merupakan anak ketiga dari pasangan Bapak Ardin Sastra dan Ibu Eti Murtika. Peneliti mengenyam pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Islam Adz Dzikri yang diselesaikan pada tahun 2009, lalu melanjutkan Sekolah Dasar (SD) di SDN 1 Way Halim Permai sampai dengan tahun 2015, setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 5 Bandar Lampung sampai tahun 2018, kemudian pada tahun 2021 peneliti menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di SMKN 1 Bandar Lampung.

Pada Tahun 2021 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama duduk dibangku perkuliahan, peneliti pernah mengikuti kegiatan riset MBKM bersama dosen pada tahun 2023 dan 2024. Pada tahun 2024 peneliti mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Negeri Agung Kecamatan Bandar Negeri Semuong, Tanggamus, Lampung.

MOTTO

*“Belajarl原因 karena tidak ada seorangpun yang dilahirkan dalam keadaan
berilmu”*

(Imam Asy-syafi'i)

“Believe you can and you're halfway there”

(Theodore Roosevelt)

“Sukses itu melewati banyak proses bukan protes”

(Merry Riana)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadiran Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya, serta dukungan dari berbagai pihak kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karyaku ini ku persembahkan kepada :

Kedua Orang Tua Saya

Terima kasih Ayah dan Mama yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang dan selalu mengusahakan yang terbaik untuk ku. Terima kasih atas segala pengorbanan, doa, dan dukungannya.

Saudaraku

Terima kasih kepada kedua kakakku dan adikku atas segala bentuk dukungan, semangat, dan saran yang selalu kalian berikan.

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Core Self-Evaluation dan Perilaku Cyberloafing Terhadap Perilaku Kerja Inovatif”** dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lampung. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, sekaligus Dosen Pembahas I atas kesediannya memberikan waktu, pengetahuan, arahan, kritik, dan saran.
3. Ibu Dr. Zainnur M. Rusdi, S.E., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Habibullah Jimad. S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, pengetahuan, arahan, kritik, dan saran dalam proses penyelesaian skripsi ini disela-sela kesibukan bapak.
5. Ibu Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu, motivasi, pengetahuan, arahan, kritik, saran serta kesabaran selama peneliti menjalani masa kuliah dan penyusunan skripsi.
6. Ibu Dr. Keumala Hayati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembahas II yang telah bersedia memberikan waktu, pengetahuan, arahan, kritik, dan saran yang membangun.

7. Bapak Luthfi Firdaus, S.E., M.M., selaku Dosen Pembahas III yang telah bersedia memberikan waktu, pengetahuan, arahan, kritik, dan saran yang membangun.
8. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu memberikan nasihat serta masukan saat di bangku perkuliahan.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membagikan ilmu pengetahuan serta bimbingan selama proses perkuliahan.
10. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu baik selama proses perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi.
11. Ayah dan Mama yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moral dan material.
12. Kedua Kakakku dan Adikku yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Angkatan 21 Manajemen dan teman-teman ku yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
14. Seluruh responden yang telah bersedia menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian serta semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun sedikit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, April 2025

Peneliti

Adinda Nabela Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	12
2.1 <i>Core Self-Evaluation</i>	12
2.1.1 Indikator <i>Core Self-Evaluation</i>	13
2.2 Perilaku <i>Cyberloafing</i>	14
2.2.1 Faktor - Faktor yang Memengaruhi Perilaku <i>Cyberloafing</i>	15
2.2.2 Dampak Perilaku <i>Cyberloafing</i>	15
2.2.3 Indikator Perilaku <i>Cyberloafing</i>	16
2.3 Perilaku Kerja Inovatif	17
2.3.1 Karakteristik Perilaku Kerja Inovatif	19
2.3.2 Faktor - Faktor yang Memengaruhi Perilaku Kerja Inovatif	19
2.3.3 Indikator Perilaku Kerja Inovatif	21
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Model Penelitian	28
2.6 Perumusan Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian.....	30
3.3 Sumber Data Penelitian	30
3.3.1 Data Primer.....	31

3.3.2	Data Sekunder	31
3.4	Populasi dan Sampel	31
3.5	Metode Pengumpulan Data	32
3.5.1	Kuesioner	32
3.5.2	Studi Kepustakaan	33
3.6	Definisi Operasional Variabel	33
3.7	Instrumen Penelitian	34
3.8	Uji Instrumen Penelitian	35
3.8.1	Uji Validitas	35
3.8.2	Uji Realibilitas	36
3.9	Uji Data	38
3.9.1	Uji Normalitas	38
3.10	Uji Hipotesis	38
3.10.1	Uji Regresi Linier Berganda	38
3.10.2	Uji t	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Prosedur Penelitian	40
4.2	Karakteristik Responden	40
4.2.1	Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
4.2.4	Responden Berdasarkan Lama Bekerja	42
4.2.5	Responden Berdasarkan Jabatan	42
4.2.6	Responden Berdasarkan Domisili	43
4.2.7	Responden Berdasarkan Bekerja Menggunakan	43
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	44
4.3.1	Deskripsi Variabel <i>Core Self-Evaluation</i>	44
4.3.2	Deskripsi Variabel Perilaku <i>Cyberloafing</i>	45
4.3.3	Deskripsi Variabel Perilaku Kerja Inovatif	46
4.4	Hasil Penelitian	47
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	47
4.4.2	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	47
4.4.3	Hasil Uji t	48
4.5	Pembahasan	49
4.5.1	Pengaruh <i>Core Self-Evaluation</i> Terhadap Perilaku Kerja Inovatif di Indonesia	49
4.5.1	Pengaruh Perilaku <i>Cyberloafing</i> Terhadap Perilaku Kerja Inovatif di Indonesia	50
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN		52
5.1	Kesimpulan	52
5.2	Keterbatasan dan Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		54

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Peringkat Output Inovasi (Wilayah Asia Tenggara)	2
1.2 Tingkat Penetrasi Internet.....	6
1.3 Pekerjaan Pengguna Internet di Indonesia.....	6
1.4 Alasan Menggunakan Internet.....	7
1.5 Metode Koneksi Intenet.....	7
1.6 Alasan Menggunakan <i>Free Wi-Fi</i>	8
1.7 Gangguan Karyawan Selama Jam Kerja	8
2.1 Penelitian Terdahulu	22
3.1 Rentang Skala	33
3.2 Definisi Operasional	33
3.3 Hasil Uji Validitas	35
3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.1 Usia Responden	40
4.2 Jenis Kelamin Responden.....	41
4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	41
4.4 Lama Bekerja Responden	42
4.5 Jabatan Responden.....	42
4.6 Domisili Responden.....	43
4.7 Responden Bekerja Menggunakan	43
4.8 Deskripsi Variabel <i>Core Self-Evaluation</i>	44
4.9 Deskripsi Variabel Perilaku <i>Cyberloafing</i>	45
4.10 Deskripsi Variabel Perilaku Kerja Inovatif	46
4.11 Hasil Uji Normalitas	47
4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Penelitian	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner.....	L-1
2. Identitas Responden	L-5
3. Tabulasi Data.....	L-11
4. Hasil Uji SPSS.....	L-23
5. t Tabel.....	L-29
6. Surat Keputusan Judul.....	L-30
7. Surat Keputusan Ujian.....	L-40
8. <i>Letter of Acceptance</i>	L-42
9. Artikel.....	L-43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif dalam ekonomi dunia, pada mulanya diawali dengan adanya peralihan orientasi dunia barat yaitu dari era pertanian ke era industrialisasi yang selanjutnya disusul era informasi yang diiringi dengan banyaknya inovasi pada bidang teknologi informasi dan komunikasi (infokom) serta globalisasi ekonomi (Sidauruk, 2013). Ekonomi kreatif lebih bergantung pada kreativitas individu melalui gagasan, daya kreasi, dan daya cipta untuk menambahkan nilai ekonomi karyanya sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan (Saksono, 2012). Menurut United Nations (2010) inti dari ekonomi kreatif adalah industri kreatif.

Industri kreatif memberikan dampak yang positif bagi sebuah negara, termasuk Indonesia. Dengan memanfaatkan industri kreatif, ekonomi negara serta kesejahteraan bagi pelaku industri ekonomi kreatif dapat meningkat (Dwi *et al.*, 2024). Mengutip dari artikel yang dipublikasi oleh Portal Informasi Indonesia (2023) yang bertajuk “Industri Kreatif Terus Moncer” melaporkan bahwa Kementerian Perindustrian pada 2023 mencatat bahwa sektor ekonomi kreatif berkontribusi sekitar 7,8% dari Produk Domestik Bruto Nasional (PDB), persentase tersebut naik sebesar 1,28 % dibandingkan dengan tahun 2023, dimana sektor ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 6,54% dari PDB. Hal ini membuktikan kontribusi signifikan sektor ini dalam perekonomian negara.

Pertumbuhan industri kreatif masih perlu dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat memberikan kontribusi besar dalam pembangunan ekonomi dan permasalahan yang dihadapi sekarang adalah kemampuan SDM sehingga berpengaruh pada keunggulan bersaing. Kemampuan untuk mengembangkan

keaktivitas dan meningkatkan kemampuan inovasi pelaku industri kreatif sangat diperlukan agar sanggup berkembang dan bersaing (Mulyana dan Sutapa, 2014).

Ekonomi kreatif merupakan gagasan ekonomi baru yang memproduksi produk melalui optimalisasi ide kreatif, bakat individu, keterampilan, dan inovasi (Rofaida *et al.*, 2020). Namun sayangnya, *output* inovasi Indonesia dalam laporan *The Global Talent Competitiveness Index* (GTCI) tahun 2023 menduduki salah satu peringkat terendah apabila dibandingkan dengan negara asia tenggara lainnya.

Tabel 1.1 Peringkat Output Inovasi (Wilayah Asia Tenggara)

Nama Negara	Peringkat
Singapura	14
Malaysia	36
Vietnam	40
Thailand	43
Philippines	50
Indonesia	73
Kamboja	100
Brunei Darussalam	122

Sumber: *The Global Talent Competitiveness Index* (2023)

Indonesia menduduki peringkat 73 dalam kategori output inovasi, hal ini menunjukkan bahwa Indonesia berada pada peringkat tiga terbawah dalam peringkat output inovasi di Asia Tenggara. Sementara itu, Singapura berada diperingkat 14, Malaysia diperingkat 36, Vietnam diperingkat 40, Thailand diperingkat 43, Philippines diperingkat 50, disusul Kamboja dan Brunei Darussalam diperingkat 100 dan 122.

Strategi yang efektif untuk mengembangkan kemampuan inovasi dan output inovasi dalam organisasi adalah dengan mengembangkan kreativitas karyawan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan ide-ide baru, yaitu perilaku inovasi (Derin dan Gökçe, 2016). Perilaku inovatif dapat meningkatkan output inovasi yang tergambar pada peningkatan intensitas pemberian saran, penerapan produk baru, serta penerapan layanan baru, kesadaran pasar dan praktik kerja (Yulianah, 2021).

Industri kreatif di Indonesia saat ini masih terus berkembang, keterampilan pihak yang bersangkutan di dalamnya untuk berinovasi pastinya memiliki tugas penting dalam mempertahankan dan membangun industrinya demi menyesuaikan

diri dengan perubahan atau perkembangan pesaingnya. Dibutuhkan sikap dan perilaku produktif yang ditunjang dengan kreativitas dan perilaku kerja inovatif (Khairunnisa *et al.*, 2024).

Perilaku kerja inovatif karyawan diperlukan oleh setiap perusahaan. Karyawan yang mempunyai perilaku kerja inovatif dapat menciptakan atau mengombinasikan ide-ide kreatif tersebut menjadi suatu hal yang baru dan mempunyai keberanian untuk mengembangkan ide tersebut pada perusahaan (Hadi *et al.*, 2020). Tindakan individu mulai dari menemukan peluang, menghasilkan ide baru, menyebarkan ide baru tersebut, hingga mengimplementasikan ide baru tersebut merupakan perilaku kerja inovatif (De Jong dan Den Hartog, 2010). Perilaku kerja inovatif dapat didefinisikan sebagai perilaku kerja yang dilakukan seseorang untuk meningkatkan kinerja dengan cara menemukan ide baru, lalu memperkenalkan ide baru, dan mengaplikasikan ide baru tersebut (Hadi *et al.*, 2020).

Seorang karyawan yang memiliki perilaku inovatif dapat sangat kritis dan akan selalu mengupayakan apapun untuk memunculkan hal baru dalam lingkungan sekitarnya agar lebih berguna dan mempunyai nilai tambah sehingga seorang yang berperilaku inovatif akan berupaya menyelesaikan masalah melalui cara yang lebih efektif dan efisien (Hadi *et al.*, 2020). Perilaku kerja inovatif dapat mengarahkan karyawan untuk mendorong kemampuannya mengatasi tuntutan pekerjaan yang lebih tinggi dengan menciptakan, menyebarluaskan, dan mewujudkan ide-ide untuk memodifikasi diri sendiri atau lingkungan kerja (Janssen, 2000).

Perilaku kerja inovatif sangat penting bagi perusahaan, sehingga semakin banyak peneliti yang berfokus untuk meneliti faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku kerja inovatif karyawan. Perilaku kerja inovatif dipengaruhi oleh faktor karakteristik organisasi dan karakteristik individu (Baumann, 2011). *Core self-evaluation* merupakan salah satu karakteristik individu yang dapat memengaruhi perilaku kerja inovatif (Choi *et al.*, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Choi *et al.* (2023) ini menggunakan responden sebanyak 330 karyawan kantor pada beberapa perusahaan besar maupun menengah di Korea Selatan, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *core self-*

evaluation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif.

Pandangan setiap orang mengenai apakah mereka menyukai atau tidak menyukai diri mereka sendiri dan apakah mereka memandang diri mereka sendiri mampu dan efektif tidak selalu sama. Perspektif diri ini adalah konsep *core self-evaluation* (Sutanti dan Sandroto, 2021). Ciri kepribadian seseorang memiliki cakupan yang luas, maka untuk itu *core self-evaluation* mengintegrasikan ciri kepribadian yang luas tersebut menjadi empat cakupan yaitu, *self-esteem*, *generalized self-efficacy*, *locus of control*, dan *emotional stability* (Judge *et al.*, 2004). *Core self-evaluation* merupakan konsep yang mewakili evaluasi mendasar yang dibuat seseorang tentang dirinya sendiri dan cara mereka dalam lingkungan (Judge *et al.*, 1998). Menurut Ma *et al.* (2023) mendefinisikan *core self-evaluation* sebagai peninjauan keyakinan mendasar yang dianut seseorang tentang kemampuan dan nilai dirinya sendiri.

Orang-orang yang memiliki *core self-evaluation* yang tinggi biasanya memandang diri sendiri secara positif dalam berbagai situasi dan menghadapi dunia dengan cara yang percaya diri (Judge dan Kammeyer-Mueller, 2011). Rasa percaya diri yang tinggi ini seringkali mengacu pada kepercayaan diri yang lebih besar terhadap kemampuan memecahkan masalah dan kesanggupan untuk menerima tantangan (Ma *et al.*, 2023) sehingga memungkinkan karyawan menghasilkan ide-ide kreatif, mencari dukungan, dan menerapkan perilaku inovatif pada saat proses pemecahan masalah. Selain itu karyawan yang memiliki tingkat kepercayaan diri dan keyakinan pada kemampuan mereka juga dapat membangun atau memelihara pola pikir yang inovatif (Ma *et al.*, 2023 dan Ding *et al.*, 2022). Karyawan yang memiliki perilaku kerja inovatif membutuhkan penilaian positif kepada diri sendiri terhadap harga diri dan kompetensi yang bukan hanya terkait dengan pekerjaan mereka saat ini, tetapi juga upaya sukarela mereka untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mewujudkan ide-ide kreatif di luar pekerjaan saat ini (Marques *et al.*, 2014). Selain dipengaruhi oleh *core self-evaluation*, ada beberapa penelitian yang menunjukkan hasil bahwa perilaku kerja inovatif dipengaruhi secara positif dan signifikan lemah oleh perilaku *cyberloafing* (Inmor dan Suwannahong, 2020, Derin dan Gökçe, 2016, dan

Yogun, 2015), namun penelitian yang dilakukan oleh Wijanarko dan Purba (2018) menunjukkan hasil bahwa perilaku *cyberloafing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan kuat terhadap perilaku kerja inovatif.

Perilaku *cyberloafing* merupakan tindakan atau aktivitas menggunakan internet di tempat kerja untuk kepentingan pribadi yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan, hal ini dilakukan karyawan secara sadar pada saat jam kerja (Lim, 2002). Perilaku *cyberloafing* adalah penggunaan email pribadi dan internet perusahaan di saat jam kerja (Blanchard dan Henle, 2008). Munculnya perilaku *cyberloafing* ini dipicu dengan beberapa hal seperti konflik interpersonal karyawan, beban kerja, kepuasan kerja, keadilan dalam organisasi (Giordano dan Mercado, 2023), kepemimpinan yang beracun (Fan *et al.*, 2023), kepribadian karyawan itu sendiri (Adawiyah *et al.*, 2023), kepemimpinan yang otoriter (Zhang *et al.*, 2022), dan *job burnout* (Aghaz dan Sheikh, 2016).

Perilaku *cyberloafing* pada umumnya digambarkan sebagai perilaku negatif yang mengakibatkan hilangnya produksi dan pendapatan (Karabulut Coskun dan Akar, 2020) dan menurunkan kinerja karyawan (Damayanti *et al.*, 2022), namun perilaku *cyberloafing* tidak boleh hanya dipandang sepenuhnya negatif atau positif (Blanchard dan Henle, 2008). Perilaku *cyberloafing* diibaratkan seperti dua mata pisau yang mana perilaku *cyberloafing* apabila dilakukan dapat menyebabkan kerugian namun juga dapat berdampak positif. Perilaku *cyberloafing* dapat memberikan jeda sehingga menimbulkan rasa rileks yang dapat mendorong pemikiran yang terbuka. Selain itu, konten yang dimuat pada sosial media tak jarang memperluas wawasan dan memberikan inspirasi untuk pemikiran inovatif (Giordano dan Mercado, 2023) sehingga perilaku *cyberloafing* memiliki kemungkinan untuk memicu munculnya ide-ide kreatif dan keterampilan pemecahan masalah seputar dunia usaha (Karabulut Coskun dan Akar, 2020) serta dapat meningkatkan kreativitas karyawan (Sijabat, 2021). Selain itu, perilaku *cyberloafing* berpengaruh positif terhadap perilaku kerja inovatif karyawan (Inmor dan Suwannahong, 2020, Wijanarko dan Purba, 2018, Derin dan Gökçe, 2016, dan Yogun, 2015). Namun, apabila *cyberloafing* dilakukan secara berlebihan, bukan tidak mungkin hal ini akan menjadi bumerang bagi kondisi

kesehatan mental dan penurunan kreativitas karyawan di tempat kerja (Wu *et al.*, 2020).

Tabel 1.2 Tingkat Penetrasi Internet

Tahun	Persentase Pengguna Internet
2018	64,80%
2020	73,30%
2022	77,01%
2023	78,19%
2024	79,50%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 melaporkan bahwa pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia semakin mengalami peningkatan secara signifikan dalam kurung waktu enam tahun kebelakang ini. Pada tahun 2018 APJII melaporkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia sebesar 64,80% dan pada tahun 2019-2020 penetrasi penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 8,9% sehingga total penetrasi pengguna internet di Indonesia berjumlah 73,70%. Kemudian persentase tersebut kembali mengalami kenaikan sampai menyentuh angka 77,01% pada laporan di tahun 2021-2022. Sementara itu, hasil survei ditahun 2023 menunjukkan peningkatan penetrasi 78.19%. Sedangkan, tingkat penetrasi pada tahun 2024 menunjukkan persentase sebesar 79.50% yaitu sekitar 221.563.479 jiwa dari total populasi penduduk Indonesia pada tahun 2023 yaitu sekitar 278.696.200 jiwa.

Tabel 1.3 Pekerjaan Pengguna Internet di Indonesia

Pekerjaan	Persentase Pengguna Internet
Pelajar dan Mahasiswa	7,18%
Ibu Rumah Tangga	21,75%
Bekerja	40,29%%
Tenaga Pendidik	1,95%
Tidak Bekerja/Pensiunan	28,84%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Data ditahun 2024 menunjukkan bahwa kontribusi pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia banyak bersumber dari orang yang telah bekerja yang berkontribusi sebesar 40,29%, sebanyak 28,84% pengguna internet di Indonesia tidak bekerja/pensiunan. Lalu pada posisi ketiga sebagai penyumbang pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia merupakan ibu rumah tangga dengan

persentase sebesar 21,75%. Selanjutnya, pengguna internet di Indonesia dengan nilai persentase sebesar 7,18% dan 1,95% merupakan orang-orang yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar serta mahasiswa dan tenaga pendidik.

Tabel 1.4 Alasan Menggunakan Internet

Alasan Menggunakan Internet	Persentase Pengguna Internet	
	2024	2023
Menggunakan Email	2,87%	2,91%
Mengakses Transportasi <i>Online</i>	2,57%	2,85%
Mengakses Layanan Keuangan	2,75%	2,86%
Mengakses Konten Hiburan	2,88%	2,90%
Mengakses Informasi Berita	3,05%	3,15%
Bekerja/Bersekolah Secara Daring	2,92%	3,11%
Transaksi <i>Online</i>	2,88%	2,92%
Mengakses Layanan Publik	2,94%	3,05%
Mengakses Sosial Media	3,31%	3,33%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Laporan APJII mengenai alasan penggunaan internet, terdapat sembilan alasan menggunakan internet, dimana tiga alasan teratas adalah mengakses sosial media 3,31%, mengakses informasi berita 3,05%, dan mengakses layanan publik 2,94%. Sementara itu, 2,92% orang menggunakan internet untuk bekerja/bersekolah secara daring, 2,88% orang menggunakan internet untuk mengakses konten hiburan dan juga transaksi *online*, 2,87% orang menggunakan internet untuk menggunakan email, 2,75% memanfaatkan internet untuk mengakses layanan keuangan, dan terakhir sekitar 2,57% orang menggunakan internet untuk mengakses transportasi *online*.

Tabel 1.5 Metode Koneksi Internet

Metode Koneksi Internet	Persentase Pengguna Internet	
	2024	2023
Menggunakan Mobile Data dan Operator Seluler	74,27%	77,31%
Menggunakan WiFi yang Terpasang di Rumah	22,38%	20,76%
Menggunakan WiFi yang Terpasang di Kantor /Sekolah/Kampus	1,68%	0,98%
Menggunakan WiFi yang Terpasang di Ruang Publik	1,30%	0,52%
Tidak Tahu	0,64%	0,44%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Tercatat ada beberapa metode yang digunakan untuk mengakses internet, kebanyakan orang mengakses internet dengan menggunakan *mobile* data dari operator seluler yaitu sebesar 74,27% pada tahun 2024, persentase ini menurun apabila dibandingkan dengan persentase pada tahun 2023 yaitu sebesar 77,31%. Sebanyak 22,38% orang mengakses internet menggunakan *Wi-Fi* yang terpasang di rumah, berbanding terbalik dengan metode *mobile* data dari operator seluler yang mengalami penurunan, koneksi internet menggunakan *Wi-Fi* yang terpasang di rumah mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya menyentuh angka 22,38%. Data tahun 2024 menunjukkan bahwa sebanyak 1,68% orang mengakses internet menggunakan *Wi-Fi* yang terpasang di kantor/sekolah/kampus, dimana persentase ini mengalami kenaikan sebesar 0,70% dari tahun sebelumnya yang hanya menyentuh angka 0,98%. Sedangkan 1,30% orang menggunakan *Wi-Fi* yang terpasang di ruang publik dan 0,64% tidak diketahui.

Tabel 1.6 Alasan Menggunakan *Free Wi-Fi*

Alasan Penggunaan <i>Free Wi-Fi</i>	Persentase Pengguna Internet
Untuk <i>Streaming</i> Film/Video	42,69%
Untuk Bekerja/Belajar	31,99%
Mengunduh/Mengunggah File	30,29%
Untuk Bermain <i>Game</i>	16,00%
Untuk <i>Meeting Online</i>	8,38%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024))

Alasan orang menggunakan *free Wi-Fi* kebanyakan untuk melakukan *streaming* film/video 42,69%, lalu 31,99% memanfaatkan *free Wi-Fi* untuk bekerja/belajar, 30,29% orang menggunakan *free Wi-Fi* untuk mengunduh/mengunggah file, 16,00% memanfaatkan *free Wi-Fi* untuk bermain *game* dan 8,38% untuk *meeting online*.

Tabel 1.7 Gangguan Karyawan Selama Jam Kerja

Aktivitas yang Mengganggu	Persentase Pengguna Internet
Berselancar Di Internet	47%
Media Sosial	45%
Mengirim Pesan Teks	44%
Istirahat Ke Kamar Mandi	39%
Bersosialisasi dengan Rekan Kerja	27%
Istirahat Untuk Ngemil	25%
Kebisingan Rekan Kerja/Kantor Lainnya	25%
Istirahat Minum Kopi	19%

Aktivitas yang Mengganggu	Persentase Pengguna Internet
Membaca/Menggambar	16%
Aktivitas Rumah Tangga	14%

Sumber: Zippia (2022)

Laporan yang berasal dari Zippia (2022) yang merupakan situs web pencari pekerjaan menunjukkan bahwa 47% karyawan menyia-nyiakan waktu kerja untuk berselancar di jejaring internet, 45% mengaku menyia-nyiakan waktu kerja untuk menggunakan sosial media, dan 44% karyawan membuang waktu kerja untuk mengirim SMS. Mengutip artikel yang diterbitkan oleh Forbes (2022) melaporkan bahwa sekitar 31% karyawan membuang waktu kerja sebanyak 30 menit perhari untuk beberapa hal dimana salah satunya adalah penggunaan internet untuk memeriksa sosial media.

Penelitian ini akan mengambil sampel di industri kreatif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menetapkan bahwa ada 17 subsektor industri kreatif yang di antaranya adalah pengembang permainan (*game*), kriya, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi, radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbit, dan aplikasi.

Penelitian ini akan berfokus pada beberapa perusahaan penerbit dan studio animasi di Indonesia. Alasan peneliti menggunakan responden yang bekerja dalam lingkup industri kreatif terutama karyawan dari perusahaan penerbit dan studio animasi adalah karena pada perusahaan penerbit dan studio animasi terdapat posisi editor, ilustrator atau desain sampul, serta *layouter* yang sangat berkaitan erat dengan inovasi dan kreativitas sehingga perilaku kerja inovatif lebih dibutuhkan atau lebih berpotensi terjadi di lingkungan ini. Selain itu, *core self-evaluation* yang tinggi penting dimiliki karyawan yang bekerja di perusahaan penerbit dan studio animasi karena dengan penilaian diri yang positif, karyawan dapat meningkatkan keberanian untuk berinovasi dan mencoba pendekatan baru. Lebih lanjut, karyawan yang bekerja di perusahaan penerbit dan studio animasi memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan *cyberloafing* karena karyawan di perusahaan penerbit dan studio animasi biasanya mempunyai akses yang lebih besar dan lebih bebas terhadap teknologi digital. Mengacu pada pemaparan di atas maka peneliti memutuskan untuk meneliti karyawan yang

bekerja pada lingkup industri kreatif terutama pada beberapa perusahaan penerbit dan studio animasi.

Belakangan ini banyak penelitian yang mengkaji tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku kerja inovatif karyawan namun sangat sedikit yang meneliti tentang pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif. Selain itu, para peneliti juga banyak meneliti tentang perilaku *cyberloafing* dimana peneliti terdahulu lebih berfokus pada pemicu munculnya perilaku *cyberloafing* dan dampak negatif dari perilaku *cyberloafing* ketimbang menyoroti dampak positif yang ditimbulkan oleh perilaku *cyberloafing*. Maka dari itu, penelitian ini akan berfokus pada pengaruh *core self-evaluation* serta dampak yang ditimbulkan oleh perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif. Berdasarkan pada hal-hal yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Core Self-Evaluation dan Perilaku Cyberloafing Terhadap Perilaku Kerja Inovatif Pada Karyawan Industri Kreatif di Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Laporan GTCI pada tahun 2023 menunjukkan bahwa output inovasi Indonesia masih terbilang rendah apabila dibandingkan dengan negara asia tenggara lainnya. Hal tersebut disayangkan karena kemampuan inovasi merupakan keunggulan bersaing yang dibutuhkan untuk berkembang dan bertahan di industri kreatif (Mulyana dan Sutapa, 2014). Salah satu strategi yang efektif untuk mengembangkan kemampuan inovasi dan output inovasi dalam organisasi adalah dengan mengembangkan kreativitas karyawan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan ide-ide baru, yaitu perilaku inovasi (Derin dan Gökçe, 2016). Karyawan yang memiliki tingkat kepercayaan diri dan keyakinan pada kemampuan mereka dapat membangun atau memelihara pola pikir yang inovatif (Ma *et al.*, 2023 dan Ding *et al.*, 2022). Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Karabulut Coskun dan Akar (2020) menemukan bahwa Perilaku *cyberloafing* memiliki kemungkinan untuk memicu munculnya ide-ide kreatif dan keterampilan pemecahan masalah seputar dunia usaha. Maka dari itu, rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah *core self-evaluation* berpengaruh terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif di Indonesia?
2. Apakah perilaku *cyberloafing* berpengaruh terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini apabila mengacu pada rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas adalah seperti berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif di Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang telah dijabarkan di atas dijadikan acuan sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pengetahuan mengenai pengaruh *core self-evaluation* dan perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif, serta dapat menjadi sumber informasi bagi penelitian serupa pada masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi tambahan bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam hal – hal yang berhubungan dengan *core self-evaluation*, perilaku *cyberloafing*, dan perilaku kerja inovatif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 *Core Self-Evaluation*

Individu memiliki pandangan berbeda mengenai apakah mereka menyukai atau tidak menyukai diri mereka sendiri dan apakah mereka memandang diri mereka sendiri mampu dan efektif. Perspektif diri ini adalah konsep *core self-evaluation* (Sutanti dan Sandroto, 2021). *Core self-evaluation* merupakan konsep yang mewakili evaluasi mendasar yang dibuat seseorang tentang dirinya sendiri dan cara mereka dalam lingkungan (Judge *et al.*, 1998). *Core self-evaluation* didefinisikan sebagai peninjauan keyakinan mendasar yang dianut seseorang tentang kemampuan dan nilai dirinya sendiri (Ma *et al.*, 2023). *Core self-evaluation* merupakan sifat kepribadian yang dimiliki oleh seseorang untuk menjabarkan tentang bagaimana bersikap dan berperilaku secara pribadi dalam kehidupan sehari-harinya. Seseorang dapat mengerti bagaimana sikap maupun perilakunya saat sedang berinteraksi. Dalam hal ini, seseorang dapat memahami dirinya sendiri (Wardani dan Anisa, 2021).

Individu yang memiliki *core self-evaluation* tinggi akan lebih efektif dalam mengatasi hambatan dengan menggunakan strategi pemecahan masalah yang lebih baik. Dikarenakan memiliki keyakinan pada kemampuan mereka, orang yang memiliki *core self-evaluation* tinggi akan melakukan pekerjaan dengan lebih baik (Damayanti *et al.*, 2015). Orang-orang yang memiliki *core self-evaluation* yang tinggi biasanya memandang diri sendiri secara positif dalam berbagai situasi, dan menghadapi dunia dengan cara yang percaya diri (Judge dan Kammeyer-Mueller, 2011). Model kepribadian *core self-evaluation* penting untuk ditelaah karena dapat membantu untuk memahami dan memperkirakan sikap dan perilaku kerja seseorang (Judge dan Bono, 2001).

Keimpulannya, *core self-evaluation* merupakan penilaian seseorang terhadap diri sendiri baik dalam sifat dan perilaku dan apakah seorang berpikir bahwa diri mereka sendiri mampu dan efektif. Semakin tinggi seseorang memandang diri sendiri maka semakin baik juga seseorang mengatasi masalah dan dapat melakukan pekerjaan dengan lebih baik. Dikarenakan model kepribadian *core self-evaluation* dapat membantu untuk memahami dan memperhitungkan sikap dan perilaku kerja seseorang, maka model kepribadian *core self-evaluation* ini sangat penting untuk dipahami

2.1.1 Indikator Core Self-Evaluation

Core self-evaluation merupakan penilaian seseorang terhadap diri sendiri, semakin tinggi *core self-evaluation* seseorang maka semakin baik juga output yang mereka hasilkan. Menurut Judge *et al.* (2004) *core self-evaluation* terdiri dari empat indikator, di antaranya:

- a. *Self-esteem* merupakan penilaian yang paling dasar dilakukan seseorang terhadap dirinya sendiri. *Self-esteem* mengacu pada seberapa besar seseorang menghargai dan menyukai diri sendiri, hal ini biasanya dipengaruhi rasa percaya diri.
- b. *Generalized self-efficacy* mengacu pada rasa keyakinan seseorang pada diri sendiri dalam kemampuan menyelesaikan tugas atau meraih kesuksesan.
- c. *Locus of control* merupakan keyakinan seseorang tentang seberapa besar kendali yang dirasakan seseorang atas perilakunya sendiri atau dapat dikatakan bahwa *locus of control* adalah situasi dimana seseorang yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri.
- d. *Emotional stability* adalah kemampuan seseorang untuk tetap dapat mengontrol kestabilan suasana hati dan rekasinya ketika menghadapi sebuah masalah.

Ditarik kesimpulan dari penjelasan di atas bahwa *self-esteem* menekankan seberapa besar seseorang merasa berharga dan penting sebagai individu, *generalized self-efficacy* berfokus pada kepercayaan diri dan rasa optimis dalam menghadapi situasi baru atau sulit, *locus of control* merupakan keyakinan bahwa hasil dari suatu lebih banyak dipengaruhi oleh tindakan dan keputusan pribadi,

emotional stability adalah kecenderungan untuk tidak mudah cemas atau depresi dalam menghadapi kesulitan. Indikator-indikator di atas dapat membantu seseorang dalam menilai bagaimana mereka mengevaluasi dirinya dan dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk pekerjaan dan hubungan interpersonal.

2.2 Perilaku *Cyberloafing*

Perusahaan dapat mengeluarkan inovasi ditentukan oleh perilaku kerja inovatif dari masing-masing karyawan, terutama karyawan generasi milenial yang mendominasi di era digital saat ini yang mengaburkan batasan kerja dengan kehidupan pribadi. Hal ini menimbulkan fenomena *cyberloafing* (Wijanarko dan Purba, 2018). *Cyberloafing* adalah kosa kata yang dapat menggambarkan tindakan karyawan dalam penggunaan internet untuk kegiatan yang tidak terkait dengan pekerjaan atau penggunaan pribadi selama jam kerja sambil berpura-pura melakukan pekerjaan resmi sehingga hal ini juga disebut sebagai *goldbricking* (Sao *et al.*, 2020).

Perilaku *cyberloafing* merupakan tindakan atau aktivitas menggunakan internet di tempat kerja untuk kepentingan pribadi yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan, hal ini dilakukan karyawan secara sadar pada saat jam kerja (Lim, 2002). Perilaku *cyberloafing* adalah penggunaan email pribadi dan internet perusahaan di saat jam kerja (Blanchard dan Henle, 2008). Menurut Askew (2012) perilaku *cyberloafing* merupakan perilaku seorang karyawan yang memanfaatkan internet dengan komputer, desktop, ponsel, ataupun tablet pada saat jam bekerja tengah berlangsung untuk hal yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan.

Bentuk perilaku *cyberloafing* yang umumnya dilakukan oleh para karyawan antara lain aktif di situs mediasosial, berbelanja *online*, bermain *game*, menonton video, membaca berita atau blog, mengirim dan menerima email pribadi, mencari pekerjaan, dan lain-lain (Sao *et al.*, 2020).

Kesimpulannya adalah perilaku *cyberloafing* merupakan perilaku karyawan yang cenderung menyimpang dimana karyawan memanfaatkan fasilitas kantor untuk kepentingan pribadi dengan mengunjungi situs-situs yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan mereka secara sadar pada jam kerja.

2.2.1 Faktor – Faktor yang Memengaruhi Perilaku *Cyberloafing*

Perilaku *cyberloafing* biasanya disebabkan oleh beberapa hal baik dari dalam diri karyawan maupun dari lingkungan atau situasi pada lingkungan kerja. Menurut Ozler dan Polat (2012) terdapat tiga faktor memicu timbulnya perilaku *cyberloafing*:

- a. Faktor individual yang berasal dari dalam diri karyawan seperti *loneliness*, *isolation*, *self control*, harga diri dan *locus of control*, kebiasaan dan kecanduan internet, faktor demografis, keinginan untuk terlibat, norma sosial dan kode etik personal.
- b. Faktor organisasi, dimana perilaku *cyberloafing* dapat dipicu karena lingkungan organisasi yang mendukung karyawan melakukan tindakan *cyberloafing* seperti adanya dukungan manajerial, pandangan rekan kerja tentang norma *cyberloafing*, sikap kerja pegawai dan karakteristik pekerjaan yang pegawai lakukan.
- c. Faktor situasional dimana perilaku *cyberloafing* akan terjadi apabila kondisi tempat kerja memberikan akses internet terhadap karyawan ditambah jarak ruangan yang jauh antara ruangan karyawan dan atasan atau pengawas, sehingga memberikan kesempatan pada karyawan untuk melakukan tindakan *cyberloafing*.

Kesimpulannya, perilaku *cyberloafing* dapat dipengaruhi oleh 3 faktor baik dari faktor individu, faktor organisasi, dan faktor situasional. Memahami faktor-faktor yang dapat menyebabkan perilaku *cyberloafing* dapat membantu organisasi dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang lebih efektif untuk mengelola dan meminimalkan *cyberloafing* di tempat kerja.

2.2.2 Dampak Perilaku *Cyberloafing*

Perilaku *cyberloafing* dapat mengakibatkan beberapa dampak yang mungkin mengarah terhadap hal negatif ataupun positif, dampak yang ditimbulkan tergantung pada konteks dan intensitasnya. Menurut Blanchard dan Henle (2008) ada beberapa dampak yang ditimbulkan dari perilaku *cyberloafing*, yaitu:

- a. Mengurangi produktivitas karena karyawan dapat membuang-buang waktu kerja tanpa harus terlihat keluar masuk kantor di jam kerja.

- b. *Cyberloafer* berpotensi memicu terjadinya hal yang tak etis di tempat kerja seperti melakukan judi *online* atau tak sengaja membocorkan informasi perusahaan dikarenakan karyawan mengunggah konten yang berkaitan dengan masalah internal perusahaan atau hal lain yang berhubungan dengan perusahaan yang sifatnya privasi ke media sosial atau tak sengaja membuka tautan yang berisi virus dengan menggunakan alat elektronik kantor.

Wu *et al.* (2020) mengemukakan bahwa *cyberloafing* dapat berfungsi sebagai jeda yang mengarah pada pelepasan beban psikologis dan mengurangi kelelahan sehingga meningkatkan kesehatan mental apabila tidak dilakukan secara berlebihan. Menurut Karabulut Coskun dan Akar (2020) menjabarkan bahwa perilaku *cyberloafing* memungkinkan untuk memicu munculnya ide-ide kreatif dan keterampilan pemecahan masalah seputar dunia usaha. Selain itu, perilaku *cyberloafing* dapat meningkatkan kreativitas karyawan (Sijabat, 2021) dan juga berpengaruh positif terhadap perilaku kerja inovatif karyawan (Inmor dan Suwannahong, 2020, Wijanarko dan Purba, 2018, Derin dan Gökçe, 2016, dan Yogun, 2015). Menurut Skeja dan Lorcu (2022) perilaku *cyberloafing* yang dilakukan secara berlebihan akan menurunkan kreativitas karyawan.

Perilaku *cyberloafing* pada umumnya dianggap sebagai perilaku negatif yang dapat merugikan, tetapi nyatanya perilaku *cyberloafing* tidak hanya memiliki dampak negatif. Ada beberapa dampak positif yang disebabkan oleh perilaku *cyberloafing* seperti mengurangi kelelahan, meningkatkan kesehatan mental, bahkan dapat berpengaruh positif terhadap perilaku kerja karyawan dengan catatan bahwa perilaku *cyberloafing* tidak dilakukan secara berlebihan.

2.2.3 Indikator Perilaku *Cyberloafing*

Indikator perilaku *cyberloafing* dapat dilihat dari beberapa aktivitas yang dilakukan oleh karyawan selama jam kerja dimana aktivitas tersebut tidak terkait dengan pekerjaan. Lim dan Chen (2012) mengemukakan bahwa ada 2 indikator dari perilaku *cyberloafing*, yaitu:

- a. *Browsing activities* memiliki kaitan dengan seberapa sering karyawan menggunakan internet selama jam kerja untuk mengunjungi berbagai situs

web yang tidak memiliki kaitan dengan pekerjaan, seperti yang terkait dengan olahraga, berita, hiburan, atau berbelanja kebutuhan pribadi.

- b. *E-mailing activities* mencakup penilaian akan seberapa sering karyawan menerima, memeriksa, dan mengirim e-mail pribadi pada saat jam kerja.

Berbeda dari Lim dan Chen (2012), Blanchard dan Henle (2008) membagi *cyberloafing* berdasarkan intensitas perilakunya menjadi dua, yaitu:

- a. *Minor cyberloafing* merupakan penggunaan internet kantor untuk hal yang tidak berhubungan dengan pekerjaan di jam kerja. Contohnya untuk berbalas pesan atau membuat status di sosial media seperti Whatsapp, Instagram, X, dan Facebook, mengunjungi situs hiburan seperti Youtube, serta *platform* untuk menonton drama. Walaupun demikian, *minor cyberloafing* tidak terlalu berdampak serius bagi perusahaan.
- b. *Serious cyberloafing* adalah perilaku penggunaan internet kantor yang dapat membahayakan perusahaan karena melanggar norma dan aturan hukum seperti judi *online*, mengakses konten pornografi, dan pelanggaran kode etik lainnya. Dampak yang ditimbulkan dari *serious cyberloafing* ini dapat menimbulkan kerugian yang cukup serius bagi instansi tersebut seperti pelanggaran Undang-Undang ITE.

Kesimpulannya adalah Lim dan Chen (2012) membagi perilaku *cyberloafing* berdasarkan aktivitas atau situs web yang dikunjungi seperti *browsing activities* dan *e-mailing activities*, sedangkan Blanchard dan Henle (2008) membagi perilaku *cyberloafing* berdasarkan intensitas perilakunya, seperti *minor cyberloafing* bentuk perilaku *cyberloafing* yang bersifat ringan atau tidak terlalu signifikan dalam hal dampaknya terhadap produktivitas kerja, sedangkan *serious cyberloafing* dapat berdampak besar terhadap produktivitas dan efisiensi kerja seseorang dan dampaknya mungkin akan meluas ke kinerja tim dan perusahaan secara keseluruhan.

2.3 Perilaku Kerja Inovatif

Inovasi telah menjadi syarat wajib dalam banyak perekonomian berlandaskan pengetahuan. Setiap organisasi yang tidak menyadari kenyataan ini dan tidak berinovasi akan menjadi pemicu utama kemunduran dan kehancuran

organisasi-organisasi yang ada (Kheng *et al.*, 2013). Karyawan yang memiliki perilaku inovatif dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Karyawan yang mempunyai perilaku inovatif dapat menciptakan atau menggabungkan ide-ide kreatif tersebut menjadi suatu hal yang baru dan memiliki keberanian untuk mengembangkan ide tersebut pada perusahaan (Hadi *et al.*, 2020). Salah satu cara efektif untuk mengembangkan kemampuan inovasi organisasi dapat dilakukan dengan mengembangkan kreativitas karyawan dan keterampilan menghasilkan ide-ide baru, yaitu perilaku inovasi (Derin dan Gökçe, 2016).

Perilaku kerja inovatif seringkali dihubungkan dengan kreativitas. Namun pada kenyataannya antara perilaku kerja inovatif dan kreativitas merupakan dua hal berbeda (Amabile, 1988). Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru yang bermanfaat untuk memecahkan masalah (Hughes *et al.*, 2018). Sedangkan perilaku kerja inovatif adalah perilaku kerja yang dilakukan seseorang untuk meningkatkan kinerja dengan cara menemukan ide baru, lalu memperkenalkan ide baru tersebut dan mengaplikasikan ide baru tersebut (Hadi *et al.*, 2020).

Tindakan seseorang mulai dari menemukan peluang, menghasilkan ide baru, menyebarkan ide baru tersebut, hingga mengimplementasikan ide baru tersebut merupakan perilaku kerja inovatif (De Jong dan Den Hartog, 2010). Konteks dimana seseorang dapat menghubungkan pencapaian inisiasi dan pengenalan terhadap ide mengacu pada proses, produk atau prosedur baru yang bermanfaat dapat disebut dengan perilaku kerja inovatif (Kheng *et al.*, 2013). Perilaku kerja inovatif juga dapat didefinisikan sebagai penemuan model bisnis, teknik manajemen, strategi, dan struktur organisasi yang belum pernah ada sebelumnya (McGuirk *et al.*, 2015). Perilaku kerja inovatif dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan seorang yang bertujuan pada kepentingan perusahaan, dimana pada aktivitas ini karyawan melakukan introduksi dan mengaplikasikan ide-ide baru mereka yang dapat menguntungkan perusahaan (De Jong dan Kemp, 2003 dalam Hadi *et al.*, 2020).

Ditarik kesimpulan dari beberapa definisi perilaku kerja inovatif yang telah di kemukakan oleh para ahli, bahwa perilaku kerja inovatif merupakan serangkaian perilaku karyawan dalam mengidentifikasi peluang yang ada

sehingga menghasilkan ide baru, lalu ide baru tersebut disebarkan kepada karyawan lain agar dapat diimplementasikan ke dalam proses kerja dengan harapan dapat meningkatkan kinerja.

2.3.1 Karakteristik Perilaku Kerja Inovatif

Karakteristik perilaku kerja inovatif menggambarkan ciri-ciri atau sifat yang membuktikan bahwa seseorang cenderung terlibat dalam kegiatan yang mendorong inovasi di tempat kerja. Menurut (Zhou dan George, 2001) menyatakan bahwa karakteristik dari seseorang yang memiliki perilaku kerja inovatif, yakni:

- a. Mencari tahu teknologi baru, proses, teknik dan ide-ide baru.
- b. Menciptakan ide-ide kreatif.
- c. Mengusulkan dan memperjuangkan ide-ide ke orang lain.
- d. Meneliti dan menyajikan sumber daya yang dibutuhkan untuk merealisasikan ide-ide baru.
- e. Memperdalam rencana dan skema yang matang untuk merealisasikan ide baru tersebut.

Kesimpulannya, karakteristik-karakteristik tersebut mencerminkan bagaimana seseorang yang memiliki perilaku kerja inovatif cenderung suka mencari, menciptakan, dan mengusulkan ide-ide baru sehingga mereka dapat mendorong inovasi dan perubahan positif di tempat kerja.

2.3.2 Faktor – Faktor yang Memengaruhi Perilaku Kerja Inovatif

Penelitian tentang faktor yang memengaruhi tingkat perilaku kerja inovasi seorang karyawan di tempat kerja telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, salah satu peneliti tersebut adalah Baumann (2011) yang mengemukakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kerja inovatif seseorang adalah sebagai berikut:

- a. Karakteristik Organisasi

Karakteristik organisasi diklasifikasikan menjadi 5 kategori (Hornsby *et al.*, 1993) di antaranya yaitu:

- Dukungan manajemen, sejauh mana struktur manajemen itu sendiri memacu karyawan untuk yakin bahwa inovasi nyatanya merupakan bagian dari peran yang ditetapkan untuk semua anggota organisasi. Beberapa contoh tindakan yang merefleksikan dukungan manajemen yaitu dengan mengadopsi ide karyawan, memberikan pengakuan terhadap karyawan yang menyampaikan ide, mendukung proyek percobaan kecil, dan memberikan dana awal untuk memulai proyek.
- Otonomi/keleluasaan kerja, sejauh mana para karyawan dapat membuat keputusan mengenai cara yang karyawan yakini paling efektif untuk melakukan pekerjaan mereka sendiri. Organisasi harus mengizinkan karyawan untuk membuat keputusan mengenai proses kerja mereka dan menghindari menyalahkan karyawan karena membuat kesalahan saat berinovasi.
- Penghargaan/penguatan, organisasi dapat meningkatkan motivasi karyawan untuk terlibat dalam perilaku inovatif dengan cara memberikan penghargaan. Organisasi harus dicirikan dengan memberikan penghargaan yang berpatokan pada kinerja, menyediakan tantangan, meningkatkan tanggung jawab, dan membuat ide-ide orang yang inovatif diketahui orang lain dalam hierarki organisasi.
- Ketersediaan waktu, dalam rangka mengembangkan ide-ide baru dan inovatif, organisasi diharuskan memberikan waktu kepada karyawan untuk mengembangkan ide-ide ini. Organisasi harus menyelaraskan beban kerja karyawan, menghindari pembatasan waktu pada semua aspek pekerjaan seseorang, dan memungkinkan karyawan untuk berkolaborasi dengan rekan karyawan yang lain dalam pemecahan masalah jangka panjang.
- Batasan organisasi merupakan batasan untuk mencegah karyawan melihat masalah di luar pekerjaan mereka sendiri. Karyawan harus dipicu untuk melihat organisasi dalam perspektif yang lebih luas. Organisasi harus menghindari memiliki prosedur operasi standar untuk semua bagian utama pekerjaan dan harus mengurangi keterikatan pada deskripsi pekerjaan yang sempit serta standar kinerja yang kaku.

b. Karakteristik Individu

Karakteristik individu diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu kecenderungan untuk mengambil risiko, keinginan untuk bertindak sebagai antonim, kebutuhan untuk berprestasi, orientasi tujuan, dan *internal locus of control* (Hornsby *et al.*, 1993). Namun, menurut Baumann (2011) karakteristik individu diklasifikasikan menjadi jenis kelamin, usia, etnis, tingkat pendidikan, dan perilaku proaktif individu.

Yuan dan Woodman (2010) mengemukakan bahwa terdapat lima faktor yang memengaruhi perilaku kerja inovatif seseorang, yakni:

- a. Budaya organisasi serta iklim.
- b. Hubungan dengan atasan.
- c. Karakteristik pekerjaan.
- d. Konteks sosial/kelompok.
- e. Perbedaan individu.

Keimpulannya, perilaku kerja inovatif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti karakteristik organisasi, karakteristik individu, budaya organisasi, hubungan antara atasan dan karyawan, karakteristik pekerjaan, konteks sosial, serta perbedaan antar individu. Faktor-faktor di atas bersinergis untuk memengaruhi perilaku inovatif di tempat kerja dan gabungan dari berbagai faktor tersebut dapat memiliki dampak yang signifikan pada batas mana inovasi berkembang dalam suatu organisasi.

2.3.3 Indikator Perilaku Kerja Inovatif

Perilaku kerja inovatif dapat diukur dengan memperhatikan beberapa indikator yang ada, hal ini dilakukan untuk melihat gambaran sejauh mana seorang karyawan terlibat dalam perilaku yang mendukung inovasi di tempat kerja.. Menurut Janssen (2000) mengemukakan bahwa ada 3 indikator perilaku kerja inovatif, yaitu:

- a. *Idea generation* dapat diartikan sebagai tahap dimana karyawan mampu karyawan mampu menemukan peluang atau sebuah masalah yang dapat menghasilkan, menciptakan, dan menyarankan ide untuk proses baru.

- b. *Idea promotion* dapat diartikan sebagai tahap dimana karyawan diharapkan termotivasi untuk memengaruhi karyawan lain dalam mewujudkan ide atau inovasi baru yang telah dihasilkannya. Dengan kata lain, karyawan harus mengumpulkan dukungan agar ide yang telah diciptakan dapat diimplementasikan.
- c. *Idea realization* dapat diartikan sebagai tahap dimana karyawan memiliki kemampuan atau keberanian untuk mengimplementasikan ide baru tersebut ke dalam proses kerja yang biasa dilakukan.

Perilaku kerja inovatif dapat diukur dengan empat indikator yaitu *idea generation*, *idea promotion*, dan *idea realization*. Indikator-indikator ini dapat digunakan untuk menilai sejauh mana seorang karyawan atau tim terlibat dalam perilaku kerja yang inovatif dan bagaimana mereka mendukung inovasi dalam organisasi.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan sumber informasi bagi peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan informasi yang akan dikembangkan kembali dan menjadi penelitian selanjutnya. Setiap penelitian tentunya memiliki jenis dan karakteristik yang pastinya memang tidak dapat disamakan. Maka dari itu, perbedaan tersebut dapat menciptakan penelitian baru. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel *core self-evaluation*, perilaku *cyberloafing*, dan perilaku kerja inovatif.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil
1	<i>Core Self-Evaluation, Perceived Organizational Support For Strengths Use And Job Performance: A Mediation Model</i> oleh He Ding, Enhai Yu, dan	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>core self-evaluation</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative behavior</i> dan <i>task</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 157 karyawan <i>full time</i> yang bekerja di organisasi China yang digunakan sebagai sampel	<i>Core self-evaluation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>innovative behavior</i> serta <i>perceived organizational support</i> for <i>strengths use</i> secara signifikan memediasi

No	Judul dan Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil
	Yanbin Li (2022)	<i>performance</i> Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah <i>perceived organizational support for strengths use</i>		pengaruh <i>core self-evaluation</i> terhadap <i>task performance</i> dan <i>innovative behavior</i> .
2	<i>Core Self-Evaluation And Innovative Behavior: Mediating Effect Of Error Orientation And Self-Efficacy Of Nurses</i> oleh Guiyue Ma, Zhihao Han, dan Xiaoqin Ma (2023)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>core self-evaluation</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative behavior</i> Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah <i>error orientation</i> dan <i>self-efficacy</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 706 perawat dari 23 rumah sakit di China	<i>Core self-evaluation</i> perawat secara langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>innovative behavior</i> , serta <i>error orientation</i> dan <i>self efficacy</i> memediasi hubungan <i>Core self-evaluation</i> terhadap <i>innovative behavior</i> .
3	<i>Relationship Between Core Self-Evaluation And Innovative Work Behavior: Mediating Effect Of Affective Organizational Commitment And Moderating Effect Of Organizational Learning Capacity</i> oleh Eunbi Choi, Junhee Kim, dan Daeyeon Cho (2023)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>core self-evaluation</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative behavior</i> Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah <i>effect of organizational learning capacity</i> Variabel mediasi dalam penelitian ini	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 330 pekerja kantoran di area metropolitan di Korea Selatan sebagai sampel	<i>Core self-evaluation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>innovative work behavior</i> , lalu hubungan tersebut dimediasi oleh <i>affective organizational commitment</i> , hubungan tersebut dilemahkan oleh <i>organizational learning capacity</i> .

No	Judul dan Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil
		adalah <i>affective organizational commitment</i>		
4	<i>Core Self-Evaluations And Innovative Behavior Among Micro Entrepreneurs: The Mediating Effect Of Proactive Personality</i> oleh Debora E. Purba dan Joshua Paundra (2018)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>core self-evaluation</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative behavior</i> Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah <i>proactive Personality</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 307 pengusaha mikro di Indonesia sebagai sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>core self-evaluation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>innovative behavior</i> , dan <i>proactive personality</i> . Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa <i>proactive personality</i> memediasi hubungan antara <i>core self-evaluation</i> dan perilaku inovatif.
5	<i>Are Cyberloafers Also Innovators?: A Study On The Relationship Between Cyberloafing And Innovative Work Behavior</i> oleh Neslihan Derin dan Sinem Güravşar Gökçe (2016)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>cyberloafing</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative work behavior</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 152 karyawan İnönü University/ Malatya	Ditemukan pengaruh positif dan signifikan lemah dari <i>cyberloafing</i> terhadap <i>innovative work behavior</i> .
6	Hubungan <i>Cyberloafing</i> dengan <i>Innovative Work Behavior</i> pada Pekerja Generasi Milenial dalam Industri Kreatif Digital oleh Kurnia Sri Wijanarko dan Herison	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>cyberloafing</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative work behavior</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 103 responden gen milenial dari industri kreatif digital di Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan kuat antara <i>cyberloafing</i> dan perilaku kerja inovatif pada generasi milenial yang bekerja di industri kreatif digital.

No	Judul dan Nama Peneliti (Tahun)	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil
	Pandapotan Purba (2018)			
7	<i>Burn-Out Syndrome And Innovative Work Behavior As A Result Of Cyberloafing: A Structural Equation Modelling Approach</i> oleh Sureerut Inmor dan Rungsan Suwannahong (2020)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>cyberloafing</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative work behavior</i> dan <i>burn-out syndrome</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 385 pekerja publik serta sektor bisnis yang berusia lebih dari 18 tahun	<i>Cyberloafing</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan lemah terhadap ide inovatif.
8	<i>Cyberloafing And Innovative Work Behavior Among Banking Sector Employees</i> oleh Ayşe Esmeray Yogun (2015)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>cyberloafing</i> Variabel dependen yang digunakan adalah <i>innovative work behavior orientation</i>	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 200 karyawan pada sektor perbankan di Turki sebagai sampel	<i>Cyberloafing</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan lemah terhadap <i>innovative work behavior</i> .

Penelitian oleh Ding *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *core self-evaluation* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kerja inovatif dan terbukti bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara *core self-evaluation* dan perilaku kerja inovatif dengan dimediasi oleh variabel *perceived organizational support for strengths use*. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, dimana penelitian peneliti tidak hanya meneliti pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif saja, namun juga meneliti pengaruh perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada karyawan di organisasi yang berbeda seperti industri keuangan, industri teknologi, dan industri manufaktur di China, sedangkan penelitian peneliti dilaksanakan pada industri kreatif di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Ma *et al.* (2023) membuktikan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif baik secara langsung maupun yang dimediasi oleh variabel *effect of error orientation* dan *self-efficacy*. Penelitian ini menggunakan perawat di rumah sakit yang berlokasi di China sebagai responden. Terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan peneliti dengan penelitian ini, dimana peneliti menggunakan variabel perilaku *cybeloafing* dan juga perbedaan dalam responden, lokasi penelitian, serta objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Choi *et al.* (2023) membuktikan bahwa *core self-evaluation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif baik secara langsung maupun dimediasi oleh variabel *affective organizational commitment*. Selain itu, *core self-evaluation* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif apabila dimoderasi oleh variabel *organizational learning capacity*. Penelitian ini mengambil responden dari karyawan kantoran pada perusahaan besar dan menengah di Korea Selatan. Terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan oleh penelitian ini dengan penelitian peneliti, dimana penelitian ini menggunakan variabel mediasi yaitu *affective organizational commitment* dan variabel moderasi yaitu *organizational learning capacity*, sedangkan peneliti tidak menggunakan variabel mediasi dan moderasi serta menggunakan variabel perilaku *cyberloafing*. Selain itu, lokasi penelitian ini dan penelitian peneliti juga berbeda, dimana penelitian ini dilakukan di Korea Selatan dan peneliti melakukan penelitian di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Paundra (2018) menunjukkan hasil bahwa *core self-evaluation* berpengaruh positif pada perilaku kerja inovatif baik secara langsung maupun dimediasi oleh variabel *proactive personality*. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, dimana penelitian peneliti tidak hanya meneliti pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif saja, namun juga meneliti pengaruh perilaku *cybeloafing* terhadap perilaku kerja inovatif. Selain itu, penelitian ini menggunakan pengusaha mikro di Indonesia sebagai responden, sedangkan peneliti menggunakan karyawan yang bekerja pada industri kreatif di Indonesia sebagai responden.

Penelitian oleh Derin dan Gökçe (2016) menunjukkan hasil bahwa perilaku *cyberloafing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku kerja positif. Penelitian ini di Turki dengan karyawan Universitas İnönü sebagai responden. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, dimana penelitian peneliti tidak hanya menggunakan variabel perilaku *cyberloafing* sebagai variabel independen, namun juga menggunakan variabel *core self-evaluation* dan peneliti menggunakan responden dari karyawan yang bekerja pada industri kreatif di Indonesia.

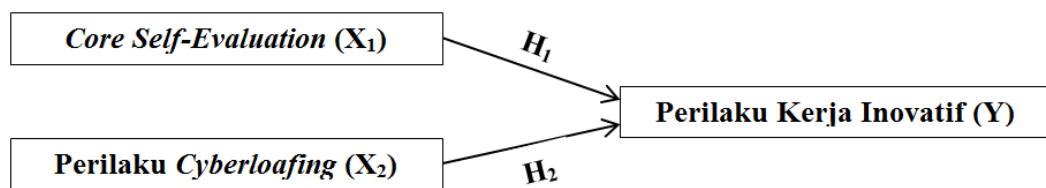
Penelitian yang dilakukan oleh Wijanarko dan Purba (2018) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif. Terdapat perbedaan Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, dimana penelitian peneliti tidak hanya meneliti pengaruh perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif saja, namun juga meneliti pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif. Selain itu, penelitian ini menggunakan generasi milenial yang bekerja pada industri kreatif digital di Indonesia sebagai responden, sedangkan peneliti menyasar semua generasi yang bekerja pada industri kreatif di Indonesia.

Penelitian oleh Inmor dan Suwannahong (2020) membuktikan bahwa perilaku *cyberloafing* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kerja inovatif. Penelitian ini dilakukan di Thailand dan menggunakan pekerja publik dan sektor bisnis sebagai responden. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, penelitian peneliti tidak hanya menguji pengaruh perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif, tapi juga menguji pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif. Selain itu, peneliti menggunakan karyawan yang bekerja pada industri kreatif di Indonesia sebagai responden.

Penelitian Yogun (2015) menunjukkan hasil bahwa perilaku *cyberloafing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, dimana penelitian peneliti tidak hanya meneliti pengaruh namun juga menguji pengaruh *core self-evaluation* terhadap perilaku kerja inovatif. Selain itu, penelitian ini menggunakan responden dari sektor perbankan di Turki, sedangkan peneliti menggunakan karyawan yang bekerja pada industri kreatif di Indonesia.

2.5 Model Penelitian

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel-variabel penting dalam situasi yang relevan dengan masalah dan menjelaskan keterkaitan antar variabel-variabel tersebut (Sekaran dan Bougie, 2016). Berdasarkan penjelasan tersebut dan mengacu pada jurnal-jurnal terdahulu, kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Keterangan:

Variabel Independen : *Core Self-Evaluation* dan Perilaku *Cyberloafing*

Variabel Dependen : Perilaku Kerja Inovatif

—————> : Garis panah ini merupakan garis pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

2.6 Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Core Self-Evaluation* Terhadap Perilaku Kerja Inovatif

Karyawan yang memiliki tingkat *core self-evaluation* yang tinggi cenderung menilai diri sendiri secara positif dan konsisten dalam situasi yang berbeda dan percaya bahwa mereka dapat mengendalikan kehidupan dan lingkungan luar mereka (Judge *et al.*, 2004, Judge dan Kammeyer-Mueller, 2011, dan Rey dan Extremera, 2015). Dalam penelitian lain juga menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki *core self-evaluation* cenderung menghadapi situasi sulit dengan emosi dan harapan positif karena mereka selalu berfokus pada sisi positif dari suatu situasi (Rey dan Extremera, 2015). Karyawan yang memiliki tingkat *core self-evaluation* yang tinggi cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri dan keyakinan pada kemampuan mereka sehingga dapat membangun atau memelihara pola pikir yang inovatif (Ma *et al.*, 2023).

Penelitian-penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa *core self-evaluation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif (Ma *et al.*, 2023, Choi *et al.*, 2023, Ding *et al.*, 2022, dan Purba dan Paundra, 2018). Maka dari itu peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Core self-evaluation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif di Indonesia.

Pengaruh Perilaku *Cyberloafing* Terhadap Perilaku Kerja Inovatif

Pada dunia bisnis yang bergantung pada komputer saat ini, *cyberloafing*, yang sederhananya dapat diartikan sebagai penggunaan internet untuk kepentingan pribadi di lingkungan kerja, dipandang sebagai salah satu perilaku *counter work* yang paling sering terjadi (Derin dan Gökçe, 2016). Namun, *cyberloafing* tidak selalu berdampak buruk, bahkan *cyberloafing* dapat membantu untuk mengurangi stres dan kelelahan kerja pada karyawan, akan tetapi perilaku *cyberloafing* tidak boleh dilakukan secara berlebihan (Wijanarko dan Purba, 2018).

Kegiatan *cyberloafing* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap faktor-faktor yang mencakup perilaku seperti penyegaran dari pekerjaan, mempelajari keterampilan baru, mengikuti situs perkembangan, beristirahat, mengembangkan diri, dan memperoleh kemampuan serta pada faktor-faktor lain dapat menghasilkan ide-ide baru, dapat kembali fokus, merasa antusias dan bersemangat, serta menjadi produktif di tempat kerja (Sao *et al.*, 2020).

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *cyberloafing* memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku kerja inovatif (Inmor dan Suwannahong, 2020), dalam beberapa penelitian lain menunjukkan hasil bahwa *cyberloafing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif (Wijanarko dan Purba, 2018, Derin dan Gökçe, 2016, dan Yogun, 2015). Dikarenakan beberapa aspek dari *cyberloafing* memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku kerja inovatif sehingga manajerial harus mempertimbangkan *cyberloafing* sebagai cara istirahat bagi karyawan (Wijanarko dan Purba, 2018). Maka dari itu peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Perilaku *cyberloafing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan industri kreatif di Indonesia.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini mengambil data yang bersifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dijabarkan dalam bentuk angka-angka yang biasanya diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan terstruktur (Sekaran dan Bougie, 2016). Metode penelitian yang digunakan adalah studi kausal. Penelitian kausal bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak (Sekaran dan Bougie, 2016). Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang akan diuji, yaitu *core self-evaluation* (X_1) dan perilaku *cyberloafing* (X_2) sebagai variabel independen yang akan memengaruhi variabel perilaku kerja inovatif (Y) sebagai variabel dependen.

Penelitian ini diharapkan dapat membangun suatu teori yang bermanfaat dalam menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Metode penelitian menggunakan metode pengamatan secara langsung, informasi dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dari beberapa perusahaan penerbit dan studio animasi.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel karyawan pada perusahaan penerbit dan animasi yang berada di Indonesia.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data pada penelitian ini berasal dari data yang diperoleh langsung dari responden atau yang biasa dikenal dengan data primer serta data sekunder yang telah ada sebelumnya.

3.3.1 Data Primer

Metode pengumpulan data primer merupakan informasi yang diperoleh melalui sumber asli dengan tujuan penelitian tertentu. Ada empat metode utama yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer yaitu melalui wawancara, observasi, pemberian kuesioner, dan eksperimen (Sekaran dan Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, data primer di dapat dari hasil penyebaran angket kuesioner yang akan disebarakan secara langsung kepada karyawan yang memenuhi kriteria. Kriteria responden adalah karyawan dari beberapa perusahaan penerbit yang memiliki posisi sebagai editor, ilustrator atau desain sampul, dan *layouter* serta seluruh karyawan studio animasi.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak perlu dikumpulkan oleh peneliti, beberapa sumber data sekunder adalah buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan yang tersedia baik dari dalam atau luar organisasi, situs web perusahaan, dan internet (Sekaran dan Bougie, 2016). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal yang berhubungan dengan topik, buku, dan platform resmi yang teruji kredibilitasnya untuk memperkuat hasil penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merujuk kepada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal menarik yang ingin diamati oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2016). Berdasarkan pengertian tersebut maka dalam penelitian ini yang dijadikan populasi oleh peneliti adalah karyawan yang bekerja pada industri kreatif terutama perusahaan penerbit dan studio animasi di Indonesia. Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang akan diamati untuk dapat menggambarkan kesimpulan suatu penelitian sebagai generalisasi dari populasi tersebut (Sekaran dan Bougie, 2016). Maka dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi.

Dalam penelitian ini, metode yang dipakai adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *pusposive sampling*. Metode *non-probability sampling* adalah metode *sampling* yang tidak semua populasi mempunyai peluang untuk

dijadikan sampel dalam penelitian karena pemilihan sampel dari populasi tidak menggunakan proses acak (Sekaran dan Bougie, 2016). Sedangkan *puspositive sampling* merupakan teknik *sampling* yang memberi batasan responden suatu penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2016).

Kriteria responden adalah karyawan dari beberapa perusahaan penerbit yang memiliki posisi sebagai editor, ilustrator, dan *layouter* serta seluruh karyawan studio animasi. Maka dari itu, penentuan jumlah sampel yang digunakan menurut Hair *et al.* (2010) dapat menggunakan rumus seperti berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}) \\ &= (5 \times 33) \\ &= 165\end{aligned}$$

Merujuk pada perhitungan rumus di atas, maka dihasilkan jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 165 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pengumpulan data dari kuesioner dan studi kepustakaan.

3.5.1 Kuesioner

Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikan kuesioner sebagai sejumlah pertanyaan tertulis yang telah disusun sebelumnya dan kemudian responden mencatat jawabannya. Penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan skala 1-5 menjadi alat pengukurannya.

Setiap variabel dalam kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan analisis rentang skala, dengan menghitung *mean* setiap variabel. *Mean* dari setiap variabel tersebut akan dideskripsikan dalam kelas interval yang ada yaitu sangat rendah/sangat buruk, rendah/buruk, cukup/sedang, tinggi/baik, serta sangat tinggi/sangat baik.

Penentuan rentang nilai atau skor pada rentang skala dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{skala tertinggi} - \text{skala terendah}}{\text{banyak kriteria penilaian}} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Tabel 3.1 Rentang Skala

Rentang Nilai	Kategori Penilaian
1,00 – 1,79	Sangat Rendah / Sangat Buruk
1,80 – 2,59	Rendah / Buruk
2,60 – 3,39	Cukup / Sedang
3,40 – 4,19	Tinggi / Baik
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi / Sangat Baik

Sumber: Sekaran dan Bougie (2016)

3.5.2 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan aktivitas mengumpulkan bahan-bahan yang memiliki hubungan dengan penelitian yang berasal dari buku, jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sumber penelitian.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelas dari masing-masing variabel yang akan diuji atau digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran (Skala Likert)
Self Core Evaluation (X₁)	<i>Core self-evaluation</i> didefinisikan sebagai peninjauan keyakinan mendasar yang dianut seseorang tentang kemampuan dan nilai dirinya sendiri. (Ma et al., 2023)	1. <i>Self-esteem</i> 2. <i>Generalized self-efficacy</i> 3. <i>Locus of control</i> 4. <i>Emotional stability</i> (Judge et al., 2004)	Pernyataan normal : 1 : Sangat Tidak Setuju 2 : Tidak Setuju 3 : Netral 4 : Setuju 5 : Sangat Setuju Pernyataan reverse : 1 : Sangat Setuju 2 : Setuju 3 : Netral 4 : Tidak Setuju 5 : Sangat Tidak Setuju
Perilaku Cyberloafing	<i>Cyberloafing</i> merupakan tindakan	1. <i>Browsing activities</i>	1 : Sangat Tidak Setuju

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran (Skala Likert)
(X ₂)	atau aktivitas menggunakan internet di tempat kerja untuk kepentingan pribadi yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan, hal ini dilakukan karyawan secara sadar pada saat jam kerja. (Lim, 2002)	2. <i>E-mailing activities</i> (Lim dan Chen, 2012)	2 : Tidak Setuju 3 : Netral 4 : Setuju 5 : Sangat Setuju
Perilaku Kerja Inovatif (Y)	Tindakan individu mulai dari menemukan peluang, menghasilkan ide baru, menyebarkan ide baru tersebut, hingga mengimplementasikan ide baru tersebut merupakan perilaku kerja inovatif. (De Jong dan Den Hartog, 2010)	1. <i>Idea generation</i> 2. <i>Idea promotion</i> 3. <i>Idea realization</i> (Janssen, 2000)	1 : Sangat Tidak Setuju 2 : Tidak Setuju 3 : Netral 4 : Setuju 5 : Sangat Setuju

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini terdiri dari 33 item pertanyaan yang akan diajukan kepada para responden. 33 item pernyataan ini mengadopsi dari penelitian terdahulu.

Instrumen kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel *core self-evaluation* mengadopsi dari Judge *et al.* (2004) sebanyak 12 item. Contoh item pernyataan adalah “Saya yakin saya mendapatkan kesuksesan yang layak saya dapatkan dalam hidup”, “Saya berhasil menyelesaikan tugas”, dan “Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya sendiri” (sangat tidak setuju = 1 sampai sangat setuju = 5).

Variabel perilaku *cyberloafing* diukur dengan instrumen kuesioner yang mengadopsi dari Lim dan Chen (2012) sebanyak 12 item. Contoh item pernyataan adalah “Saya sering mengunjungi situs web yang tidak berkaitan dengan pekerjaan”, “Saya sering mengunjungi situs web yang berkaitan dengan hiburan”,

dan “Saya sering mengirim email yang tidak terkait pekerjaan” (sangat tidak setuju = 1 sampai sangat setuju = 5).

Variabel perilaku kerja inovatif diukur dengan menggunakan instrumen kuesioner yang mengadopsi dari Janssen (2000) sebanyak 9 item. Contoh item pernyataan adalah “Saya sering menciptakan ide-ide baru untuk masalah yang sulit”, “Saya sering memperkenalkan ide-ide inovatif ke dalam lingkungan kerja secara sistematis”, dan “Saya sering mengevaluasi kegunaan ide-ide inovatif” (sangat tidak setuju = 1 sampai sangat setuju = 5).

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Pengujian pada instrumen penelitian dilakukan untuk mengkonfirmasi bahwa bahwa alat ukur atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, dengan demikian data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya.

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai seberapa baik suatu teknik dan instrumen dikembangkan untuk mengukur konsep tertentu (Sekaran dan Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS untuk mengukur validitas pada instrumen penelitian. Keputusan pengujian item didasarkan pada nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), nilai *AntiImage Correlation*, dan *Factor Loading*. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai KMO, nilai *AntiImage Correlation*, dan *Factor Loading* >0,5 (Hair *et al.*, 2010). Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pernyataan	KMO	<i>Anti Image</i>	<i>Factor Loading</i>	Keterangan
<i>Core Self-Evaluation</i> (X ₁)	X1.1	0,819	0,857	0,592	Valid
	X1.2		0,768	0,733	Valid
	X1.3		0,823	0,524	Valid
	X1.4		0,846	0,693	Valid
	X1.5		0,811	0,725	Valid
	X1.6		0,829	0,672	Valid
	X1.7		0,882	0,643	Valid
	X1.8		0,826	0,761	Valid
	X1.9		0,746	0,683	Valid
	X1.10		0,772	0,512	Valid

Variabel	Kode Pernyataan	KMO	Anti Image	Factor Loading	Keterangan
	X1.11		0,806	0,612	Valid
	X1.12		0,863	0,509	Valid
Perilaku Cyberloafing (X ₂)	X2.1	0,862	0,886	0,634	Valid
	X2.2		0,757	0,597	Valid
	X2.3		0,777	0,785	Valid
	X2.4		0,855	0,573	Valid
	X2.5		0,872	0,615	Valid
	X2.6		0,899	0,543	Valid
	X2.7		0,875	0,587	Valid
	X2.8		0,921	0,581	Valid
	X2.9		0,882	0,754	Valid
	X2.10		0,869	0,737	Valid
	X2.11		0,797	0,762	Valid
	X2.12		0,853	0,751	Valid
Perilaku Kerja Inovatif (Y)	Y1	0,736	0,676	0,836	Valid
	Y2		0,666	0,812	Valid
	Y3		0,771	0,596	Valid
	Y4		0,777	0,600	Valid
	Y5		0,723	0,686	Valid
	Y6		0,781	0,625	Valid
	Y7		0,763	0,525	Valid
	Y8		0,801	0,619	Valid
	Y9		0,732	0,562	Valid

Sumber : Lampiran Data Diolah (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai KMO, nilai *AntiImage Correlation*, dan *Factor Loading* dari variabel *core self-evaluation* (X₁) dan perilaku *cyberloafing* (X₂), dan perilaku kerja inovatif (Y) bernilai >0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian adalah valid dan dapat diproses untuk langkah selanjutnya.

3.8.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk menunjukkan seberapa stabil dan konsisten instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu (Sekaran dan Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS untuk mengukur reliabilitas pada instrumen penelitian. Keputusan pengujian item didasarkan pada hasil nilai nilai *Cronbach Alpha*, Menurut Sekaran dan Bougie (2016) *Cronbach Alpha* yang kurang dari 0,6 dapat dikatakan kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 ke atas dapat dikatakan baik. Maka dari itu,

dapat disimpulkan bahwa agar instrumen penelitian dikatakan reliabel maka nilai alpha cronbach harus lebih besar dari 0,6.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Kode Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Keterangan
Core Self-Evaluation (X ₁)	X1.1	0,764	0,770	Reliabel
	X1.2	0,753		Reliabel
	X1.3	0,764		Reliabel
	X1.4	0,728		Reliabel
	X1.5	0,760		Reliabel
	X1.6	0,738		Reliabel
	X1.7	0,744		Reliabel
	X1.8	0,739		Reliabel
	X1.9	0,760		Reliabel
	X1.10	0,759		Reliabel
	X1.11	0,751		Reliabel
	X1.12	0,764		Reliabel
Perilaku Cyberloafing (X ₂)	X2.1	0,846	0,854	Reliabel
	X2.2	0,859		Reliabel
	X2.3	0,852		Reliabel
	X2.4	0,844		Reliabel
	X2.5	0,838		Reliabel
	X2.6	0,842		Reliabel
	X2.7	0,834		Reliabel
	X2.8	0,833		Reliabel
	X2.9	0,849		Reliabel
	X2.10	0,839		Reliabel
	X2.11	0,840		Reliabel
	X2.12	0,834		Reliabel
Perilaku Kerja Inovatif (Y)	Y1	0,660	0,695	Reliabel
	Y2	0,669		Reliabel
	Y3	0,669		Reliabel
	Y4	0,684		Reliabel
	Y5	0,662		Reliabel
	Y6	0,670		Reliabel
	Y7	0,649		Reliabel
	Y8	0,661		Reliabel
	Y9	0,697		Reliabel

Sumber : Lampiran Data Diolah (2025)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil bahwa seluruh pernyataan dinyatakan reliabel atau konsisten karena baik nilai *conbach's alpha if item deleted* dan *conbach's alpha* lebih besar dari yang dipersyaratkan yaitu 0,6.

3.9 Uji Data

Uji data dilakukan sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda. Uji data yang dilakukan oleh penelitian ini adalah uji normalitas data.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel memiliki nilai distribusi normal atau tidak (Sekaran dan Bougie, 2016). Dalam penelitian ini uji normalitas dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS 30 dengan metode uji *one sample Kolmogorov Smirnov*. Keputusan pengujian didasarkan pada:

- a. Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

3.10 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk bahan pertimbangan apakah hipotesis yang telah diajukan diterima atau ditolak. Pada penelitian ini, dilakukan uji regresi linier berganda untuk menentukan apakah hipotesis penelitian ini diterima atau ditolak.

3.10.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh core self-evaluation sebagai variabel independen (X_1) dan perilaku cyberloafing variabel independen (X_2) terhadap variabel perilaku kerja inovatif sebagai variabel dependen (Y). Pada pengujian ini, akan ditemukan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen meningkat atau menurun. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS.

Hasil analisis dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta X + e$; (X_1 ; X_2), jika dijabarkan menjadi:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Kerja Inovatif

α = konstanta

X_1 = *Core Self-Evaluation*

X_2 = Perilaku *Cyberloafing*

β_1 = koefisien regresi *Core Self-Evaluation*

β_2 = koefisien regresi Perilaku *Cyberloafing*

3.10.2 Uji t

Uji-t adalah pengujian yang dilakukan untuk menyatakan sejauh mana pengaruh suatu variabel yang diteliti secara individu atau terpisah, dalam rangka menjelaskan hubungan variabel tersebut dengan variabel lain yang relevan (Sekaran dan Bougie, 2016). Pengujian uji-t dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS. Keputusan pengujian item didasarkan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi uji-t $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi uji-t $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *core self-evaluation* dan perilaku *cyberloafing* terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan di industri kreatif, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

1. *Core self-evaluation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan di industri kreatif. Hasil ini bermakna bahwa semakin meningkat *core self-evaluation* yang dimiliki karyawan maka akan meningkat juga perilaku kerja inovatif yang dimiliki karyawan tersebut. Dalam penelitian ini, indikator *self-esteem* dan *generalized self-efficacy* memiliki skor tertinggi yang berarti karyawan telah memiliki rasa percaya diri dan kemampuan yang mumpuni dalam menyelesaikan tugas atau meraih kesuksesan.
2. Perilaku *cyberloafing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kerja inovatif pada karyawan di industri kreatif. Hasil ini mengidentifikasikan bahwa semakin meningkat intensitas perilaku *cyberloafing* maka akan semakin meningkat perilaku kerja inovatif karyawan. Dalam penelitian ini, indikator yang mendapatkan skor rata-rata tertinggi adalah *browsing activities* yang dapat diartikan bahwa kebanyakan karyawan yang melakukan *cyberloafing* guna mengunjungi situs web yang tidak berhubungan dengan pekerjaan daripada menerima, memeriksa, atau mengirim e-mail yang tidak berhubungan dengan pekerjaan.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena terdapat keterbatasan pada penelitian ini yaitu jumlah sampel yang hanya 165 responden, sehingga hasil penelitian ini belum sepenuhnya mewakili populasi secara umum dan memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi temuan. Selain itu, responden menilai perilaku kerja inovatif sendiri (*self-rated measures*). Metode tersebut cenderung menghasilkan jawaban yang bersifat subjektif.

Saran yang dapat peneliti berikan apabila mengacu pada hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan dapat berupaya menurunkan tingkat stres karyawan serta meningkatkan motivasi karyawan dengan cara membangun budaya kerja yang mendukung, memberikan *feedback* yang membangun, memberikan *reward*, pengakuan, atau beberapa strategi lainnya untuk meningkatkan motivasi karyawannya.
2. Karyawan diharapkan dapat meningkatkan kontrol diri karena apabila karyawan tidak memiliki kontrol diri, maka dikhawatirkan *cyberloafing* yang dilakukan karyawan dapat berdampak buruk bagi perusahaan.
3. Perusahaan harus menemukan penyebab yang menghambat karyawan untuk berinovasi menciptakan dan menerapkan ide baru dan kemudian membuat strategi untuk mengatasi permasalahan ini. Contohnya, apabila penyebab yang menghambat karyawan untuk berinovasi menciptakan dan menerapkan ide baru adalah kurangnya keterampilan dari karyawan untuk menciptakan atau menerapkan ide yang inovatif , maka perusahaan dapat memberikan pelatihan dan pengembangan inovasi atau melakukan sesi *brainstorming*.

DAFTAR PUSTAKA

- 40 *Daftar Penerbit Buku di Lampung*. (2017). Menulis Indonesia. <https://www.menulisindonesia.com/2017/09/40-daftar-penerbit-buku-di-lampung.html>
- Adawiyah, R., Azizan, A., Sahar, A., & Herawati, I. (2023). Relationship between Smartphone Addiction, Personality Traits and Cyberloafing Behaviour among Malaysian Youths. *Asian Journal of University Education*, 19(2), 395–403. <https://doi.org/10.24191/ajue.v19i2.22228>
- Aghaz, A., & Sheikh, A. (2016). Cyberloafing and job burnout: An investigation in the knowledge-intensive sector. *Computers in Human Behavior*, 62, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.069>
- Amabile, T. (1988). Amabile A Model of CreativityOrg.Beh_v10_pp123-167.pdf. In *Research in Organizational Behavior* (Vol. 10, pp. 123–167).
- Amruloh, D. A. G., Yulianto, W., & Wulandari, A. R. (2023). Pengaruh Cyberloafing dan Leader Member Exchange terhadap Innovative Work Behavior Pada Karyawan Perum. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*. 394-410. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1444>
- Askew, K. L. (2012). Digital commons University of South Florida the relationship between cyberloafing and Task performance and an examination of the Ttheory of planned behavior as a model of cyberloafing. In *Digital Commons University of South Florida*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia (2024)*.
- Baumann, P. K. (2011). The relationship between individual and organizational characteristics and nurse innovation behavior. In *Indiana University* (Issue April).<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cin20&AN=109857377&site=ehost-live>
- Blanchard, A. L., & Henle, C. A. (2008). Correlates of different forms of cyberloafing: The role of norms and external locus of control. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 1067–1084. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.03.008>.
- Choi, E., Kim, J., & Cho, D. (2023). *Relationship between core self-evaluation*

and innovative work behavior : mediating effect of affective organizational commitment and moderating effect of organizational learning capacity. October, 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1192859>.

- Damayanti, Sri Rahayu; Wirakusuma, Made Gede; Wirama, D. G. (2015). Pengaruh Core Self Evaluations Pada Kinerja Auditor Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(5), 361–380.
- Damayanti, A., Hayati, K., & Mardiana, N. (2022). Pengaruh Stres Kerja dan Perilaku Cyberloafing terhadap Kinerja Karyawan. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 56. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i2.34074>.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>.
- Derin, N., & Gökçe, S. G. (2016). Are Cyberloafers Also Innovators?: A Study on the Relationship between Cyberloafing and Innovative Work Behavior. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 694–700. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.070>.
- Ding, H., Yu, E., & Li, Y. (2022). Core self-evaluation, perceived organizational support for strengths use and job performance: Testing a mediation model. *Current Psychology*, 41(8), 5143–5150. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01029-z>.
- Dwi, N. E., Putri, I. A., Ariany, R., & Putera, R. E. (2024). Tata Kelola Industri Kreatif di Indonesia dalam Perspektif Sound Governance. *JURNAL ILMU ADMINISTRASI NEGARA (AsIAN)*, 12(Maret), 1-10.
- Esmeray YOGUN, A. (2015). Cyberloafing and Innovative Work Behavior Among Banking Sector Employees. *International Journal of Business and Management Review*, 3(10), 61–71.
- Fan, T., Khan, J., Khassawneh, O., & Mohammad, T. (2023). Examining Toxic Leadership Nexus With Employee Cyberloafing Behavior via Mediating Role of Emotional Exhaustion. *Journal of Organizational and End User Computing*, 35(1), 1–23. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.320817>.
- Giordano, C., & Mercado, B. K. (2023). Cyberloafing: Investigating the Importance and Implications of New and Known Predictors. *Collabra: Psychology*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.1525/collabra.57391>.
- Hadi, S., Putra, Rachman, A., & Mardikaningsih, R. (2020). PENGARUH PERILAKU INOVATIF DAN KETERLIBATAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(2), 230.

- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F., & Montagno, R. V. (1993). An Interactive Model of the Corporate Entrepreneurship Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29–37. <https://doi.org/10.1177/104225879301700203>
- Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: A critical review and practical recommendations. *Leadership Quarterly*, 29(5), 549–569. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.03.001>.
- Inmor, S., & Suwannahong, R. (2020). Burn-out Syndrome and Innovative Work Behavior as a Result of Cyberloafing. *International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems*, 9(2), 33–38. <http://203.158.98.12/actisjournal/index.php/IJACTIS/article/view/314>.
- INSEAD. (2023). The Global Talent Competitiveness Index 2023: What a Difference Ten Years Make What to Expect for the Next Decade. In *Human Capital Leadership Institute*.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of eVort–reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 1(2), 287–302. <https://doi.org/10.15548/p-prokurasi.v1i2.1845>.
- Judge, T. A., & Bono, J. E. (2001). Relationship of core self-evaluations traits - Self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability - With job satisfaction and job performance: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 80–92. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.80>.
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2011). Implications of core self-evaluations for a changing organizational context. *Human Resource Management Review*, 21(4), 331–341. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2010.10.003>.
- Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., & Kluger, A. N. (1998). Dispositional effects on job and life satisfaction: The role of core evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 17–34. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.1.17>.
- Judge, T. A., Van Vianen, A. E. M., & De Pater, I. E. (2004). Emotional stability, core self-evaluations, and job outcomes: A review of the evidence and an agenda for future research. *Human Performance*, 17(3), 325–346. https://doi.org/10.1207/s15327043hup1703_4.
- Kappel, M. (2022). *7 Biggest Workplace Time Wasters And How To Handle*

Them. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/mikekappel/2022/06/15/7-biggest-workplace-time-wasters-and-how-to-handle-them/?sh=326e63be2c62>.

Karabulut Coskun, B., & Akar, I. (2020). Exploring the relationship between creativity and cyberloafing of prospective teachers. *Thinking Skills and Creativity*, 38, 100724. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100724>.

Khairunnisa, M., Okfrima, R., & Candra, I. (2024). Hubungan Psychological Capital dengan Perilaku Kerja Inovatif di Instansi X. *Psyche 165 Journal*, 17(2), 152–157. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v17i2.385>.

Kheng, Y. K., Mahmood, R., & Beris, S. J. H. (2013). A Conceptual Review of Innovative Work Behavior in Knowledge Intensive Business Services among Knowledge Workers in Malaysia. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3(2), 91–99.

Lim, V. K. G. (2002). The IT Way of Loafing on the Job. *Journal of Organizational Behavior*, 23(5), 675–694.

Lim, V. K. G., & Chen, D. J. Q. (2012). Cyberloafing at the workplace: Gain or drain on work? *Behaviour and Information Technology*, 31(4), 343–353. <https://doi.org/10.1080/01449290903353054>.

Ma, G., Han, Z., & Ma, X. (2023). Core self-evaluation and innovative behavior: mediating effect of error orientation and self-efficacy of nurses. *Frontiers in Psychology*, 14(December), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1298986>.

Marques, T., Galende, J., Cruz, P., & Ferreira, M. P. (2014). Surviving downsizing and innovative behaviors: A matter of organizational commitment. *International Journal of Manpower*, 35(7), 930–955. <https://doi.org/10.1108/IJM-03-2012-0049>.

McCain, A. (2022). 25+ Wasting Time at Work Statistics [2023]: How Much Time Is Wasted At Work. Zipia. <https://www.zippia.com/advice/wasting-time-at-work-statistics/>.

McGuirk, H., Lenihan, H., & Hart, M. (2015). Measuring the impact of innovative human capital on small firms' propensity to innovate. *Research Policy*, 44(4), 965–976. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.11.008>.

Mulyana, & Sutapa. (2014). Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(3), 304–321. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.3.5>.

Ozler, D. E., & Polat, G. (2012). Cyberloafing phenomenon in organizations:

determinants and impacts. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, 4(2), 1–15. http://www.sobiad.org/eJOURNALS/journal_IJEBEG/arhieves/2012_2/derya_ergun.pdf.

Pekerjaan editor untuk percetakan di wilayah Lampung. (2024). Star Of Service. <https://www.starofservice.co.id/k/penerbitan-buku/lampung>.

Purba, D. E., & Paundra, J. (2018). Core Self-Evaluations and Innovative Behavior Among Microentrepreneurs: The Mediating Effect of Proactive Personality. *Psychological Research on Urban Society*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.7454/proust.v1i1.30>.

Rey, L., & Extremera, N. (2015). Core Self-Evaluations, Perceived Stress and Life Satisfaction in Spanish Young and Middle-Aged Adults: An Examination of Mediation and Moderation Effects. *Social Indicators Research*, 120(2), 515–524. <https://doi.org/10.1007/s11205-014-0601-2>.

Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>.

Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 04(02), 93–104. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.93-104>.

Sao, R., Chandak, S., Patel, B., & Bhadade, P. (2020). Cyberloafing: Effects on Employee Job Performance and Behavior. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(5), 1509–1515. <https://doi.org/10.35940/ijrte.e4832.018520>.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach* (Seventh Ed). Wiley.

Sidauruk, R. (2013). Peningkatan Peran Pemerintah Daerah dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Bina Praja*, 05(03), 141–158. <https://doi.org/10.21787/jbp.05.2013.141-158>.

Sijabat, R. (2021). Differences of Cyberloafing Behavior Outcomes on Men and Women Employees. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 121–132. <https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.29327>.

Skeja, A., & Lorcu, F. (2022). Relation of Three Phenomena: Cyberloafing, Creativity, and Stress. *IFAC-PapersOnline*, 55(39), 247–252. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2022.12.029>.

Sutanti, M., & Sandroto, C. W. (2021). Core Self-Evaluation and Job Satisfaction:

- Mediating Role of Career Commitment. *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(2), 93–112. <https://doi.org/10.37715/rme.v5i2.1647>.
- United Nations. (2010). *Creative Economy Report 2010*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Wardani, L. M. I., & Anisa, C. (2021). *CORE SELF-EVALUATION: PERBANDINGAN ANTARA INDONESIA DAN NEGARA LAIN* (W. Kurniawan (Ed.)). Pena Persada. <https://doi.org/10.31237/osf.io/dvqjk>.
- Wijanarko, K. S., & Purba, H. P. (2018). Hubungan Cyberloafing dengan Innovative Work Behavior pada Pekerja Generasi Milenial dalam Industri Kreatif Digital. *INSAN Jurnal Psikologi Dan Kesehatan Mental*, 3(2), 101. <https://doi.org/10.20473/jpkm.v3i22018.101-113>.
- Wu, J., Mei, W., Liu, L., & Ugrin, J. C. (2020). The bright and dark sides of social cyberloafing: Effects on employee mental health in China. *Journal of Business Research*, 112(March 2019), 56–64. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.043>.
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). INNOVATIVE BEHAVIOR IN THE WORKPLACE: THE ROLE OF PERFORMANCE AND IMAGE OUTCOME EXPECTATIONS. *Academy of Management Journal*, Vol. 53, No. 2, 323–342. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323–342.
- Yulianah, D. M. (2021). The Effect of Humor on The Innovative Output with Innovative Work Behavior as Variable of Meditation. *Management Analysis Journal*, 10(1), 37–44. <https://doi.org/10.15294/maj.v10i1.45159>.
- Yusuf, M. P., & Etikariena, A. (2023). Perilaku Kerja Inovatif Pada Perusahaan Rintisan: Peran Kepemimpinan Inklusif, Keamanan Psikologis, dan Pemberdayaan Psikologis. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 9(1), 101. <https://doi.org/10.22146/gamajop.78672>.
- Zhang, Y., Wang, J., Akhtar, M. N., & Wang, Y. (2022). Authoritarian leadership and cyberloafing: A moderated mediation model of emotional exhaustion and power distance orientation. *Frontiers in Psychology*, 13(October). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1010845>.
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When Job Dissatisfaction Leads to Creativity: Encouraging the Expression of Voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682–696. <https://doi.org/10.5465/3069410>