

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri digital di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Kelejan et al., (2025:2) kemajuan teknologi informasi serta penggunaan media sosial telah membawa perubahan terhadap pola komunikasi dan aktivitas ekonomi masyarakat. Media sosial yang sebelumnya hanya dimanfaatkan sebagai sarana interaksi kini juga menjadi media untuk menciptakan nilai ekonomi melalui aktivitas pembuatan konten digital. Kondisi tersebut turut mendorong munculnya profesi baru di era digital, yaitu konten kreator. Menurut Gati (2024:10) konten kreator merupakan individu yang membuat dan menyebarkan konten digital kepada audiens melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga Snack Video.

Snack Video menjadi salah satu platform digital yang banyak digunakan masyarakat karena mampu memberikan hiburan sekaligus peluang ekonomi bagi para kreator. Melalui platform ini, konten kreator dituntut untuk mampu menghasilkan konten yang menarik, kreatif, konsisten, serta mampu meningkatkan jumlah *viewers* dan *engagement*. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar kreator semakin tinggi sehingga perusahaan yang bergerak di bidang digital broadcaster perlu memperhatikan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki agar mampu menghasilkan kinerja yang optimal.

Kinerja menjadi faktor penting dalam suatu perusahaan yang menentukan keberhasilan suatu organisasi. Menurut Hamsal dan Deswarta (2025:14) kinerja adalah sejauh mana individu, tim, atau organisasi berhasil menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya, bukan hanya dilihat dari hasilnya saja, tetapi juga dari cara, ketepatan, dan efisiensi dalam mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

Pada industri kreatif digital, kinerja konten kreator dapat dilihat dari kemampuan kreator dalam menghasilkan konten secara konsisten, meningkatkan jumlah *viewers*, *engagement*, jumlah video yang diunggah, serta kemampuan mempertahankan performa akun. Semakin tinggi kualitas kinerja kreator, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk berkembang dan bersaing di era digital.

CV Rise Broadcaster Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manajemen konten kreator dengan fokus pada pengelolaan, pengembangan, dan pembinaan konten kreator pada platform Snack Video. Melalui sistem manajemen yang terstruktur, perusahaan memberikan pendampingan kepada kreator dalam proses produksi konten, pengembangan kompetensi, serta peningkatan performa kinerja untuk mendukung pencapaian target perusahaan. Namun, dalam pelaksanaannya perusahaan masih menghadapi permasalahan berupa fluktuasi kinerja konten kreator yang ditunjukkan oleh belum optimalnya pencapaian target performa serta rendahnya konsistensi aktivitas kreator.

Perusahaan menetapkan target performa bagi setiap konten kreator berupa minimal 15 hari aktif dalam satu bulan. Target tersebut digunakan sebagai standar perusahaan dalam menilai konsistensi aktivitas kreator di platform Snack Video.

Semakin tinggi jumlah hari aktif yang dicapai oleh kreator, maka semakin besar peluang kreator menghasilkan konten secara konsisten, meningkatkan interaksi (*engagement*), serta memenuhi target performa yang telah ditetapkan perusahaan. Pada Tabel 1.1, jumlah hari aktif merupakan akumulasi total hari aktif seluruh konten kreator dalam satu bulan, sedangkan rata-rata hari aktif diperoleh dari hasil pembagian jumlah hari aktif dengan jumlah kreator. Selanjutnya, persentase pencapaian diperoleh dengan membandingkan rata-rata hari aktif kreator terhadap target perusahaan, yaitu 15 hari aktif setiap bulan.

Berikut adalah data performa konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia periode Januari 2025 hingga Februari 2026:

Tabel 1.1 Data Performa Kreator CV Rise Broadcaster Indonesia

Bulan	Jumlah Kreator	Jumlah Hari Aktif	Rata – Rata Hari Aktif	Persentase
Januari 2025	338	2.820	8,34	55,6%
Februari 2025	338	2.898	8,57	57,1%
Maret 2025	338	2.792	8,26	55,1%
April 2025	338	2.747	8,13	54,2%
Mei 2025	338	2.626	7,77	51,8%
Juni 2025	338	2.851	8,43	56,2%
Juli 2025	338	2.605	7,71	51,4%
Agustus 2025	338	2.646	7,83	52,2%
September 2025	338	2.583	7,64	50,9%
Oktober 2025	338	2.799	8,28	55,2%
November 2025	338	3.022	8,94	59,6%
Desember 2025	338	3.018	8,93	59,5%
Januari 2026	338	3.028	8,96	59,7%
Februari 2026	338	2.971	8,79	58,6%
Rata-rata	338	2.815	8,33	55,51%

Sumber: Data performa kreator CV Rise Broadcaster Indonesia tahun 2025-2026

Berdasarkan data internal CV Rise Broadcaster Indonesia periode Januari 2025 hingga Februari 2026, rata-rata hari aktif kreator masih berada di bawah target perusahaan, yaitu 15 hari aktif per bulan. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsistensi aktivitas kreator dalam menjalankan tugas digital belum optimal. Adapun rata-rata hari aktif kreator hanya berada pada kisaran 7,64 hingga 8,96 hari per bulan, atau sekitar 50,9%–59,7% dari target yang telah ditetapkan perusahaan. Bahkan pada beberapa bulan, seperti September 2025, rata-rata hari aktif kreator hanya mencapai 7,64 hari, yang merupakan capaian terendah dari data performa diatas.

Secara keseluruhan, rata-rata hari aktif kreator selama periode Januari 2025 hingga Februari 2026 adalah 8,33 hari per bulan, atau hanya mencapai 55,51% dari target perusahaan yang ditetapkan sebesar 15 hari aktif per bulan. Artinya, secara rata-rata setiap kreator masih mengalami kekurangan sekitar 6,67 hari aktif setiap bulannya untuk dapat memenuhi target perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat keaktifan kreator secara umum masih belum optimal dan belum mampu memenuhi standar kinerja yang telah ditetapkan. Belum tercapainya target hari aktif tersebut diduga disebabkan oleh masih rendahnya konsistensi kreator dalam melakukan aktivitas pembuatan dan pengunggahan konten. Akibatnya, performa konten menjadi kurang optimal sehingga berdampak pada rendahnya pencapaian target perusahaan serta pendapatan kreator dan perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi di atas, terlihat adanya permasalahan yang berkaitan dengan kinerja konten kreator. Kondisi tersebut diduga disebabkan oleh kurangnya kedisiplinan kreator dalam mematuhi aturan dan kebijakan platform,

belum optimalnya kemampuan sebagian kreator dalam mengelola waktu secara efektif, serta rendahnya inisiatif dalam melaksanakan pekerjaan yang terlihat dari tidak segera bertindak saat performa menurun, kecenderungan menunda pembuatan dan pengunggahan konten, serta menunggu arahan atau pengingat dari manajemen untuk kembali aktif. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja konten kreator belum optimal dan masih mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan.

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia adalah kompetensi. Kompetensi yang belum optimal terlihat dari masih terbatasnya pemahaman sebagian kreator terhadap tren konten, perubahan algoritma platform, kemampuan editing video, serta kemampuan dalam menghasilkan konten yang kreatif dan menarik bagi audiens. Selain itu, pengarahan dan pembinaan yang diberikan oleh perusahaan kepada konten kreator masih belum dilakukan secara konsisten setiap bulan, sehingga pembaruan mengenai tren konten, algoritma platform, dan strategi pembuatan konten belum selalu diterima secara berkelanjutan oleh para kreator. Kondisi tersebut menyebabkan kreator mengalami kesulitan dalam meningkatkan performa konten sehingga berdampak pada belum optimalnya kinerja yang dihasilkan.

Selain kompetensi, faktor lain yang diduga mempengaruhi kinerja konten kreator adalah motivasi kerja. Permasalahan motivasi kerja terlihat dari masih terdapatnya sebagian konten kreator yang belum mampu mempertahankan semangat dalam memproduksi konten secara konsisten, kurang terdorong untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan, serta menurunnya intensitas

aktivitas pada platform Snack Video. Kondisi tersebut diduga dipengaruhi oleh ketidakpastian hasil dari konten yang diunggah, tingginya persaingan antar kreator, dan kejenuhan dalam proses pembuatan konten. Kondisi tersebut menyebabkan menurunnya antusiasme kerja kreator yang berdampak pada rendahnya kinerja konten kreator.

Berdasarkan uraian fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja konten kreator pada CV Rise Broadcaster Indonesia masih belum optimal karena belum tercapainya target perusahaan secara konsisten. Kondisi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, aspek kedisiplinan, pengelolaan waktu, dan inisiatif dalam bekerja. Faktor selanjutnya yaitu, pemahaman terhadap tren konten, perubahan algoritma platform, serta kemampuan teknis dalam menghasilkan konten. Selain itu, kurangnya semangat dalam membuat konten, rendahnya dorongan untuk mencapai target, dan menurunnya konsistensi aktivitas. Apabila kondisi ini tidak segera diatasi, maka dapat berdampak pada semakin menurunnya kinerja konten kreator dan menurunnya pendapatan perusahaan maupun kreator.

Fenomena tersebut diperkuat melalui pra-survei yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia. Hasil pra-survei tersebut tercantum pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survei Mengenai Kinerja Konten Kreator Pada CV Rise Broadcaster Indonesia

No	Pernyataan	Jawaban				Jumlah Responden	Total Persentase
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1	Saya mampu mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.	12	40%	18	60%	30	100%
2	Waktu dan tenaga yang saya gunakan sebanding dengan hasil konten yang diperoleh.	10	33%	20	67%	30	100%
3	Saya konsisten dalam menjalankan jadwal upload konten setiap harinya.	11	37%	19	63%	30	100%
Rata-rata			37%		63%		

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia, diketahui bahwa masih terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kinerja konten kreator. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebesar 60% responden menyatakan belum mampu mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konten kreator masih mengalami kesulitan dalam memenuhi target performa yang ditentukan, seperti target jumlah hari aktif maupun jumlah unggahan video yang masuk ke dalam kategori performa yang diharapkan perusahaan.

Selain itu, sebanyak 67% responden menyatakan bahwa waktu dan tenaga yang digunakan belum sebanding dengan hasil konten yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konten kreator merasa upaya yang telah dikeluarkan dalam proses pembuatan konten belum menghasilkan performa yang sesuai harapan. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh tingginya persaingan konten, ketidakpastian hasil yang diperoleh, serta perubahan algoritma platform yang mempengaruhi jangkauan konten.

Permasalahan lainnya terlihat pada konsistensi dalam menjalankan jadwal unggah konten setiap hari. Sebanyak 63% responden menyatakan belum konsisten dalam menjalankan jadwal upload konten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat konten kreator yang mengalami kendala dalam menjaga kedisiplinan dan konsistensi produksi konten, sehingga dapat mempengaruhi jumlah hari aktif serta peluang konten untuk memperoleh performa yang optimal.

Berdasarkan hasil pra-survei tersebut, dapat diketahui bahwa kinerja konten kreator pada CV Rise Broadcaster Indonesia masih belum optimal. Hal ini terlihat dari rata-rata jawaban responden, yaitu 37% menjawab "Ya" dan 63% menjawab "Tidak" terhadap seluruh pernyataan mengenai kinerja konten kreator. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konten kreator masih mengalami kendala dalam mencapai target perusahaan, memperoleh hasil yang sebanding dengan usaha yang dikeluarkan, serta menjaga konsistensi dalam mengunggah konten. Apabila kondisi tersebut terus berlanjut, maka dapat berdampak pada rendahnya produktivitas konten dan pencapaian target performa konten kreator pada platform Snack Video.

Kompetensi merupakan kemampuan individu yang meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja dalam melaksanakan tugas tertentu. Syarweny et al., (2024:176) menyatakan bahwa kompetensi adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang didasari oleh keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Kompetensi menjadi hal penting bagi konten kreator karena dalam industri digital seorang kreator dituntut untuk memahami tren konten, algoritma platform, teknik editing

video, kreativitas pembuatan konten, komunikasi digital, serta kemampuan membangun interaksi dengan audiens.

Konten kreator yang memiliki kompetensi tinggi cenderung lebih mudah menghasilkan konten yang menarik dan mampu meningkatkan performa akun. Sebaliknya, kreator yang memiliki kompetensi rendah akan mengalami kesulitan dalam mengikuti perkembangan tren digital sehingga hasil konten yang dibuat kurang maksimal. Berikut adalah hasil pra survei mengenai kompetensi:

Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei Mengenai Kompetensi Pada CV Rise Broadcaster Indonesia

No	Pernyataan	Jawaban				Jumlah Responden	Total Persentase
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1	Saya memiliki pemahaman yang baik mengenai tren konten dan algoritma Snack Video.	13	43%	17	57%	30	100%
2	Saya memiliki kemampuan membuat konten yang kreatif dan menarik bagi audiens.	14	47%	16	53%	30	100%
3	Saya mampu beradaptasi dengan perkembangan media digital dan arahan perusahaan.	12	40%	18	60%	30	100%
Rata-rata			43%		57%		

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia, diketahui bahwa masih terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kompetensi konten kreator. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebesar 57% responden menyatakan belum memiliki pemahaman yang baik mengenai tren konten dan algoritma Snack Video. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat konten kreator yang belum memahami

perkembangan tren konten dan sistem algoritma platform secara optimal. Hal ini diduga disebabkan oleh masih terbatasnya pembelajaran serta pembaruan informasi mengenai tren dan algoritma platform. Akibatnya, konten yang dihasilkan kurang sesuai dengan perkembangan platform sehingga dapat mempengaruhi performa konten dan kinerja kreator.

Selain itu, sebanyak 53% responden menyatakan belum memiliki kemampuan yang baik dalam membuat konten yang kreatif dan menarik bagi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kreator yang mengalami kesulitan dalam menghasilkan ide konten yang inovatif dan mampu menarik perhatian *viewers*. Kondisi tersebut diduga disebabkan oleh masih terbatasnya kemampuan kreatif dan kurangnya eksplorasi terhadap tren konten yang sedang berkembang. Akibatnya, konten yang dihasilkan kurang mampu menarik perhatian audiens sehingga berdampak pada rendahnya performa konten dan kinerja kreator.

Permasalahan lainnya terlihat pada kemampuan adaptasi terhadap perkembangan media digital dan arahan perusahaan. Sebanyak 60% responden menyatakan belum mampu beradaptasi secara optimal terhadap perkembangan media digital dan arahan dari perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian konten kreator masih mengalami kendala dalam mengikuti perubahan tren digital, kebijakan platform, maupun strategi konten yang diterapkan oleh perusahaan. Hal ini diduga disebabkan oleh belum optimalnya pembinaan dan pembaruan informasi yang diberikan perusahaan, sehingga kreator mengalami kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Akibatnya, konten yang

dihasilkan kurang sesuai dengan perkembangan platform sehingga mempengaruhi performa konten.

Berdasarkan hasil pra-survei tersebut, dapat diketahui bahwa kompetensi konten kreator pada CV Rise Broadcaster Indonesia masih belum optimal. Hal ini terlihat dari rata-rata jawaban responden, yaitu 43% menjawab "Ya" dan 57% menjawab "Tidak" terhadap seluruh pernyataan mengenai kompetensi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konten kreator masih mengalami kendala dalam memahami tren konten dan algoritma Snack Video, menghasilkan konten yang kreatif dan menarik, serta beradaptasi dengan perkembangan media digital dan arahan perusahaan. Apabila kondisi tersebut terus berlanjut, maka dapat mempengaruhi kualitas konten, produktivitas kerja, serta kinerja konten kreator dalam mencapai target performa pada platform Snack Video.

Selain kompetensi, motivasi kerja juga menjadi faktor penting yang diduga mempengaruhi kinerja konten kreator. Motivasi kerja merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan pekerjaan guna mencapai tujuan tertentu. Menurut Hasan (2023:47) motivasi kerja adalah dorongan dari dalam maupun luar diri seseorang yang menggerakannya untuk bekerja dan mencapai target tertentu, yang bisa dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, kepuasan kerja, maupun harapan akan penghargaan atas pekerjaannya.

Dalam pekerjaan sebagai konten kreator, motivasi kerja memiliki peran yang sangat penting karena pekerjaan ini menuntut kreativitas tinggi, konsistensi, serta kemampuan menghadapi tekanan target dan persaingan digital. Konten kreator yang memiliki motivasi kerja tinggi akan lebih semangat dalam membuat

konten, lebih aktif dalam mengunggah konten, dan lebih konsisten dalam meningkatkan kualitas konten. Sebaliknya, rendahnya motivasi kerja dapat menyebabkan kreator merasa cepat bosan, kehilangan semangat, dan tidak konsisten dalam menjalankan aktivitas digital. Berikut adalah hasil pra survei mengenai motivasi kerja:

Tabel 1. 4 Hasil Pra-Survei Mengenai Motivasi Kerja di CV Rise Broadcaster Indonesia

No	Pernyataan	Jawaban				Jumlah Responden	Total Persentase
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1	Saya memiliki semangat tinggi dalam membuat konten setiap hari.	12	40%	18	60%	30	100%
2	Pendapatan yang saya peroleh mampu meningkatkan motivasi kerja saya.	4	13%	26	87%	30	100%
3	Terdapat faktor yang menyebabkan motivasi kerja saya menurun dalam menjalankan aktivitas digital.	17	57%	13	43%	30	100%
Rata-rata			37%		63%		

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia, diketahui bahwa masih terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan motivasi kerja konten kreator. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebanyak 60% responden menyatakan belum memiliki semangat tinggi dalam membuat konten setiap hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian konten kreator masih mengalami penurunan semangat dan konsistensi dalam menjalankan aktivitas pembuatan konten digital secara rutin.

Selain itu, sebanyak 87% responden menyatakan bahwa pendapatan yang mereka peroleh belum mampu meningkatkan motivasi kerja. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan yang diterima masih belum menjadi faktor pendorong utama bagi konten kreator untuk meningkatkan semangat dan produktivitas dalam menghasilkan konten. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat ketidakpuasan terhadap pendapatan yang diperoleh, sehingga motivasi kerja konten kreator belum terbentuk secara optimal.

Permasalahan lainnya terlihat dari adanya berbagai faktor yang menyebabkan penurunan motivasi kerja dalam menjalankan aktivitas digital. Sebanyak 57% responden menyatakan mengalami kondisi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian konten kreator masih menghadapi berbagai kendala, seperti tekanan dalam mencapai target performa, persaingan antar kreator, kejenuhan dalam membuat konten, maupun ketidakstabilan pendapatan dari platform digital. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan semangat kerja, konsistensi dalam menghasilkan konten, serta pencapaian target performa yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil pra-survei tersebut, dapat diketahui bahwa motivasi kerja konten kreator pada CV Rise Broadcaster Indonesia masih belum optimal. Hal ini terlihat dari rata-rata jawaban responden, yaitu 37% menjawab "Ya" dan 63% menjawab "Tidak" terhadap seluruh pernyataan mengenai motivasi kerja. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konten kreator masih mengalami kendala dalam mempertahankan semangat kerja, merasa pendapatan yang diperoleh belum mampu meningkatkan motivasi kerja, serta masih menghadapi berbagai

faktor yang menyebabkan motivasi kerja menurun. Apabila kondisi tersebut terus berlanjut, maka dapat mempengaruhi produktivitas, konsistensi, serta kinerja konten kreator dalam mencapai target performa pada platform Snack Video.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kompetensi dan motivasi kerja memiliki pengaruh terhadap kinerja. Penelitian yang dilakukan oleh Puput dan Sucipto (2024) menyatakan bahwa kompetensi dan motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Salvano et al., (2023) kompetensi dan motivasi kerja memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja individu dalam menjalankan pekerjaannya. Individu yang memiliki kemampuan kerja yang baik serta motivasi kerja yang tinggi cenderung mampu bekerja lebih produktif, adaptif, dan mencapai target kerja secara optimal.

Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai kompetensi, motivasi kerja, dan kinerja lebih banyak dilakukan pada karyawan di sektor konvensional seperti perusahaan manufaktur, jasa, pendidikan, atau instansi pemerintahan. Penelitian yang secara khusus mengkaji kinerja konten kreator pada platform digital masih relatif terbatas. Padahal, konten kreator memiliki karakteristik kerja yang berbeda, seperti tuntutan kreativitas, konsistensi unggahan, pemahaman algoritma, komunikasi digital, serta tekanan target performa platform. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menguji pengaruh kompetensi dan motivasi kerja terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia.

Berdasarkan fenomena yang terjadi serta hasil penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi dan motivasi kerja memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja konten kreator. Oleh karena itu, CV Rise Broadcaster Indonesia perlu memperhatikan pengembangan kompetensi serta peningkatan motivasi kerja kreator agar mampu meningkatkan produktivitas, konsistensi, dan kualitas konten yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Konten Kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kinerja konten kreator belum sepenuhnya optimal, terutama dalam aspek konsistensi produksi konten, hari aktif, *engagement*, dan pencapaian performa akun.
2. Rata-rata hari aktif konten kreator Snack Video masih berada di bawah target perusahaan sebesar 15 hari aktif per bulan.
3. Kurangnya kompetensi sebagian kreator dalam membuat konten yang menarik dan inovatif serta rendahnya konsistensi kreator dalam melakukan unggah konten.
4. Motivasi kerja sebagian konten kreator masih belum optimal, terlihat dari rendahnya semangat dalam membuat konten secara rutin.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka peneliti membatasi masalah pada:

1. Penelitian hanya membahas kompetensi dan motivasi kerja sebagai variabel independen.
2. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja konten kreator.
3. Unit analisis penelitian dilakukan pada konten kreator Snack Video di CV Rise Broadcaster Indonesia.
4. Penelitian dilakukan pada periode April - Agustus tahun 2026.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi kompetensi, motivasi kerja, dan kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh kompetensi dan motivasi kerja secara simultan terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia?
3. Seberapa besar pengaruh kompetensi terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia?
4. Seberapa besar pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data, informasi, serta gambaran yang jelas mengenai pengaruh kompetensi dan motivasi kerja terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat lulus pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi kompetensi, motivasi kerja, dan kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh kompetensi dan motivasi kerja secara simultan terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh kompetensi terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia.
4. Untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja konten kreator Snack Video pada CV Rise Broadcaster Indonesia.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen sumber

daya manusia. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, bahan kajian, dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait kompetensi, motivasi kerja, dan kinerja, terutama pada industri kreatif digital dan konten kreator media sosial.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman peneliti dalam menerapkan teori-teori manajemen sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan kompetensi, motivasi kerja, dan kinerja. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan analisis peneliti dalam mengkaji permasalahan yang terjadi pada industri kreatif digital, khususnya pada konten kreator Snack Video di CV Rise Broadcaster Indonesia.

1.6.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi CV Rise Broadcaster Indonesia dalam meningkatkan kompetensi dan motivasi kerja konten kreator. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi pengembangan sumber daya manusia, meningkatkan kualitas kinerja konten kreator, memperbaiki sistem pembinaan kreator, serta meningkatkan produktivitas dan kualitas konten yang dihasilkan agar mampu bersaing di era digital.

2. Bagi Konten Kreator

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada konten kreator mengenai pentingnya kompetensi dan motivasi kerja dalam meningkatkan kinerja. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi konten kreator untuk mengembangkan kompetensi, meningkatkan motivasi kerja, memperbaiki kualitas konten yang dihasilkan, serta meningkatkan konsistensi dan produktivitas dalam menjalankan aktivitas sebagai konten kreator sehingga mampu mencapai target yang ditetapkan dan mengembangkan karier di bidang industri digital.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di CV Rise Broadcaster Indonesia beralamat di Jl. Pengadilan No.11, Nyomplong, Kec. Warudoyong, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43131.

1.7.2 Waktu Penelitian

Tabel 1. 5 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Mei 2026			Juni 2026			Juli 2026			Agustus 2026		
1	Pengajuan Judul												
2	Pra-survei												
3	Penyusunan BAB I												
4	Penyusunan BAB II												
5	Penyusunan BAB III												
6	Sidang UP												
7	Pengolahan Data												
8	Penyusunan Bab IV & V												
9	Sidang Akhir												

Sumber: Data diolah peneliti (2026)